



Kleiner Schnelltest für die Sommerpause

In der letzten Kolumne (sgv vom 22. Februar 2013) haben wir das Für und Wider der Einführung einer Benzinpreismeldestelle kurz angerissen. Österreich hat sie mit der Firma «E-Control» im Sinne eines «staatlich geförderten Preis-Vergleichsdienstes» eingeführt. Deutschland ist daran, die «Markttransparenzstelle für Kraftstoffe» beim Bundeskartellamt einzurichten. In der Schweiz wurden entsprechende Ideen auch ins Spiel gebracht. Doch lohnt sich der Aufwand? Stehen Kosten und Nutzen in einem vernünftigen Verhältnis? Was lernen wir daraus für Regulierungsvorschläge aller Art?

Die Regulierung geht auf zwei Annahmen zurück. Erstens das vermutete, marktmächtige Verhalten der grossen Mineralölgesellschaften. Dies führe zu Preissteigerungs- und -senkungsrunden, in denen der Konsument den Marktüberblick verliert und bei denen möglicherweise Marktmacht missbraucht wird. Zweitens das vermutete Schnäppchenverhalten der Tankkunden, die für günstigere Preise jederzeit einen Umweg in Kauf nehmen. Der vermutete Ausweg liegt nun darin, über eine mobile Applikation dem Kunden den jeweils günstigsten Sprit in seiner Umgebung in Echtzeit anzeigen zu können. Durch diese Mobilisierung der Kunden soll ein Gegengewicht zu den Konzernen geschaffen werden.

In Österreich hat man gemäss ÖAMTC diverse Varianten der Preisgestaltung ausprobiert. Bis 1981 haben die Sozialpartner (!) anhand verschiedener Kriterien die Benzinpreise ermittelt. Dann spielte der freie Markt, aber nur bis 1990, dann wurden bis 1997 die Benzinpreise an Rotterdamer Fertigprodukte gekoppelt. Anschliessend waren wieder die Sozialpartner diskutierend am Zug. 2008 schwankten die Benzinpreise stark, was 2009 und 2011 zur Verordnung führte, nach der Preise nur einmal am Tag erhöht, aber

jederzeit gesenkt werden dürfen. Zudem gelten an Reisewochenenden eingefrorene Preise. Und seit 2011 haben die Verbraucher via App den Zugriff auf die aktuellen Preise. Gleichwohl war 2012 das teuerste Sprit-Jahr aller Zeiten...

In Deutschland kann zurzeit die Geburt einer neuen Behörde, der Markttransparenzstelle, live im Internet beobachtet werden. Denn 2012 musste aufgrund hoher Benzinpreise politisch schnell gehandelt werden. Das Kartellamt richtet die Datenbank ein und private Anbieter können die App dazu bauen. So weit, so gut. Bis Anfang 2013 sollte alles fertig sein. Doch dann wurde das Projekt auf



unbestimmte Zeit verschoben, da die Datensammlung und -weitergabe doch komplexer war als erwartet. Jetzt soll es Ende Juli losgehen. Denn die Bundesanstalt für Strassenwesen bringt nun ihre Infrastruktur des Mobilitäts-Daten-Marktplatzes ein, damit das statische und dynamische Datenmodell mit Beschwerdefunktionen zum Laufen kommt. Immerhin soll das Problem hoher Preise auch auf kartellrechtlichem Weg angegangen werden.

Die Hypothese, nach der jeder Tankkunde jeden Umweg in Kauf nimmt, wurde aber noch nicht geprüft. Im



Schweizerischer Gewerbeverband SGV
3001 Bern
031/ 380 14 14
www.sgv-usam.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 107'049
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 377.9
Abo-Nr.: 377009
Seite: 19
Fläche: 62'336 mm²

Gegenteil, die in unserer eigenen Studie befragten Tankstellen-Unternehmen sehen den Standort und Service der Tankstellen sowie Kundenbindungsprogramme als wesentlich wirksamere Erfolgsfaktoren an als den reinen Preis. Es gibt zwar die Gruppe der Schnäppchenjäger, aber schätzungsweise sind das ein Drittel der Kunden und keineswegs alle. Viele sind via Tankkarten gebunden und wissen Umwege, Zeitverluste und Warteschlangen durchaus einzupreisen. Der Nutzen dürfte somit deutlich geringer ausfallen als erwartet. Hinzu kommen die Kosten bei den Unternehmen für IT-Investitionen und die Kosten der neuen Behörde. Markttransparenz hat wettbewerbsfördernde als auch -beschränkende Auswirkungen. Somit kann ein Ergebnis auch das Einpendeln der Preise bei geringen Volatilitäten auf einem «auskömmlichen» Niveau für die Anbieter sein. Zudem werden solche Informationssysteme vom Kartellamt selbst besonders kritisch gesehen, wenn sie homogene Güter betreffen, die Identifikation eines einzelnen Anbieters möglich ist, die Häufigkeit der Preisinformationen hoch ist, es sich um aktuelle Preise handelt und die wesentlichen Akteure einen hinreichend grossen Teil des Marktes abdecken (vgl. Sektoruntersuchung Milch 2012). Hier gilt nun aber das genaue Gegenteil.

Was lernen wir daraus für allfällige Schweizer Diskussionen?

1. Politische Schnellschüsse führen selten zu konsequent durchdachten und schlüssig argumentierten Regulierungen.
 2. Der Aufbau einer neuen Behörde wird schnell komplexer, zeit- und kostenaufwendiger als gedacht.
 3. IT-Projekte bergen spezielle Gefahren.
 4. Fast jedes Unternehmen erstellt, vor der Markteinführung eine Studie zu Kundenbedürfnissen und -verhalten, warum nicht vor der Einführung von Regulierungen?
 5. Warum gelten plötzlich andere Argumentationen als bisher verlaublich?
 6. Haben hohe und steigende Preise nicht noch andere Ursachen wie Steuern, Wettbewerb auf Vorstufen und Spekulationen?
- Betrachten Sie doch bei den in der Sommerpause reichlich aufkommenden Gesetzesvorstössen, wie viele der genannten Punkte darauf zutreffen. Ihre Trefferquote wird bestimmt hoch sein...*

*Prof. Dr. Christoph Müller, Henri B. Meier Unternehmenschule der Universität St.Gallen

Die Tribüne-Autoren geben ihre eigene Meinung wieder; diese muss sich nicht mit jener des sgv decken.

Datum: 05.07.2013

SCHWEIZERISCHE Gewerbezeitung



 Universität St. Gallen

Schweizerischer Gewerbeverband SGV
3001 Bern
031/ 380 14 14
www.sgv-usam.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 107'049
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 377.9
Abo-Nr.: 377009
Seite: 19
Fläche: 62'336 mm²



Welchen Wert hat die Fahrt zum Zapfhahn? Nur für absolute Schnäppchenjäger keinen – alle anderen schauen nicht bloss auf den Preis.