

## Verkeerde visie op marktwerking

### Auteur(s):

Groeneveld, M.G.J.  
Ketelaars, V.M.C.

De auteurs zijn werkzaam bij respectievelijk BOVAG. en BDO Consultants.

### Verschenen in:

ESB, 85e jaargang, nr. 4240, pagina 77, 28 januari 2000

### Rubriek:

### Trefwoord(en):

benzinemarkt

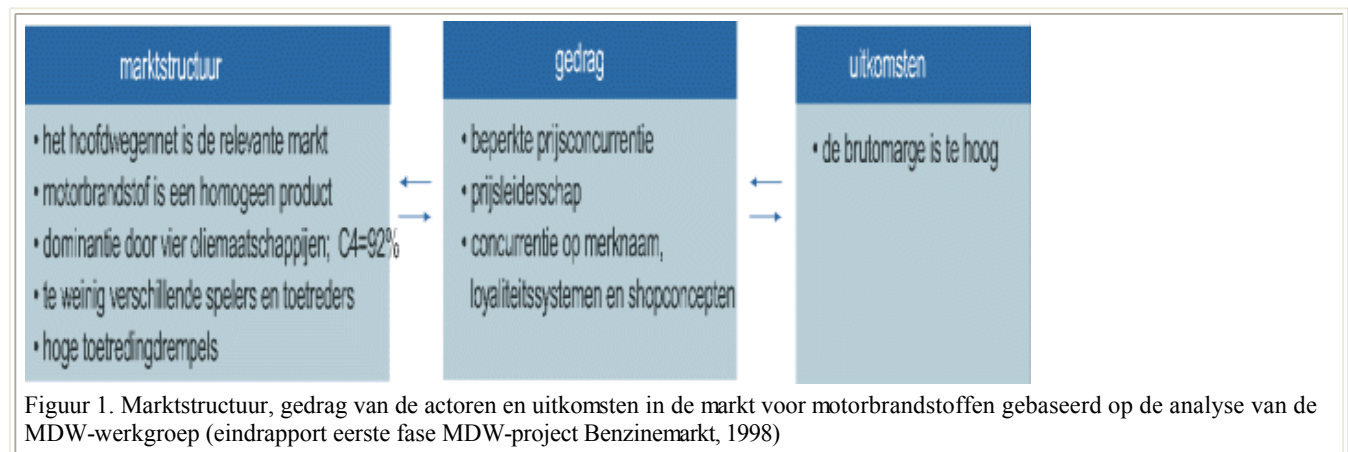
*Volgens beleidsmakers is de marge op benzine te hoog. Het door hen voorgestelde beleid leidt echter niet tot een verlaging van die marges.*

**Onlangs bood de MDW-werkgroep Benzinemarkt het kabinet haar eindrapport aan<sup>1</sup>. Deze werkgroep constateerde een gebrekkige marktwerking en wil de toetreding tot de motorbrandstoffenmarkt en de concurrentie in deze markt bevorderen.**

In dit artikel geven we een kritische beschouwing van de analyse en de verbeteringsvoorstellen van de werkgroep. De werkgroep maakte onderscheid tussen het hoofdwegennet en het onderliggend wegennet<sup>2</sup>. Wij beperken ons hier tot het hoofdwegennet.

### De analyse

De mdw-werkgroep baseert haar analyse impliciet op het Structure-Conduct-Performance model dat in de economische wetenschap breed wordt toegepast<sup>3</sup>. In dit model hangen marktstructuur, gedrag van aanbieders en vragers, en uitkomsten onderling samen. De uitkomsten (bijvoorbeeld de brutomarge) zijn afhankelijk van het gedrag van de aanbieders en vragers (bijvoorbeeld prijselasticiteit) en, meer indirect, van de marktstructuur (bijvoorbeeld het aantal aanbieders). Wanneer de analyse van de werkgroep op dit model geprojecteerd wordt, ontstaat in grote lijnen het beeld uit [figuur 1](#).



De analyse van de werkgroep is grotendeels gebaseerd op de onderzoeken van Coopers & Lybrand<sup>4</sup> en EIM<sup>5</sup>. Uit deze onderzoeken volgt de conclusie dat de marktwerking gebrekkig is en verbetering behoeft. Hoewel de analyse op het eerste oog plausibel lijkt, is een aantal kritische kanttekeningen op zijn plaats.

### Relevante markt

In het onderzoek wordt het hoofdwegennet als een aparte deelmarkt beschouwd zonder relevante interactie met het onderliggende wegennet. Het argument daarvoor is dat het hoofdwegennet het domein van de rijksoverheid vormt en het onderliggend wegennet een gemeentelijke en provinciale aangelegenheid is. Dit argument is echter niet valide als afbakening van de relevante markt. De wetten van de markt overstijgen de bevoegdheidsgrenzen van overheden.

### Concentratie op hoofdwegennet

Gesteld wordt dat het aanbod langs het hoofdwegennet een sterk oligopolistisch karakter heeft. Er is sprake van dominantie van de vier grootste oliemaatschappijen; gemeten met de zogenaamde c4-index, een maatstaf voor de concentratiegraad (zie kader), zou deze op het

hoofdwegennet 92 procent bedragen. De vraag is evenwel of deze concentratie-index op een correcte wijze is bepaald. Bepalend is namelijk het marktaandeel van de echte marktspelers, de pomphouders. Op het hoofdwegennet zijn zo'n tien oliemaatschappijen actief. Naast deze groep zijn er circa 65 zelfstandige pomphouders die voor eigen rekening en risico een tankstation exploiteren. In totaal zijn er dus 75 'retailers' die ieder invloed op de eigen prijs hebben. Het contract tussen oliemaatschappij en pomphouder biedt hiervoor ruimte. Dit gegeven leidt tot een concentratiemaatstaf die lager uitkomt dan 92 procent.

Nederland neemt qua concentratie op het totale nationale wegennet, met het aandeel per merk als uitgangspunt (bij gebrek aan inzicht in de aandelen van de individuele 'sellers' in de markt), in Europees verband een middenpositie in (zie [tabel 1](#))<sup>6</sup>.

**Tabel 1. De concentratiegraad in de motorstoffenbranche volgens twee concentratiemaatstaven**

land	C4-index	Herfindahl-index
Finland	90	2288
Portugal	85	2902
Spanje	82	3068
Italië	80	2640
Ierland	79	1770
Denemarken	74	1624
Nederland	74	1756
Griekenland	73	1700
Oostenrijk	70	1464
Zweden	67	1536
Luxemburg	64	1320
Groot-Brittannië	56	1180
België	55	940
Duitsland	53	944
Frankrijk	38	790

Bron: Lexecon, Een economische beoordeling van de concurrentie op de Nederlandse benzine markt, 1998.

## Concentratiemaatstaven

### C4 index

De C4-index is de som van de marktaandelen van de vier grootste marktspelers ('sellers')

### Herfindahl-Hirschman index

Dit is de som van de kwadraten van het marktaandeel van alle spelers in de markt en varieert tussen iets meer dan nul (bij volledige vrije mededinging) en 10.000 (bij een monopolie).

De gevestigde economische literatuur geeft aan dat deze laatste maatstaf de voorkeur verdient omdat deze rekening houdt met zowel de relatieve omvang van de marktspelers als het aantal aanwezige marktspelers.

### Geen homogeen goed

Hoewel de analyse ervan uitgaat dat brandstof een homogeen goed is, wordt tegelijkertijd geconstateerd dat er vooral geconcentreerd wordt op merknaam, loyaliteitssystemen en shopconcepten. Daarmee geeft de werkgroep impliciet aan dat het product motorbrandstof in brede zin niet homogeen is. De motorbrandstof is de 'hardware' van het product, maar de bijbehorende 'software' (de ambiance, het personeel, het spaarsysteem, het merk, de service, de shop, enzovoort) maakt het verschil. De dynamiek van deze vorm van concurrentie blijkt uit de snelle ontwikkelingen, zoals samenwerkingsverbanden tussen oliemaatschappijen, supermarktketens, fast-foodketens, bakkerijketens, stomerijketens, en wat dies meer zij. In tegenstelling tot een markt voor homogene goederen worden in een markt met heterogene goederen naast prijs ook andere wapens gebruikt.

### Prijsconcurrentie

De belangrijkste pijler voor de veronderstelde inefficiëntie in de markt is het vermeende gebrek aan prijsconcurrentie. Deze inefficiëntie resulteert volgens de analyse in (te) hoge bruto marges. De werkgroep gaat echter voorbij aan het feit dat een substantieel deel van het volume met korting op de pomprijs<sup>7</sup> verkocht wordt: naar schatting gaat het daarbij om 35 tot 70 procent van het volume langs het hoofdwegennet.

Deze kortingen gelden met name voor de zakelijke markt. De implicaties van kopersmacht van leasemaatschappijen, bezitters van grote wagenparken en transportbedrijven zijn in de analyse echter niet meegenomen. De geconstateerde geringe (zichtbare) prijsvariatie langs het hoofdwegennet is dan ook een onvoldoende steekhoudend argument om het gebrek aan prijsconcurrentie handen en voeten te geven.

De Nederlandse markt voor motorbrandstoffen wordt gekenmerkt door het fenomeen van het 'barometrisch prijsleiderschap'. Hierbij

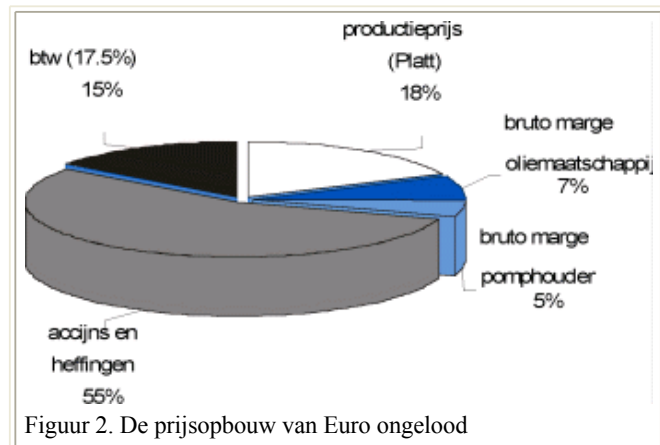
fungeert de marktleider als voelspriet en geeft een voorspelling van de marktontwikkelingen, geformuleerd in zijn verkoopprijs. Een groot deel van de andere pomphouders op het hoofdwegennet accepteert het inzicht van de marktleider en volgt de afgegeven adviesprijs (op vrijwillige basis). Het barometrisch prijsleiderschap is een fragiel instituut dat geen ruimte laat voor adviesprijzen die boven het marktevenwicht uitstijgen <sup>8</sup>. Een correlatie-analyse toont overigens aan dat de bewegingen in de pompprijzen in Nederland parallel lopen met die in andere Europese landen <sup>9</sup>, waar aldus de werkgroep meer marktwerking bestaat.

Daarnaast gaat de werkgroep niet dieper in op de constatering van Coopers & Lybrand dat de kostenstructuur voor de Nederlandse exploitant verschilt van die in andere Europese landen. Een 'recht toe, recht aan' internationale vergelijking van bruto distributiemarges heeft daardoor een beperkte waarde.

### Verklaringen voor prijsuniformiteit

Er zijn grofweg drie verklaringen voor prijsuniformiteit <sup>10</sup>:

» Het grote aandeel van accijnzen en heffingen in de pompprijs <sup>11</sup> zorgt er voor dat de retailer om een prijsverlaging van een procent te realiseren zijn marge met zes procent moet verlagen (zie ook [figuur 2](#)).



» De procentuele toename van het volume bij een prijsverlaging weegt door de inelastische vraag niet op tegen de procentuele afname van de prijs. Daarnaast leert de praktijk dat een prijsverlaging binnen korte tijd gevolgd wordt.

» De meeste Nederlandse automobilisten laten zich, hoewel zij kennis hebben van de prijsverschillen in de markt, gegeven de heterogeniteit van het aanbod niet primair leiden door de prijs. De consument die wel prijsgevoelig is kan terecht bij de 'witte' pomp, waar hij echter genoeg moet nemen met een lagere servicegraad.

Samenvattend kan gesteld worden dat de analyse van de werkgroep geen volledig adequaat beeld geeft van de vorm en de intensiteit van de concurrentie. Dit heeft zijn weerslag op de aanbevelingen.

### Verbeteringsvoorstellen

De werkgroep constateert dat het uitgiftebeleid van de overheid in het verleden heeft geleid tot scheve verhoudingen. De huidige locaties aan de autosnelwegen werden volgens een bepaalde verdeelsleutel toegewezen aan de grootste aanbieders. Ook de onbepaalde looptijd van de vergunningen heeft een negatief effect op de dynamiek in deze deelmarkt. De aanbevelingen hebben dan ook vooral betrekking op deze constatering. Hoe doelmatig zijn de aanbevelingen?

De voorstellen beogen met name prijsconcurrentie door het stimuleren van toetreding. In hoofdlijnen komen de voorstellen neer op:

- » het beschikbaar stellen van de bestaande locaties door het beëindigen van de bestaande vergunningen;
- » het beschikbaar stellen van nieuwe locaties;
- » het veilen van de nieuwe en vrijgekomen locaties (opbrengsten voor de Staat);
- » het beperken van de looptijd van de nieuwe vergunning tot tien à vijftien jaar (is nu onbepaald);
- » een opwaartse aanpassing van de gebruikersvergoeding (pacht).

### Rem op toetreding

Met het beëindigen van een vergunning beoogt de overheid gevestigde posities te doorbreken en daarmee de concurrentie te versterken. Op dit moment ontbreekt bij onteigening een afdoende compensatie van de gedupeerden. Dit beleid, gekoppeld aan een beperking van de looptijd van de vergunning (tot tien à vijftien jaar) kan echter de toetreding ook remmen. De beperking van de looptijd is in verhouding tot de benodigde investeringen een erg korte horizon en biedt daarmee (te) weinig perspectief voor economisch rendement om toetreding aantrekkelijk te maken. Bovendien zullen de zittende partijen door de kortere looptijd sneller moeten afschrijven,

waardoor er een opwaartse druk op de bruto marge ontstaat.

Eenzelfde effect op toetreding zou kunnen uitgaan van aanpassing van de gebruikersvergoeding (die moet worden betaald voor de vergunning). In de voorstellen neemt de gebruikersvergoeding sterk toe (in sommige gevallen met 700 procent) en wordt zij succesafhankelijk. De vergoeding en daarmee de marginale kosten, nemen progressief toe. Hiermee wordt niet alleen een gunstige locatie maar ook goed ondernemerschap zwaarder belast. Dat kan een rem op toetreding vormen.

### *Schaalvoordelen*

Nederland kent ten opzichte van andere Europese landen een hoge tankstationdichtheid op het hoofdwegennet. Het totale afzetvolume zal in de komende jaren nauwelijks stijgen. Wanneer nu nieuwe locaties worden uitgegeven betekent dit dat een gelijkblijvende koek verdeeld moet worden over meer spelers. Dit resulteert in een lager gemiddeld volume per station. Het gevolg is het verlies van schaalvoordelen en derhalve een minder efficiënt distributiesysteem.

### *Hogere prijs*

Het uitstralings-effect naar het omliggende wegennet blijft door de werkgroep onbeschreven. Een oorzaak-gevolg model van BDO Consultants leert dat de cumulatie van de voorstellen een forse kaalslag op het onderliggende wegennet veroorzaakt <sup>12</sup>. Een hevige prijsoorlog leidt tot een uitval van zo'n duizend stations langs provinciale wegen en binnen de bebouwde kom. Het gevaar van deze kaalslag is dat voor de overblijvers de weg open ligt om de prijzen weer naar een hoger niveau te tillen. De particuliere consument zal dus slechts zeer tijdelijk voordeel ondervinden <sup>13</sup>. Hij moet op termijn echter wel genoegen nemen met een lagere stationsdichtheid, in combinatie met een hogere prijs.

### *Epiloog*

Onze beschouwing van de effecten van de verbeteringsvoorstellen lijkt eerder te duiden op een afname van het aantal aanbieders dan op een toename. Daarbij kan het wegvallen van schaalvoordelen leiden tot hogere kosten. Het gezamenlijk effect maakt eerder een prijsstijging van motorbrandstoffen waarschijnlijk dan een prijsdaling (tabel 1). Voor de particuliere consument kan dit nadelig uitpakken. Ook voor de zakelijke klanten lijkt de operatie niet veel op te leveren. Door de huidige felle prijsconcurrentie in dit segment wordt deze markt al bediend met aantrekkelijke condities. Het bevorderen van meer marktwerking is op zichzelf een loffelijk streven maar maatregelen dienen economisch beter onderbouwd te zijn. De politieke wens om meer marktwerking te bereiken schiet hier mogelijk zijn doel voorbij

---

1 MDW staat voor marktwerking, deregulering en wetgevingskwaliteit.

2 Het hoofdwegennet telt circa 275 pompstations, het onderliggend wegennet circa 3.700 pompstations.

3 F.M. Scherer en D. Ross, *Industrial Market Structure and Economic Performance*, 1990.

4 Coopers & Lybrand, *Onderzoek naar prijsopbouw van euro 95 en diesel in Nederland, België, Duitsland, Frankrijk en Groot-Brittannië*, 1996.

5 EIM, *Toetredingsdrempels voor benzineservicestations*, 1997.

6 Lexecon Ltd, *Een economische beoordeling van de concurrentie op de Nederlandse benzinemarkt*, 1998.

7 De prijs zoals vermeld op het tankstation (de 'list-price').

8 F.M. Scherer en D. Ross, *op. cit.*, blz. 260: "Upward moves (...) are made by us only when, in our opinion, general prices and the economic pressure from industry costs are such that our competitors in their own interest will follow. It is notorious that when we guess wrong, or when we advance our market too far, immediate market disintegration sets in."

9 Lexecon Ltd, *op. cit.*, tabel 5 correlatie van Europese pompprijzen 1990-1998.

10 KPMG-BEA, *Nieuwe uitgifteregeling voor bestaande locaties voor benzinestations langs het hoofdwegennet*, 1997.

11 Voor euro ongelood bedraagt het totaal van accijns, heffingen en btw circa 70%.

12 BDO Consultants, *Het tankstation na 2000*, 1998.

13 BOVAG, *Tankstations in cijfers 1998/99*, 1998.