

**NOTAT****Kapitel 1. Resume**

8. maj 2000

**1.1. Baggrund**Sag  
/

I begyndelsen af året steg priserne på benzin og fyringsgasolie relativt kraftigt. Generelt var det indtrykket, at de danske priser på olie var højere end i andre lande – især i Tyskland – også når der blev taget hensyn til afgifter og moms.

Samtidigt var der tegn på, at høje danske benzinpriser kunne lede til en voksende grænsehandel ved den dansk-tyske grænse.

På denne baggrund nedsatte Erhvervsministeriet og Skatteministeriet i februar 2000 en arbejdsgruppe, der skulle analysere de gennemsnitlige forbrugerpriser for benzin, dieselolie og fyringsgasolie i Danmark. Arbejdsgruppen skulle sammenligne de danske priser med priserne i Sverige og Tyskland og belyse årsagerne til forskellene. Det skulle vurderes, om de danske priser eksklusiv afgifter er høje, og om dette skyldes høje danske detailhandelsavancer, forskelle i fysisk kvalitet, forskelle i leveringsforhold og forskelle i rabatsystemer. Arbejdsgruppens kommissorium er vedlagt som bilag 1.

**1.2. Markederne for benzin, diesel og fyringsgasolie**

Det danske marked for benzin, diesel og fyringsgasolie er et lille marked set i europæisk sammenhæng. Det danske forbrug af benzin var i 1999 på 2,7 mia. liter. Forbruget af autodiesel var på ca. 2,2 mia. liter, mens forbruget af fyringsgasolie var på ca. 1,4 mia. liter.

Det danske marked for olieprodukter er domineret af få store olieselskaber. De fem største olieselskaber Statoil, Q8, Shell, HydroTexaco og OK Danmark sad således i 1999 på 83 pct. af det danske benzinmarked. De samme selskaber havde samlet en andel på 90 pct. af markedet for dieselolie.

Derudover eksisterer der en række mindre selskaber – Haahr Benzin, DK-Benzin, JET Danmark CONOCO (Jet-benzin), Metax-Olie samt Uno-X. De tre sidstnævnte

er såkaldte lavprisselskaber, som ikke udsteder rabatkort eller giver bonus, og som typisk har tankstationer uden betjening.

### 1.3. Prisniveauet i Danmark, Tyskland og Sverige

Indledningsvist skal det bemærkes, at analysen af benzinpriserne tager udgangspunkt i 95 oktan blyfri. Denne type benzin er den mest solgte og udgør knap to tredjedele af det danske marked. Endvidere bevæger prisen på de andre typer benzin sig på samme måde som 95 oktan blyfri.

I Danmark er det karakteristisk, at de store olieselskabers listepriser på benzin, autodiesel og fyringsgasolie er ens.

Bortset fra enkelte lokale priskrige afspejles listepriserne for benzin og autodiesel i tankstationernes priser, som er ens i hele landet. Dette hænger bl.a. sammen med, at en stor del af de danske tankstationer er selskabsejede, og at de vejledende videresalgspriser på disse stationer vil være lig med listepriserne.

Alle selskaberne ændrer hyppigt priserne, og prisændringerne for de forskellige produkter foretages stort set samtidig.

Også i Sverige er der et begrænset udsving i listepriserne, mens der i Tyskland er regionale forskelle i listepriserne. Generelt har de tyske tankstationer i området ved den danske grænse lavere priser end den gennemsnitlige tyske listepris. Tankstationer ved motorvejene er omvendt dyrere end de tankstationer, der ligger i byområder.

For at kunne foretage en retvisende sammenligning af prisniveauet i Danmark, Tyskland og Sverige må de enkelte komponenter i prisen vurderes.

Afgifter har en afgørende indflydelse på listeprisen på olieprodukter i Danmark. For benzin udgør afgifter og moms ca. 70 % af listepriserne for benzin. Tallet er godt 60 % for autodiesel og fyringsgasolie.

For benzins vedkommende er de danske afgifter inkl. moms kun marginalt højere end i Tyskland. Hvis de danske tankstationer i grænselandet solgte benzin med samme lave avance som på den tyske side af grænsen ville prisforskellen således kun være ca. 5 øre pr. liter.

Sammenlignes med Sverige er afgifterne inkl. moms højere end i Danmark på benzin.

Afgiften på autodiesel er mindre i Danmark end i Sverige og Tyskland. Hvad fyringsolien angår gør det modsatte forhold sig gældende. Afgiften i Danmark er op mod fire gange højere end i Tyskland og ca. 20 pct. højere end i Sverige.

Afgiftsniveauet i Danmark, Sverige og Tyskland er holdt uden for prisanalyserne. Afgifter er en skattepolitisk regulering, der kan være begrundet i hensynet til miljøet, grænsehandlen og/eller den erhvervsmæssige transports konkurrenceevne. Desuden tilrettelægges afgifterne selvsagt også ud fra hensynet til statens indtægter.

Ud over afgifter spiller rabatter også en væsentlig rolle ved prissammenligning. I Danmark er ydelsen af rabat og bonus en væsentlig konkurrenceparameter pga. de ens listepriser.

Langt størstedelen af alle olieselskaberne yder rabatter eller bonus, og det skønnes, at op mod 80 pct. af salget fra disse selskaber sker med rabat. Undtaget er OK Danmark, Jet-benzin, Metax og Uno-X, der til gengæld sælger til priser, der generelt ligger 24 øre under de andres olieselskabers listepriser. Langt de fleste forbrugere betaler med andre ord ikke den pris, der fremgår af tankstationernes skilte.

I 1999 udgjorde rabatten på autobenzin til private bilister ca. 11 øre pr. liter i gennemsnit for de forbrugere, der fik rabat. For erhvervsmarkedet udgjorde den gennemsnitlige rabat 23 øre pr. liter. For privatbilisten vil det således som udgangspunkt være billigere at købe benzin fra et lavprisselskab frem for at være tilsluttet en rabat- eller bonusordning hos de øvrige selskaber.

For autodiesel til private er den gennemsnitlige rabat i 1999 på 40 øre pr. liter, mens den gennemsnitlige rabat for erhvervsmarkedet er 66 øre pr. liter. Den gennemsnitlige rabat for fyringsgasolie til privatkunder er 33,5 øre pr. liter, men på dette område er rabatvilkårene bl.a. uigennemskuelige, fordi en del af selskaberne giver større rabatter til førstegangskøbere. Rabatten for erhvervskunder foreligger ikke, men formodes at være noget højere.

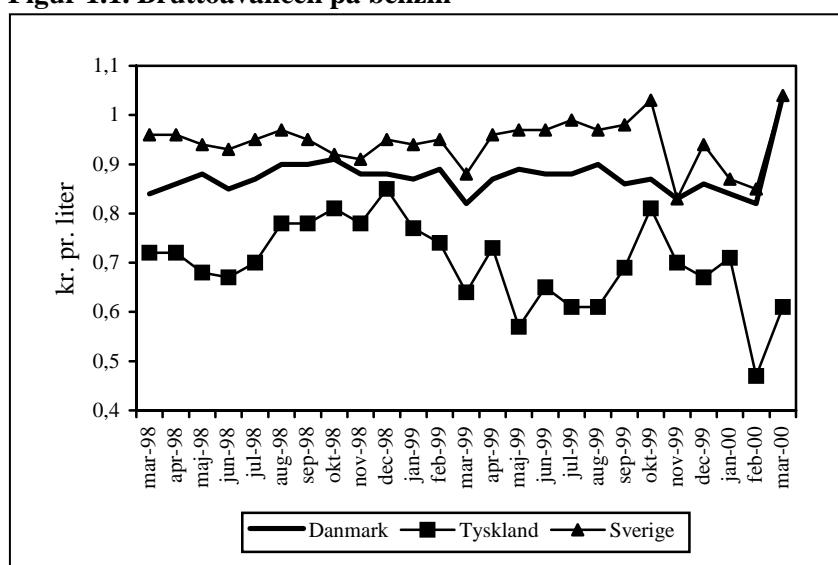
Ved at tage udgangspunkt i listeprisen og fratække rabat og afgifter fremkommer *grundprisen*. Grundprisen består af den internationale pris (Rotterdam-noteringen på henholdsvis benzin, autodiesel og fyringsgasolie) + transportomkostninger + olieselskabernes avancer + forhandleravancen.

Forskellen mellem grundpris og noteringen/den internationale indkøbspris giver *bruttoavancen*, som skal dække selskabernes omkostninger til bl.a. administration, markedsføring, distribution og drift af tankstationerne.

For *benzin* har bruttoavancen (forskellen mellem grundpris og noteringen for benzin) generelt været lidt højere i Sverige end i Danmark i de seneste to år, jf. fig. 1.1. I februar/marts 2000 lå Danmark og Sverige imidlertid på samme niveau.

Tyskland har på den anden side en væsentligt mindre bruttoavance på benzin end Danmark. Den gennemsnitlige bruttoavance på benzin i Danmark har således i det seneste år ligget en smule under den svenske og væsentligt over den tyske.

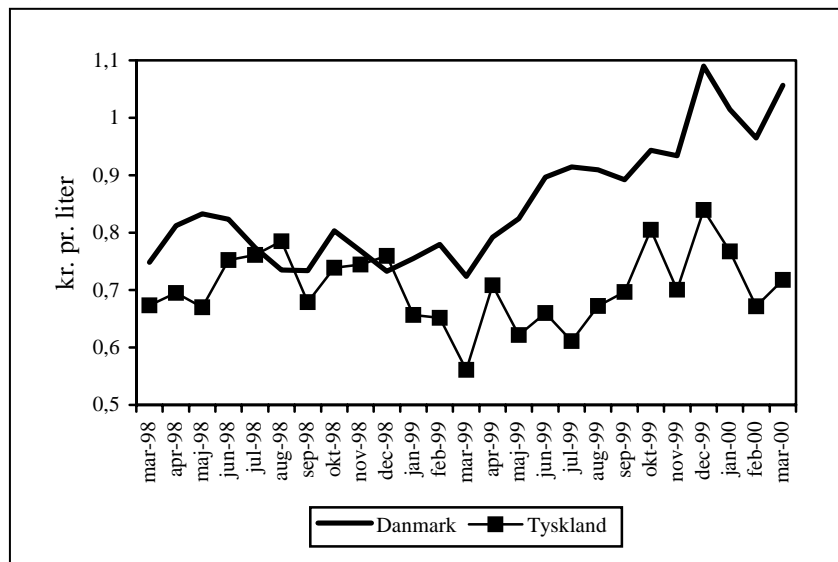
**Figur 1.1. Bruttoavancen på benzin**



Kilde: EU's Oil Bulletin samt Platts oilgram price report

Anm.: Figuren viser det månedlige gennemsnit for grundpriserne fratrukket det månedlige gennemsnit for noteringen.

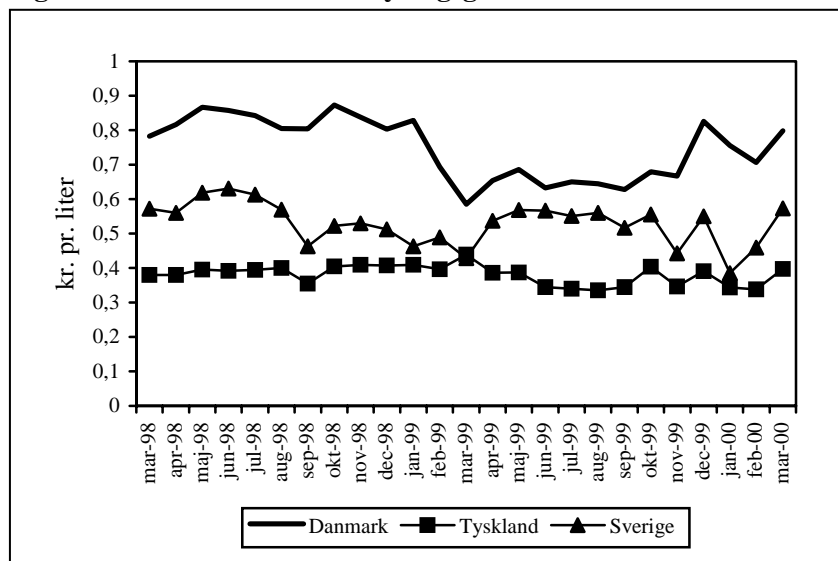
Pga. kvalitetsforskelle mellem dansk og svensk autodiesel er det forbundet med meget store vanskeligheder at sammenligne det danske og svenske avancenniveau, jf. kapitel 2. Men i forhold til avancenniveauet i Tyskland er den danske bruttoavance i løbet af perioden blevet gradvist større, jf. figur 1.2.

**Figur 1.2. Bruttoavance på autodiesel**

Kilde: EU's Oil Bulletin samt Platts oilgram price report

Anm.: Figuren viser det månedlige gennemsnit for grundpriserne fratrukket det månedlige gennemsnit for noteringen.

Bruttoavance for *fyringsgasolie* har i Danmark ligget på et væsentlig højere niveau end i både Sverige og Tyskland gennem de seneste to år, jf. figur 1.3.

**Figur 1.3. Bruttoavance for fyringsgasolie**

Kilde: EU's Oil Bulletin samt Platts oilgram price report

Anm.: Figuren viser det månedlige gennemsnit for grundpriserne fratrukket det månedlige gennemsnit for noteringen.

I kapitel 3 sammenlignes det danske prisniveau med priserne i de øvrige EU-lande. Sammenligningen viser, at de danske priser (grundpriser) på benzin og autodiesel i de sidste to år stort set har ligget på samme niveau som gennemsnittet i EU. Den danske pris på fyringsgasolie har i de sidste to år været den højeste i EU.

Derimod har Tyskland på alle tre produktområder nogle af de laveste priser i EU.

#### **1.4. Vurdering af årsagerne til forskellige prisniveauer**

Samlet kan det konkluderes, at bruttoavancen i Danmark er højere end i Tyskland for alle tre typer af olieprodukter. I forhold til Sverige ligger bruttoavancen på benzin og autodiesel i Danmark i dag på nogenlunde samme niveau, mens Danmark ligger højere, hvad angår fyringsgasolie.

Omkostningerne forbundet med distribution af olieprodukter til tankstationerne er højere i Tyskland og i Sverige. Dette skyldes de større afstande i disse lande. Dette burde isoleret set gøre olieprodukter dyrere i Tyskland og Sverige end i Danmark.

Forskelle i omkostninger til drift af tankstationerne spiller imidlertid en endnu større rolle. Forhandleravancen på benzin ligger i Danmark således på 34 øre pr. liter i gennemsnit. I Sverige er den gennemsnitlige avance væsentligt lavere – nemlig 25 øre pr. liter.

Den højere danske forhandleravance er begrundet i forskellige distributionsstrukturer. Hvis man tager udgangspunkt i den solgte mængde benzin pr. tankstation, viser det sig, at der i gennemsnit sælges 1,1 mio. liter benzin fra en dansk tankstation, mens tallet er 2,4 mio. liter i Tyskland og 1,5 mio. liter i Sverige (1998-tal). Dette betyder, at den gennemsnitlig gennemstrømning af benzin pr. tankstation er klart mindre i Danmark end de to øvrige lande.

Samtidig er de faste omkostninger i Danmark relativt større, idet man må antage, at der er stordriftsfordele ved at drive en stor tankstation frem for en lille. Resultatet er, at de danske forhandleravancer nødvendigvis må være større for at opnå den samme nettoindtjening.

Den danske forhandleravance på autodiesel ligger på 23 øre pr. liter, medens den i Sverige er 20 øre pr. liter. Også her er den solgte mængde pr. tankstation væsentligt højere i Tyskland end i Danmark – 1,9 mio. liter mod 0,8 mio. liter, hvilket gør den tyske tankstruktur mere effektiv. I Sverige sælges der den samme mængde pr. tank, som i Danmark – nemlig 0,8 mio. liter. Dette indikerer, at nettoindtjeningen på autodiesel kan være en smule større i Danmark end i Sverige.

Formentlig går årsagssammenhængen mellem den effektive tyske tankstruktur og den skarpe tyske konkurrence begge veje. Den skarpe konkurrence har fremskyn- det lukningen af ineffektive tankstationer samtidig med, at den effektive struktur skærper konkurrenceforholdene.

Det kan også spille en rolle, at incitamentet for den enkelte danske forhandler til at sænke prisen kan være mindre end i Tyskland, da den danske forhandlers mulighed for mersalg vil være begrænset af en relativt lille tankkapacitet.

En del af forklaringen på den dyre danske fyringsgasolie er, at fyringsgasolien i Danmark hovedsageligt bliver solgt i små mængder til parcelhusejere (typisk 1000 liter ad gangen), og der er en række serviceydelser forbundet med leveringen. Af- sætningen i Sverige og Tyskland er derimod koncentreret om kunder, der typisk af- tager 2000-5000 liter ad gangen.

Det er Konkurrencestyrelsens vurdering, at denne forskel i distributionen kan for- klare en del af forskellen mellem de danske og tyske avancer, men ikke hele forskellen.

Dette forhold ”frikender” imidlertid ikke den danske oliebranche, for også på dette område må sammenhængen mellem konkurrenceforholdene og omkostningerne an- tages at gå begge veje. Den styrkede priskonkurrence i Tyskland og tildels i Sveri- ge har således betydet, at olieselskaberne i disse lande ofte kræver et omkostnings- tillæg ved leverancer af mindre mængder. I kraft af den svagere konkurrence i Danmark har olieselskaberne ikke været nødt til at indføre sådanne tillæg, men har i stedet valgt at bruge en del af avancerne på forbedret service som fx muligheden for leverancer med kort varsel eller uden for normal arbejdstid. Det må dog tilføjes, at tankstørrelserne også afhænger af bygnings- og miljøreguleringer og under ingen omstændigheder kan ændres på kort sigt.

En højere avance, der er begrundet i højere omkostninger, betyder ikke nødvendig- vis, at der ikke eksisterer et konkurrenceproblem. Høje omkostninger kan netop være et tegn på ineffektivitet som følge af manglende konkurrence.

## 1.5. Sammenfatning om konkurrenceforholdene

En række forhold peger tilsammen på, at konkurrencen i Danmark er mindre effek- tiv end i Tyskland og i Sverige. De fire vigtigste faktorer er *det høje danske pris- og avanceniveau, de ens listepriiser landet over for de store selskaber, fastlåste markedsandele og uigennemskuelige rabatter.*

Analysen viser, at de danske grundpriser på autodiesel har ligget omkring EU- gennemsnittet men er steget op over dette gennemsnit mod slutningen af perioden.

Grundprisen på benzin ligger omkring EU-gennemsnittet, mens grundprisen på fyringsolie siden 1998 har været blandt de højeste i Europa.

Betragtes olieselskabernes avancer og forhandleravancerne under et, ligger de danske avancer i dag over de svenske og markant over de tyske.

Den skarpere tyske konkurrence viser sig bl.a. ved de geografiske forskelle i priserne på benzin<sup>1</sup>. De tyske grænsehandelsstationer reagerer på konkurrencesituationen ved at holde særligt lave priser fx ved den danske grænse for at tiltrække danske bilister. Det står i modsætning til de danske grænsehandelsstationer, som holder samme priser som de øvrige danske stationer uanset den konkrete konkurrencesituation.

De danske olieselskabers markedsandele har været stort set konstante gennem en årrække og fremstår som væsentligt mere fastlåste end for det øvrige erhvervsliv, jf. kapitel 4. Dette er endnu en indikation af, at konkurrencen på olieprodukterne ikke er optimal i Danmark.

Dertil kommer, at det danske marked er præget af stor uigennemsigthed pga. den udprægede brug af rabatter og bonusordninger. Disse er det væsentligste konkurrenceparameter på olieprodukter, da listepriiserne som udgangspunkt er ens.

Rabat- og bonusordninger varierer både i størrelse og form fra selskab til selskab, hvilket medvirker til, at den reelle salgpris bliver mere uigennemskuelig for forbrugerne. Ydes der organiseret rabat til bestemte grupper, uden at det oplyses, forstærkes prissløringen. Anvendelsen af rabatter fx i form af kundekort eller medlemskort kan bevirke, at forbrugernes reelle valgfrihed og mobilitet hæmmes til skade for konkurrencen.

Samlet er der således en række faktorer, der viser, at konkurrencen på det danske marked for olieprodukter ikke så skarp, som den kunne eller burde være.

## **1.6. Konkurrence- og forbrugerretlig vurdering**

Spørgsmålet er herefter, om konkurrencesituationen er et resultat af samordning af priser i strid med konkurrenceloven. En anden mulighed er, at den udprægede brug af rabatordninger sker i strid med gældende lovgivning på forbrugerområdet.

Ligheden i selskabernes listepriiser kunne umiddelbart tyde på en eller anden form for samordning af priser.

---

<sup>1</sup> Det er dog muligt, at der findes tyske länder, der også har ens priser. Konkurrencestyrelsen er ikke i besiddelse af oplysninger herom.



En del af forklaringen skal imidlertid findes i de komponenter, prisen er sammensat af. Den tætte forbindelse mellem udviklingen i noteringen og udsalgsprisen medvirker til at skabe ens priser.

En anden forklaring er, at branchen er præget af stor prisgennemsigtighed set fra olieselskabernes side. Som det største selskab meddeler Statoil sine prisændringer for den efterfølgende dag til såvel selskabets forhandlere, dagspressen som Konkurrencestyrelsen. Typisk vil de øvrige selskaber i løbet af kort tid meddele deres prisændringer. Denne adfærd har nærmest elimineret konkurrencen på listepriisen.

Olieselskabernes praksis mht. annoncering af prisændringer, enslydende listepriiser og samtidig ændring af disse kan ikke betegnes som samordnet praksis i konkurrenceretlig forstand. I stedet er der formentlig tale om, at de største selskaber er prisførere på markederne for olieprodukter.

Det forhold, at markedsandelene på det danske marked de seneste år har været relative konstante, og at priskrige kun forekommer lokalt, eller når en ny virksomhed trænger ind på markedet, tyder på, at den normale situation er "tacit collusion". Det vil sige, at der på markedet er en fælles forståelse for, hvilket pris- og avance-niveau markedet skal have, og hvilken prisforskel der accepteres i forhold til de ubemandede tankstationer. En sådan fælles forståelse er imidlertid ikke det samme som samordnet praksis og kan ikke på det foreliggende grundlag siges at være i strid med konkurrenceloven.

Selv om selskabernes rabat og bonus via kortsystemer indebærer en risiko for diskriminering af de forbrugere, der ikke er i besiddelse af de pågældende kort, minimeres risikoen for diskrimination ved, at selskaberne tilbyder alle adgang til anvendelsen af de forskellige kort. Da selskaberne ikke lægger skjul på kortsystemerne, er der heller ikke tale om skjulte rabatter. Hertil kommer en formodning om, at mange bilejere har flere benzinkort, hvilket begrænser loyaliteten.

Hos enkelte selskaber får også den kunde, der kommer ind fra gaden og betaler kontant ved kassen, en rabat på den skiltede pris. I det omfang alle således får den samme kontantrabat, foreligger der en overtrædelse af prismærkningsloven, idet det er nettosalgsprisen, selskaberne skal skilte med; det vil sige prisen fratrukket rabatten<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Forbrugerstyrelsen vil tage kontakt til oliebranchen med henblik på at få mere detaljerede oplysninger om selskabernes rabatgivning og dennes omfang. Herefter vil der blive foretaget en konkret vurdering af, om selskaberne skiltning er i strid med prismærkningsloven.

## 1.7 Forslag til forbedring af konkurrencen på det danske marked

Det forhold, at konkurrencen på det danske marked ikke er skarp nok, rejser naturligt et spørgsmål om, hvorvidt man konkret kan styrke konkurrencen på det danske marked.

Det er blevet konstateret, at det danske marked er præget af mangel på gennemsigtighed på de reelle priser pga. den udbredte rabatgivning. Det er derfor et centralt spørgsmål, om gennemsigtighed om de reelle priser kan bidrage til at styrke konkurrencen. Gennemsigtighed og information er generelt set et centralt middel til at sikre, at forbrugerne kan overskue et marked og træffe et rationelt valg. På den anden side kan stor gennemsigtighed på et marked medvirke til, at de enkelte producenter får fuld oplysning om hinandens priser, hvilket kan medvirke til, at en samordning finder sted.

Det danske marked for olieprodukter er imidlertid kendetegnet ved, at der i forvejen fra producenternes side er meget stor viden om hinandens priser. Olieproducenterne må med andre ord antages allerede at have væsentlig bedre information om priserne end forbrugerne. En større gennemsigtighed må derfor i dette tilfælde forventes at være til gavn for forbrugerne og konkurrencen.

Gennemsigtigheden kan fremmes ved at oprette en hjemmeside på Internettet, der rummer oplysninger om forbrugerrabatter samt dagligt opdaterede priser fra olieselskaberne. Gennemsigtigheden skal gælde for såvel benzin som for diesel og fyringsgasolie. Oplysningerne kan fx indeles i regioner, så den enkelte forbruger kunne trykke sig på det relevante område, og derved let skaffe sig information om, hvor det f.eks. er billigst at tanke benzin. Prisoplysningerne kan enten gives i eksakte tal eller i prisintervaller.

## Kapitel 2: Markedsbeskrivelse, prisfastsættelse og prisændringer

### 2.1. Oliemarkedet

Som grundlag for analysen af benzinmarkedet har udvalget valgt kun at beskæftige sig med oktan 95. Det skyldes, at ændringerne i priserne på de forskellige benzintyper minder om hinanden, og at oktan 95 er den mest solgte benzintype. Det danske forbrug af oktan 95 blyfri benzin var i 1999 på ca. 1,6 mia. liter, hvorved det udgør 59 % af den samlede omsatte benzinmængde. Forbruget af autodiesel var på ca. 2,2 mia. liter, mens forbruget af fyringsgasolie var på ca. 1,4 mia. liter<sup>3</sup>. I forhold til året før var det samlede salg af benzin og autodiesel svagt stigende, mens salget af fyringsgasolie var faldende.

Det er karakteristisk for Danmark, at de store olieselskabers listepreiser på alle olieprodukterne er ens. For benzin og diesel afspejles det i tankstationernes priser, bortset fra enkelte lokale priskrige. Kun OK Danmark, Jet-benzin, Metax-Olie og Uno X ligger lidt under listepreiserne – typisk 24 øre pr. liter. OK Danmark, Jet-benzin og Uno X har kun ubemandede tankstationer.

Ved udgangen af 1999 fandtes der i alt 2401 tankstationer. Næsten al benzin afsættes gennem tankstationer. Ca. 2/3 af dieselolien sælges gennem tankstationerne til transportsektoren eller til vognmænd gennem særlige dieselpumpesteder. Den resterende del af dieselolien bliver afsat til industrien og landbruget. Fyringsgasolien afsættes til private villakunder, etageejendomme, industri, landbrug og offentlige institutioner.

---

<sup>3</sup> Kilde: Energistyrelsen.

Inden for de sidste 10 år har der i Danmark været et fald i det samlede antal benzinstationer på 630. Der er desuden sket en ændring i ejerforholdene, idet antallet af selskabsejede tankstationer er steget med 145, mens antallet af forhandlerejede stationer er faldet med 775 enheder.

Den danske olieproduktion er i fortsat stigning, og denne stigning i olieproduktionen giver Danmark en pæn margin for eksport. Der har således i flere år været en eksport af dansk råolie til flere europæiske lande.

Råolien skal raffineres, før den når frem til forbrugeren, således at de produkter, som forbrugerne efterspørger, fremkommer i et mængdeforhold, som så vidt muligt svarer til efterspørgslen. Ved raffineringen fremkommer der en række produkter i et for den enkelte råolietype fast mængdeforhold. Disse produkter består typisk af gas, råbenzin, petroleum, gasolier og fuel. Olieraffinaderierne anvender ved siden af almindelig destillation af råolien også "krakning" af produkterne. Ved denne proces slås de meget sammensatte fueloliemolekyler itu, hvorved der inden for visse grænser kan opnås en forøgelse af produktionen af benzin og andre lette produkter. Valget af råolie og krakningsgraden afhænger af efterspørgslen efter færdigvarer.

Det traditionelle problem ved raffinering er, at der ved produktion af den mængde benzin, som forbrugerne efterspørger, fremkommer et overskud af fuelolie og i mindre omfang gasolie. For råolien fra Brentfeltet i Nordsøen er udbyttet ca. 2 % gas, 21 % råbenzin, 42 % gasolie og 35 % fuelolie.

Overskuddet af gasolie og fuelolie er i en række lande, herunder Danmark, i de senere år blevet forøget i takt med den øgede anvendelse af naturgas til opvarmning og procesformål. Efterspørgslen efter olieprodukter varierer i øvrigt efter sæsonen. Om sommeren stiger behovet for de lettere produkter som fx benzin. Det indebærer, at krakningsgraden og råolievalget til en vis grad indrettes herefter. Man kan dog ikke hindre, at der for at imødekomme efterspørgslen efter benzinprodukter oparbejdes store mængder råolie, således at der opstår et overskud af gasolier og fuelolier. Dette påvirker prisdannelsen. Om vinteren er behovet for benzin mere begrænset. Til gengæld er efterspørgslen efter gasolier og fuelolier, der for en stor dels vedkommende anvendes til opvarmningsformål, større.

En stor del af rapportens oplysninger stammer fra "Oil Bulletin". Denne prisstatistik udgives af EU-Kommissionen og bygger på oplysninger indrapporteret fra de enkelte EU-landes myndigheder. Der kan være forskelle i indrapporteringerne fra de enkelte lande bl.a. mht. rabatter og produktkvaliteter.

Ved indgangen til år 2000 skiftede Sverige i øvrigt til at indrapportere diesel af en renere kvalitet end hidtil. Fra 1. januar 2000 er det prisen for diesel af miljøklasse 1, der rapporteres til Kommissionen. Svovlindholdet i denne dieseltipe er på højst

10 ppm, mens svovlindholdet i den type, der blev rapporteret indtil starten af 2000, var på højst 500 ppm.

## 2.2. Prisfastsættelsen

Prisen på benzin, diesel og fyringsgasolie er opbygget efter følgende skabelon:

listeprisen på tankstationen

- rabatter/bonus

---

salgsprisen ekskl. rabatter

- afgifter og moms

---

grundprisen

- forhandleravance

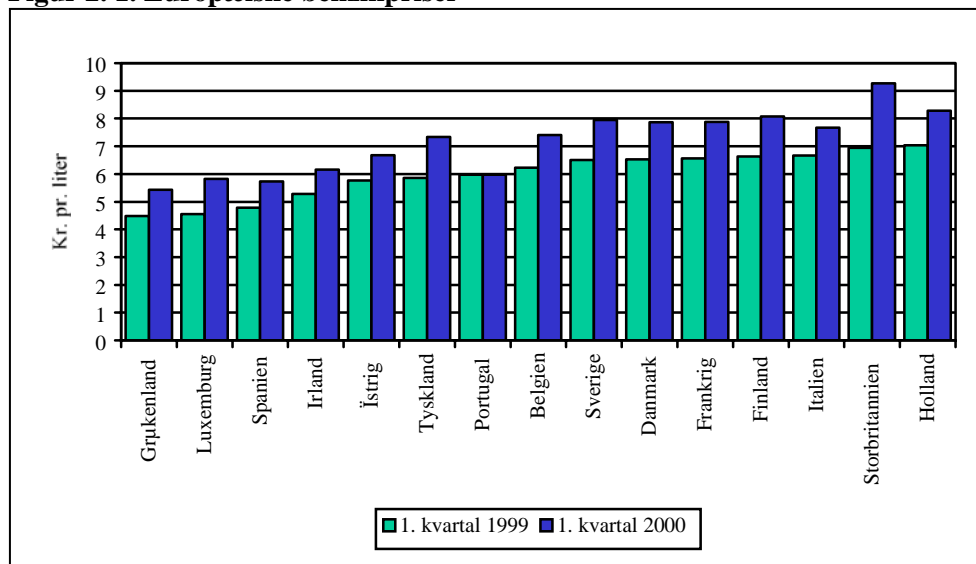
---

indkøbspris for råolie + olieselskabernes avance + raffinaderiomkostninger + transportomkostninger

### 2.2.1. Listeprisen

På det danske oliemarked er der få udbydere. Olieselskaberne fastsætter vejledende priser (inklusive afgifter og moms) for salg af olieprodukter til forbrugerne. Selskabernes prislister er med få undtagelser ens, og prisændringerne for de forskellige produkter foretages stort set samtidigt. De mindre selskaber (Jet-benzin, Uno-X, m. fl.) samt OK har listepriser inklusive afgifter og moms for benzin, der generelt er 24 øre lavere pr. liter end de andre store selskaber. Det er endvidere karakteristisk for disse selskaber, at der ikke ydes rabat på benzin, samt at de fleste kun har ubemandede benzinsalgssteder. Ingen af de mindre selskaber har en markedsandel på over 4 %.

Nedenstående figur viser de danske salgspriser på benzin i forhold til de øvrige europæiske landes priser for henholdsvis 1. kvartal 1999 og 1. kvartal 2000.

**Figur 2. 1. Europæiske benzinpriser**

Kilde: EU's Oil Bulletin.

Anm.: Figuren viser gennemsnitspriserne for benzin i 1. kvartal 1999 sammenholdt med gennemsnitspriserne for 1. kvartal 2000.

Danmark har sammen med Finland, Frankrig, Holland, Italien, Storbritannien og Sverige de højeste salgspriser i begge kvartaler.

### 2.2.2. Rabatter og bonus

Ydelse af rabat og bonus for olieprodukter er pga. de ens listepreiser en meget væsentlig konkurrenceparameter på olieområdet. Det vurderes, at op mod 80 % af salget fra selskaber, der yder rabat eller bonus, sker via disse ordninger.

Selskaberne, Statoil, Q8, Shell, HydroTexaco, Haahr og tildels DK-benzin, yder alle en form for rabat og bonus ved køb af benzin. Disse selskaber har til sammen en markedsandel på 83 %. Der er af selskaberne oplyst flere former for rabat såsom tilfældig-, kontant-, kundekort- og medlemskortrabat samt bonus. Den mest udbredte form for rabat er kundekortrabat, der først og fremmest benyttes af erhvervs kunder.

Ved bonusordninger opgøres og udbetales den optjente bonus efter udløbet af en given periode, fx et kvartal. Rabatter ydes derimod allerede ved køb af olieprodukterne.

Tilfældig rabat ydes under priskrige. Et par af de store selskaber giver kontantrabat til kunder, der ikke har kundekort hos selskabet. Oftest gives kontantrabatten dog som en del af kundekortrabatten. Kundekort giver rabat på en del af de ydelser, som tankstationerne i en given kæde sælger, mens medlemskort giver rabat på

ydelse fra såvel tankstationerne i en kæde som på ydelser fra en række forskellige udbydere, fx dagligvarebutikker.

Jet-benzin sælger kun benzin fra sine automatstandere. Selskabet yder ingen form for rabat. Til gengæld er selskabets listepriser 24 øre lavere pr. liter end de store selskabers listepriser. OK og Uno-X sælger ligeledes benzin til listepriser, der er 24 øre lavere pr. liter end de andre store selskabers priser. Disse selskaber yder heller ikke nogen form for rabat.

De gennemsnitlige rabatter i 1999 på benzin, diesel og fyringsgasolie er større for erhvervene end for privatbilister, jf. tabel 2.1.

**Tabel 2.1. De gennemsnitlige rabatter på olieprodukterne**

	<b>Benzin</b>	<b>Autodiesel</b>	<b>Fyringsgasolie</b>
Private	11	40	33,5
Erhverv	23	66	-

Kilde: Konkurrencestyrelsen.

Anm.: Tabellen viser den gennemsnitlige rabat i øre pr. liter. Rabatten er beregnet som de samlede rabatter i forhold til den mængde benzin, der sælges med rabat. Der foreligger ikke oplysninger om størrelsen af rabatten for erhvervsmæssige forbrugere af fyringsgasolie. Rabatten er dog typisk større end for privatkunders vedkommende.

En sammenligning mellem lavprisselskabernes listepriser og de øvrige selskabers gennemsnitlige rabatter viser, at det for privatbilisten som udgangspunkt næsten altid vil være billigere at købe benzin hos et lavprisselskab fremfor at være hos et af de øvrige selskaber.

**Tabel 2.2 Interval for givne rabatter**

	<b>Benzin</b>	<b>Autodiesel</b>	<b>Fyringsgasolie</b>
Private	10,00 – 11,76	25,19 – 74,07	305,75 – 376,23
Erhverv	21,37 – 26,85	59,58 – 76,12	-

Kilde: Selskabernes egne oplysninger.

Anm.: Tabellen viser størrelserne i øre pr. liter og er fra 1999. De gennemsnitlige oplysninger på olieprodukterne er vist i bilag.

### 2.2.3. Afgifter

Udviklingen i forbrugerpriserne på olieprodukter er stærkt bestemt af udviklingen i de afgifter og den moms, der pålægges produkterne. Ca. 70 % af listeprisen for benzin dækker afgifter og moms. For autodiesel og fyringsgasolie er disse andele godt 60 %.

Benzinafgiften er en mængdeafgift, hvis størrelse er afhængig af benzinenes bly- og benzenindhold. Hvis tankstationerne har dampretur, det vil sige, at de benzindampe, der opstår ved tankning af biler, opsamles og ledes tilbage til benzintankene på tankstationerne, er der endvidere et nedslag i afgiften, jf. tabel 2. 3.

**Tabel 2.3. Afgifterne på benzin**

Blyfri benzin med blyindhold under 0,013 g pr. liter	387
Blyfri benzin med dampretur	384
Blyfri benzin med dampretur og et benzenindhold på mindre end 1%	382

Kilde: Konkurrencestyrelsen .

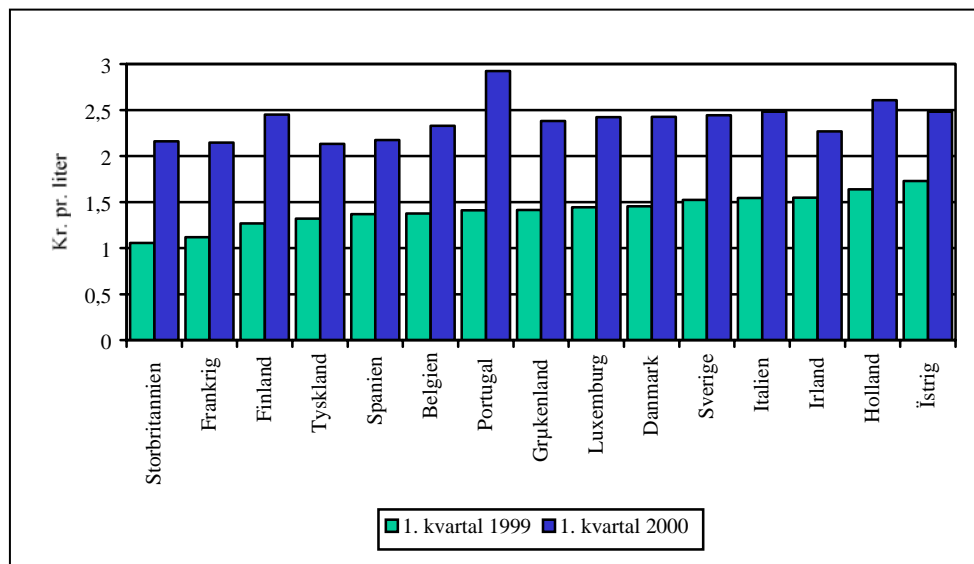
Anm.: Beløbet er eksklusiv moms og i øre pr. liter.

Afgiftsprovenuet for benzin udgjorde i 1999 ca. 9,9 mia. kr. mens afgiftsprovenuet for dieselolie til andet end rutebiler udgjorde ca. 4,4 mia. kr.

### 2.2.4. Grundprisen

Grundprisen viser den pris, forbrugerne skal betale eksklusive rabat/bonus samt afgifter og moms. I figur 2.2 er grundpriserne mellem forskellige europæiske lande sammenlignet.



**Figur 2.2. De europæiske grundpriser for benzin**

Kilde: EU's Oil Bulletin

Det ses, at Danmark i første kvartal 2000 ligger på niveau med en række øvrige europæiske lande, men højere end Frankrig, Spanien, Storbritannien, Irland og Tyskland.

### 2.2.5. Forhandleravancen

De store selskabers forhandlere har en avance på ca. 34 øre pr. liter solgt benzin. Ved salg fra ubemandede tankstationer er forhandleravancen dog ca. 10 øre lavere pr. liter. Ved salg af autodiesel er forhandlerens avancer på ca. 23 øre pr. liter.

### 2.2.6. Olieselskabernes bruttoavance

Pris- og forsyningsforholdene for olie og olieprodukter i Danmark er nært forbundne med verdensmarkedet for disse produkter. Prisen, som olieselskaberne afregner olieprodukterne til, er baseret på den internationale pris, som produkter af samme art og kvalitet med justering af transportomkostninger, bliver handlet til på verdensmarkedet.

Priserne på olieprodukter opgives i US \$ for angivne standardmængder. De fastsættes på spotmarkederne, der er centreret seks forskellige steder i verden. På spotmarkederne foregår dagligt prisnotering af råolie og olieprodukter fordelt på kvaliteter og produktgrupper. Noteringerne offentliggøres løbende og omfatter olieprodukterne; råbenzin, blyholdig og blyfri benzin, flybrændstof, gasolie og fuelolie. Disse produkters noteringer er igen opdelt på forskellige kvaliteter. Råolie handles

for de forskellige kvaliteter hovedsagelig på langtidskontrakter, der næsten altid prismæssigt vil være bundet til udviklingen på spotmarkederne, som fx Rotterdammarkedet.

Olieselskaberne ændrer ikke deres listepreiser hver eneste gang, noteringen på råoli- en ændres. Listepreisen ændres først, når summen af de daglige ændringer i noteringen afviger noget fra niveauet for bruttoavance.

Tabel 2. 4 viser olieselskabernes bruttoavance for 1999 og første kvartal 2000.

**Tabel 2.4. Olieselskabernes bruttoavance for 1999 og 1. kvartal 2000**

	1. kvartal 99	2. kvartal 99	3. kvartal 99	4. kvartal 99	1. kvartal 00
Bruttoavancen	625	645	639	614	647

Kilde: Konkurrencestyrelsen

Anm.: Tallene er i kr. pr. 1000 liter

### 2.3. Prisudviklingen i 1999 og 2000 og sammenligning mellem Danmark, Tyskland og Sverige

Kvaliteten af benzin oktan 95 er stort set den samme på europæisk plan.

For så vidt angår kvaliteten af autodiesel og fyringsgasolie, kan der være større forskelle mellem landene end for oktan 95's vedkommende.

#### 2.3.1. Benzin

##### 2.3.1.1. Udviklingen i salgspriserne

Salgsprisen på oktan 95 blyfri benzin steg både i Danmark, Sverige og Tyskland fra 1. kvartal 1999 til 1. kvartal 2000, jf., tabel 2.5. I procent var stigningen størst i Tyskland og mindst i Danmark.

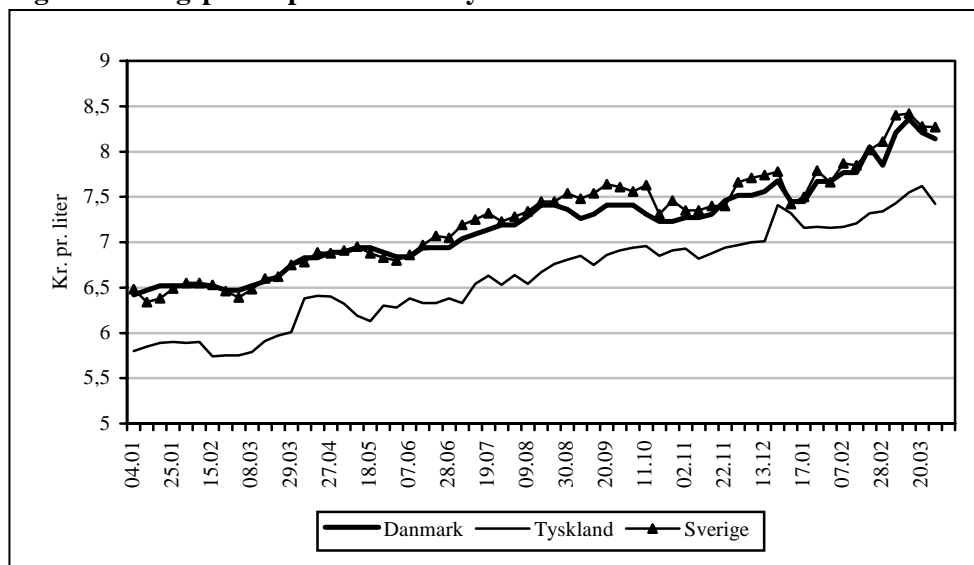
**Tabel 2.5. Salgsprisen på oktan 95 blyfri benzin**

	1. kvartal 1999	1. kvartal 2000	Stigning i procent
Danmark	6,53	7,87	21
Tyskland	5,86	7,33	25
Sverige	6,51	7,95	22

Kilde: EU' Oil Bulletin

Anm.: Tabellen viser den gennemsnitlige salgspris i kr. pr. liter oktan 95.

Selvom salgspriserne er steget fra 1. kvartal 1999 til 1. kvartal 2000, så var stigningen i salgspriserne ikke jævnt fordelt over perioden, jf. figur 2.3.

**Figur 2.3. Salgsprisen på oktan 95 blyfri benzin**

Kilde: EU's Oil Bulletin.

### 2.3.1.2. Udviklingen i grundpriserne

Grundpriserne på benzin steg også fra 1. kvartal 1999 til 1. kvartal 2000 i både Danmark, Sverige og Tyskland. Målt i procent steg grundprisen mest i Danmark og mindst i Sverige, jf. tabel 2.6.

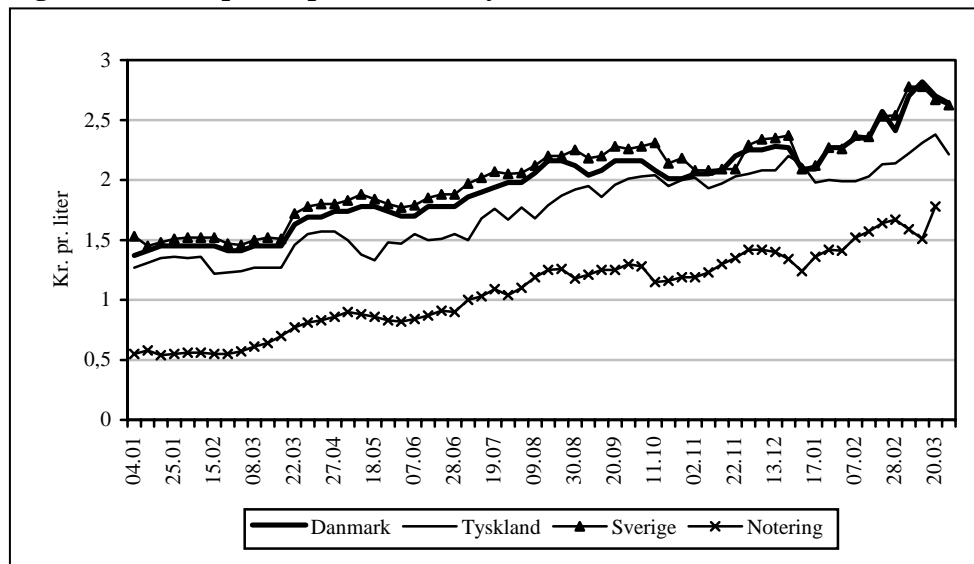
**Tabel 2.6. Grundprisen på oktan 95 blyfri benzin**

	1. kvartal 1999	1. kvartal 2000	Stigning i procent
Danmark	1,45	2,42	67
Tyskland	1,32	2,13	61
Sverige	1,52	2,44	60

Kilde: EU- Oil Bulletin

Anm.: Tabellen viser den gennemsnitlige grundpris i kr. pr. liter på oktan 95.

Stigningerne i grundpriserne var heller ikke jævn over perioden fra 1. kvartal 1999 til 1. kvartal 2000. Grundprisen har ændret sig både op og ned men er samlet steget over perioden, jf. figur 2.4.

**Figur 2.4. Grundprisen på oktan 95 blyfri benzin**

Kilde: EU's Oil Bulletin

## 2.3.2. Diesel

### 2.3.2.1. Udviklingen i salgspriserne

Som grundlag for analysen af udviklingen i prisen på autodiesel har udvalget valgt at beskæftige sig med den dieselttype, som konkurrencemyndighederne i EU-landene indberetter priser på til EU-Kommissionen. Kvaliteten af denne diesel varierer fra land til land. I Danmark og Sverige indberettes prisen på diesel med et svovlindhold under 0,005%. Før 1. januar 2000 indberettede Sverige dog data for en dyrere dieselttype. I Tyskland indberettes prisen på den mest solgte type diesel uden hensyn til dennes indhold af svovl.

Salgspriserne på diesel er steget i alle de tre lande fra 1. kvartal 1999 til 1. kvartal 2000. Målt i procent steg salgsprisen dog mest i Danmark og mindst i Sverige, jf. tabel 2.7.

**Tabel 2.7. Salgsprisen på autodiesel**

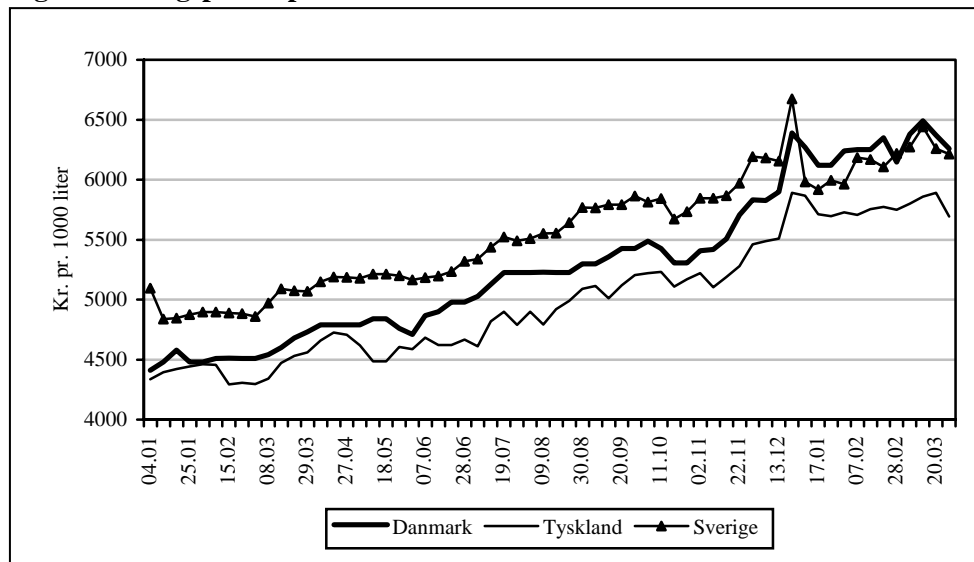
	1. kvartal 1999	1. kvartal 2000	Stigning i procent
Danmark	4540	6280	38
Tyskland	4409	5779	31
Sverige	4944	6184	25

Kilde: EU's Oil Bulletin

Anm.: Tabellen viser den gennemsnitlige salgspris på diesel i kr. pr. 1000 liter.

Prisen på autodiesel var højest i Sverige gennem det meste af perioden, og lavest i Tyskland. Den danske pris startede på niveau med den tyske og endte over den svenske ved slutningen af 1. kvartal 2000, jf. figur 2.5.

**Figur 2.5. Salgsprisen på autodiesel**



Kilde: EU's Oil Bulletin.

Anm.: Ved årsskiftet overgik Sverige til at indrapportere en billigere type diesel til EU-Kommissionen

### 2.3.3. Fyringsgasolie

#### 2.3.3.1. Udviklingen i salgspriserne

Den danske pris på fyringsgasolie var gennem hele perioden højere end den tilsvarende pris i de andre to lande, mens den laveste pris fandtes i Tyskland, jf. tabel 2.9.

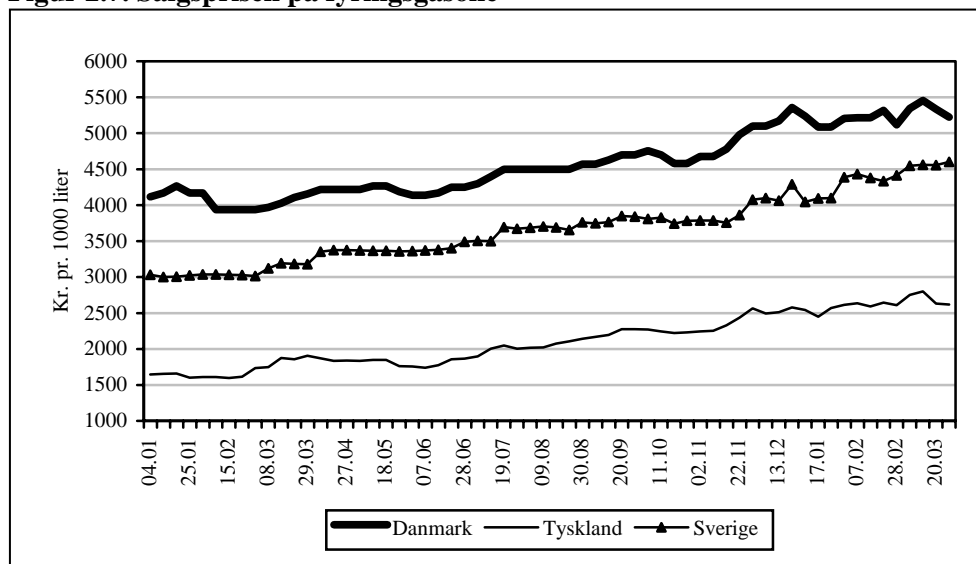
**Tabel 2.9. Salgsprisen på fyringsgasolie**

	1. kvartal 1999	1. kvartal 2000	Stigning i procent
Danmark	4069	5244	29
Tyskland	1700	2618	54
Sverige	3067	4364	42

Kilde: EU's Oil Bulletin

Anm.: Tabellen viser den gennemsnitlige salgspris på fyringsgasolie i kr. pr. 1000 liter.

Prisen på fyringsgasolie steg gennem perioden fra 1. kvartal 1999 til 1. kvartal 2000 i alle tre lande. Stigningen i procent var størst i Tyskland og mindst i Danmark, jf. figur 2.7.

**Figur 2.7. Salgsprisen på fyringsgasolie**

Kilde: EU's Oil Bulletin.

### 2.3.3.2. Udviklingen i grundpriserne

Grundprisen på fyringsgasolie var også højst i Danmark og lavest i Tyskland. I alle tre lande steg grundprisen i løbet af perioden fra 1. kvartal 1999 til 1. kvartal 2000. Målt i procent steg grundprisen mest i Sverige og mindst i Danmark i løbet af perioden fra 1. kvartal 1999 til 1. kvartal 2000, jf. tabel 2.10.

**Tabel 2.10. Grundprisen på fyringsgasolie**

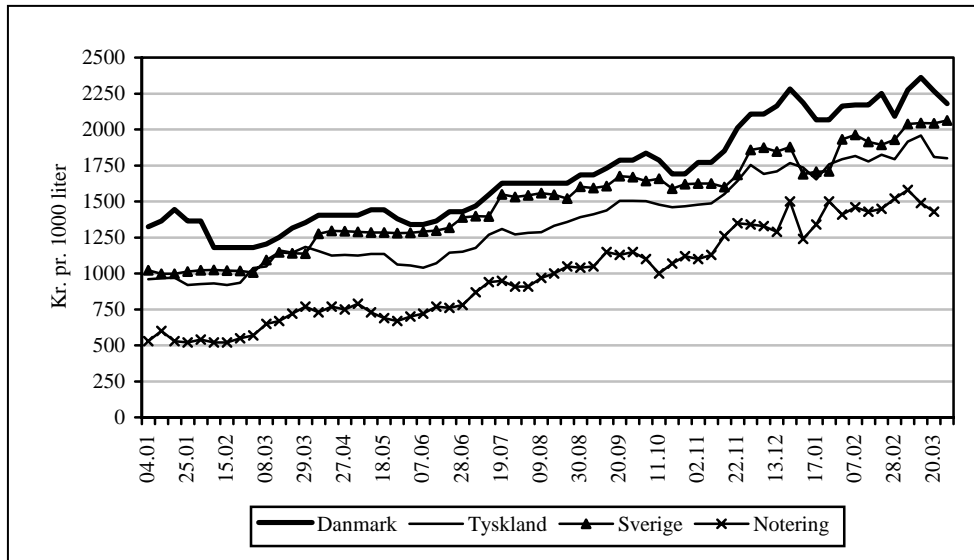
	1. kvartal 1999	1. kvartal 2000	Stigning i procent
Danmark	1285	2195	71
Tyskland	1008	1800	79
Sverige	1049	1908	82

Kilde: EU Oil Bulletin

Anm.: Tabellen viser den gennemsnitlige salgspris på diesel i kr. pr. 1000 liter.

Grundpriserne på fyringsgasolie er heller ikke steget jævnt gennem perioden, jf. figur 2. 8.

**Figur 2.8. Grundprisen på fyringsgasolie**



Kilde: EU's Oil Bulletin.

## **Kapitel 3: Analyse af priser og prisudvikling for benzin, diesellole og fyringsgasolie**

### **3.1. Indledning**

I det foregående kapitel blev priser og prisudvikling beskrevet. I dette kapitel bliver det undersøgt, hvad der har haft betydning for stigningerne i priserne på olieprodukterne. Desuden bliver prisforskelle og udviklingen i priserne på olieprodukterne mellem Danmark, Tyskland og Sverige analyseret.

### **3.2. Noteringen på råolien, transport og raffinering**

Prisen på råolie er bestemt af flere forhold.

For det første bevirkede den milde vinter på den nordlige halvkugle bevirket, at efterspørgslen efter benzin og autodiesel blev forøget. Når der efterspørges og fremstilles mere benzin og diesel, bliver der også fremstillet mere fyringsgasolie. Efterspørgslen efter fyringsgasolie steg ikke i samme grad, som efterspørgslen efter benzin og diesel, hvorved der opstod et overskud af fyringsgasolie. Samtidig bevirkede den milde vinter et fald i efterspørgslen efter fyringsgasolie til opvarmning

For det andet påvirkede OPEC's tilbageholdenhed med at udvinde råolie noteringen. Dette medvirkede til at øge noteringen på råolie fra gennemsnitlig \$11,1 til \$26,9 pr. tønde i løbet af perioden fra 1. kvartal 1999 til 1. kvartal 2000.

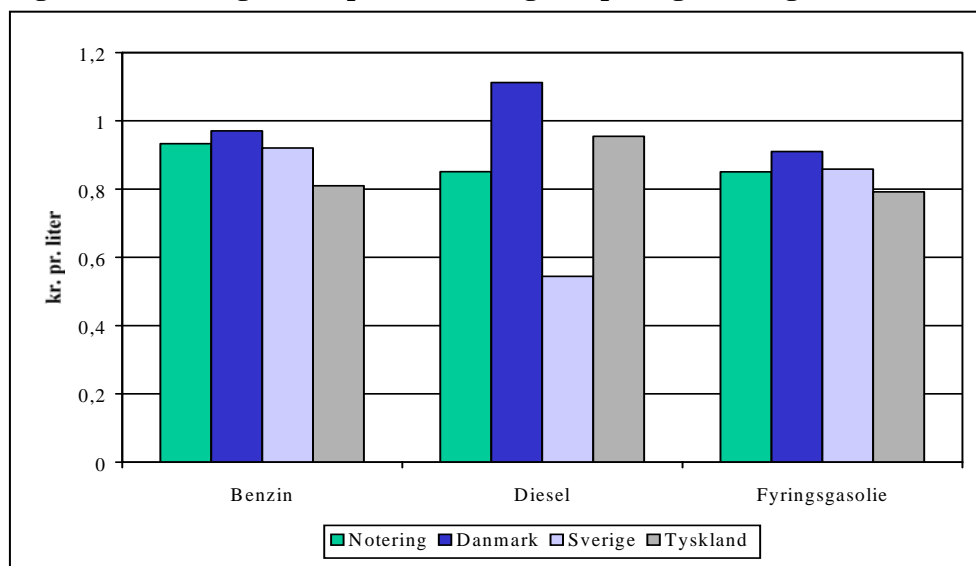
For det tredje havde udviklingen i dollarkursen betydning for noteringen på råolie. Dollarkursen er gennemsnitlig steget med 14% i løbet af perioden. Da råolien afregnes i dollar, betyder en stigning i dollarkursen, at råolien bliver dyrere i danske kroner, selvom noteringen er fast i dollars.

Prisen på de færdige olieprodukter steg ikke i samme takt som noteringen på produkterne. Noteringen på fx benzin steg med 93 øre pr. liter fra 1. kvartal 1999 til 1. kvartal 2000. I Danmark steg grundprisen dog med 97 øre pr. liter, mens grundpri-



sen i Sverige og Tyskland kun steg med henholdsvis 92 øre og 81 øre pr. liter i samme periode, jf. figur 3.1.

**Figur 3.1. Ændringen i olieprodukternes grundpris og noteringen i kroner**



Kilde: EU's Oil Bulletin.

Anm.: Figuren viser forskellen i absolutte tal mellem grundpriserne på olieprodukterne mellem landene fra 1. kvartal 1999 til 1. kvartal 2000 samt ændringen i noteringen på olieprodukterne over samme periode. Værdierne er i kr. pr. liter. I løbet af d. 1. januar 2000 er den type diesel, der indberettes priser på i Sverige blevet ændret. Det kan have påvirket tallene for diesel i Sverige.

Grundprisen på autodiesel steg mere i både Danmark og Tyskland end noteringen, mens grundprisen i Sverige steg mindre.

For fyringsgasolie er stigningerne i Danmark og Sverige større end stigningen i noteringen, mens stigningen er mindre i Tyskland.

Samlet kan det konstateres, at grundpriserne steg mere i absolutte tal i Danmark end i de to andre lande, samtidig med at stigningerne i absolutte tal i Danmark var større end stigningerne i noteringen for alle tre produkter, jf. figur 3.1.

Ændringerne i olieselskabernes grundpris set i forhold til noteringen kunne tyde på, at selskaberne ikke har været nødt til at sænke avancen for at undgå at miste omsætning. Uanset de observerede prisstigninger har kunderne ikke fravalgt olieprodukterne til fordel for andre produkter. At der således sælges nogenlunde den samme mængde varer uanset de observerede prisstigninger vil sige, at der er en lav priselasticitet i markederne.

En del af forklaringen på den dyre danske fyringsgasolie er, at fyringsgasolien i Danmark hovedsageligt bliver solgt i små mængder til parcelhusejere (typisk 1000 liter ad gangen), og der er typisk en række serviceydelser forbundet med leveringen. Afsætningen i Sverige og Tyskland er derimod koncentreret om kunder, der typisk aftager 2000-5000 liter ad gangen.

Det er Konkurrencestyrelsens vurdering, at denne forskel i distributionen kan forklare en del af forskellen mellem de danske og tyske grundpriser men ikke hele forskellen.

Dette forhold "frikender" imidlertid ikke den danske oliebranche, for også på dette område må sammenhængen mellem konkurrenceforholdene og omkostningerne antages at gå begge veje. Den styrkede priskonkurrence i Tyskland og til dels i Sverige har således betydet, at olieselskaberne i disse lande ofte kræver et omkostnings-tillæg ved leverancer af mindre mængder. I kraft af den svagere konkurrence i Danmark har olieselskaberne ikke været nødt til at indføre sådanne tillæg, men har i stedet valgt at bruge en del af avancerne på forbedret service som fx muligheden for leverancer med kort varsel eller uden for normal arbejdstid.

### 3.3. Grundpriserne

Efter olieprodukterne er blevet fremstillet i raffinaderierne, skal de sendes videre til tankstationerne eller forbrugerne. Denne transport foregår som oftest i tankbiler. I Østdanmark foregår en del af transporten gennem rørledninger fra Kalundborg til Hedehusene.

Afstanden fra oliefelterne til raffinaderierne og videre til tankstationerne eller forbrugerne må formodes at være mindre i Danmark end i Sverige og Tyskland. Dermed burde transportomkostningerne i Danmark være mindre, end den er i de to andre lande. Er avancen ens mellem landene, skulle den danske grundpris være lavere end den tilsvarende grundpris i de andre to lande. Grundpriserne er vist i tabel 3.1.

**Tabel 3.1. Sammenligning af grundpriserne på olieprodukterne**

	<b>Benzin</b>	<b>Diesel</b>	<b>Fyringsgasolie</b>
Danmark	2,42	2,45	2,20
Sverige	2,44	2,39	1,91
Tyskland	2,13	2,17	1,80

Kilde: EU's Oil Bulletin.

Anm.: Grundpriserne er i kroner pr. liter, og de er gennemsnitsværdier fra 1. kvartal 2000.

Den danske grundpris er imidlertid større end den tilsvarende pris i de andre lande på diesel og fyringsgasolie.

Som vist i afsnit 2.2 er der en del forskellige poster indeholdt i grundprisen. En af disse poster er selskabernes avance. Hvis de andre poster er nogenlunde ens mellem selskaberne i de forskellige lande, kunne de højere danske grundpriser forklares ved højere avancer hos de danske olieselskaber. Det er dog ikke muligt at udtale sig om, hvorvidt de øvrige poster, der rummes i grundprisen, er ens mellem selskaberne. En post som transportomkostninger må dog formodes kun at udgøre en beskedent del af den samlede grundpris.

### 3.4. Forhandleravancerne

Forskellene i grundpriserne kan også skyldes, at der er forskelle i forhandleravancen. Det undersøges derfor, om en del af forskellene mellem landene kan forklares ved forskelle i forhandleravancerne.

Den danske forhandleravance pr. liter benzin er noget større end den tilsvarende avance i Sverige, mens forhandleravancerne pr. liter autodiesel ligger tættere på hinanden, jf. tabel 3.2.

**Tabel 3.2. Forhandleravancerne i ører pr. liter**

	<b>Benzin</b>	<b>Autodiesel</b>
Danmark	34	23
Sverige	25	20

Kilde: Petroleumhandlens Riksförbund og Konkurrencestyrelsen.

Som nævnt i afsnit 2.2.2. er forhandleravancen for de store olieselskaber 34,32 øre pr. liter. Avancen for forhandlerne i alle de store selskaber er således ens.

Forhandleravancerne er påvirket af antallet af tankstationer og den gennemsnitlige gennemstrømning af olieprodukterne på tankstationerne.

Antallet af tankstationer på et marked har betydning for prisen. Er der mange små tankstationer, kan de ikke udnytte eventuelle stordriftsfordele. I Danmark er der mange små tankstationer, hvilket kan øge omkostningerne pr. tankstation. Den mængde, som hver tankstation sælger, har også betydning for prisen. Denne mængde kaldes for gennemstrømningshastigheden.

Som det fremgår af bilagstabel 2 og 3, er der mht. benzin en betydelig mindre gennemstrømning på de danske stationer end på de svenske og især på de tyske. For autodiesels vedkommende er der næsten samme gennemstrømning i Danmark som i Sverige, men en markant mindre gennemstrømning end i Tyskland.

### 3.5. Olieselskabernes avancer

Fjernes forhandleravancerne på benzin fra grundprisen, bliver den danske grundpris lavere end svenske grundpris, jf. tabel 3.3. Da olieselskabernes omkostninger til transport må formodes at være lavere i Danmark end i Sverige, er det dog svært at sige noget mere bestemt med hensyn til, om olieselskaberne har en større avance på deres salg til tankstationerne i Danmark end i Sverige.

Den danske grundpris uden forhandleravancer på diesel er højere end den tilsvarende pris i Sverige, jf. tabel 3.3. Er transportomkostningerne større i Sverige end i Danmark, bliver olieselskabernes margin dermed større i Danmark end i Sverige.

**Tabel 3.3. Grundprisen uden forhandleravancer**

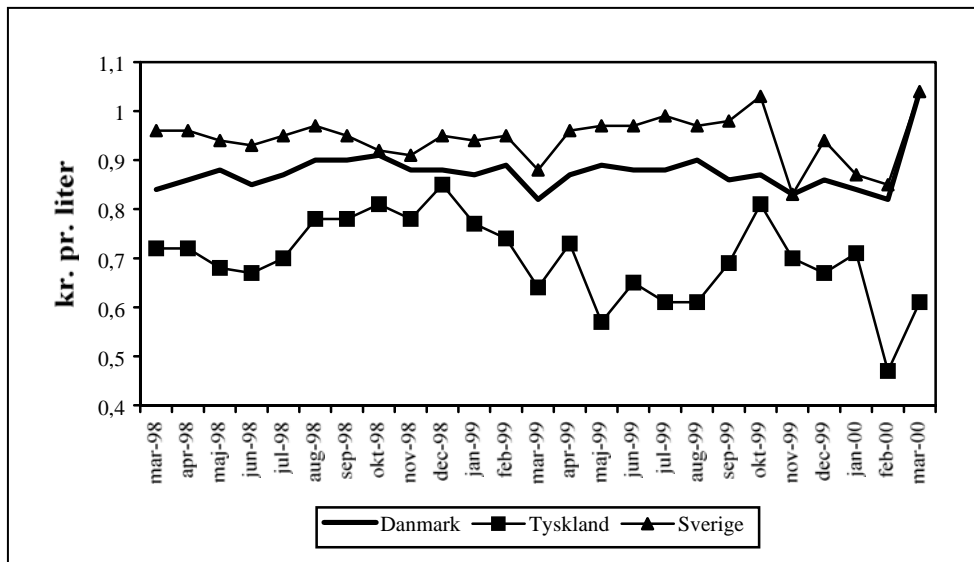
	<b>Benzin</b>	<b>Autodiesel</b>
Danmark	2,08	2,22
Sverige	2,19	2,19

Kilde: EU's Oil Bulletin, Petroleumhandlens Riksförbund og Konkurrencestyrelsen.

Anm.: Grundtallene uden forhandleravance er fra første kvartal 2000 og er i kr. pr. liter.

Bruttoavancen er forskellen mellem grundprisen og noteringen på produkterne. Den dækker både over forhandleravance, olieselskabernes avance og transport.

Forskellen mellem grundpris og noteringen for benzin er generelt en del højere i Sverige end i Danmark fra januar 1999 til januar 2000, mens Danmark lå på samme høje niveau, som Sverige i februar/marts 2000, jf. figur 3. 2.

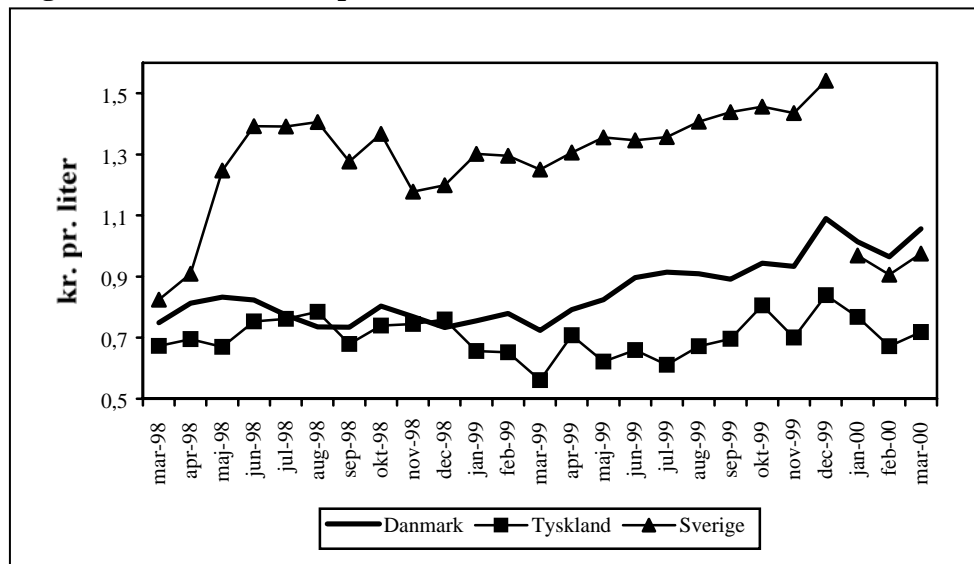
**Figur 3.2. Bruttoavance på benzin**

Kilde: EU's Oil Bulletin samt Platts oilgram price report

Anm.: Figuren viser det månedlige gennemsnit for grundpriserne fratrukket det månedlige gennemsnit for noteringen.

Forskellen mellem grundpris og notering i Tyskland var væsentligt og konstant mindre.

Den danske bruttoavance på autodiesel var i gennem det meste af den toårige periode mindre end den tilsvarende avance i Sverige men højere end den tyske, jf. figur 3.3.

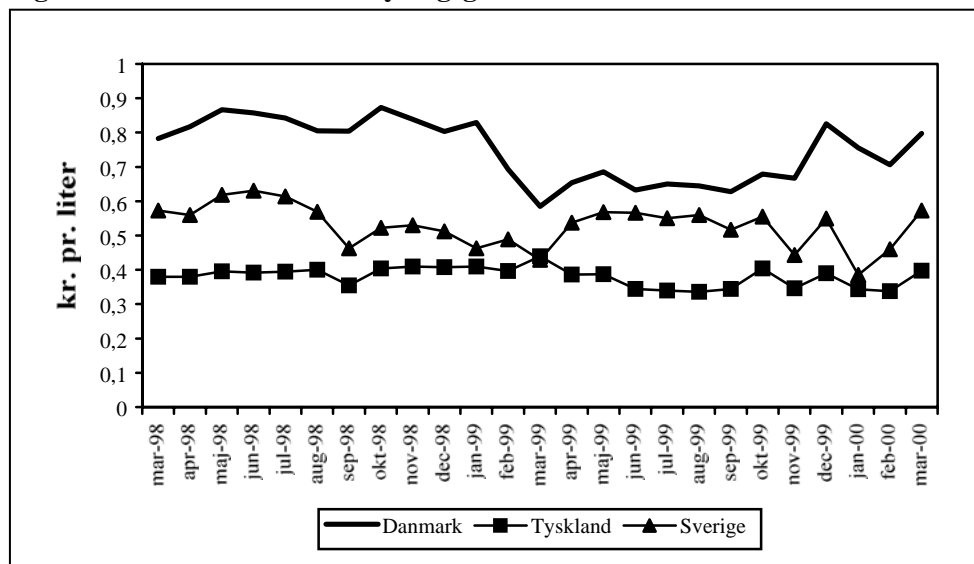
**Figur 3.3. Bruttoavance på autodiesel**

Kilde: EU's Oil Bulletin samt Platts oilgram price report

Anm.: Figuren viser det månedlige gennemsnit for grundpriserne fratrukket det månedlige gennemsnit for noteringen. Efter den 1.1.2000 er typen af diesel, som Sverige indberetter priser på til EU-Kommissionen ændret, hvorfor der kommer et fald i grafen.

De danske olieselskaber havde dermed en større bruttoavance end de tyske selskaber, og således mulighed for en større indtjening pr. liter end de tyske selskaber. I forhold til den svenske bruttoavance havde de danske selskaber dog en mindre margin.

Bruttoavancen på fyringsgasolie var gennem den toårige periode højest i Danmark. Den danske bruttoavance var væsentlig højere end både den tyske og svenske bruttoavance, jf. figur 3.4.

**Figur 3.4. Bruttoavance for fyringsgasolie**

Kilde: EU's Oil Bulletin samt Platts oilgram price report

Anm.: Figuren viser det månedlige gennemsnit for grundpriserne fratrukket det månedlige gennemsnit for noteringen.

### 3.6. Afgifter

Forskelle i afgifter og moms mellem landene kan forklare en mindre del af forskellene i salgspriserne.

Den danske benzinafgift er lavere end den tyske, idet den er på 3,86 kr. pr. liter ekskl. moms og inkl. miljøbidrag, mens den tyske er på 4,25 kr. pr. liter ekskl. moms og inkl. beredskabslagerafgift. Den danske momssats er dog højere end den tyske, idet den danske momssats er på 25%, mens den tyske er på 16%. Hvis man med udgangspunkt i den tyske listepri ekskl. afgifter og moms lægger dansk afgift og moms på prisen, kan ca. 5 øre af forskellen mellem den danske og den tyske listepri forklares af forskelle i afgiftsniveauer og moms, jf. tabel 3.4.

Prisforskellen ligger mellem 0,98 kr. og 1,28 kr. pr. liter, når man ser på listepri. Når priserne renses for afgifter og moms, er prisforskellen 0,73 kr. – 0,99 kr. pr. liter, som dermed er et udtryk for den danske meravance, jf. tabel 3.4. (4. kolonne).

For forbrugerne er merprisen imidlertid ikke kun de danske selskabers meravance men også momsen (25 %) af meravancen. Tages der hensyn hertil fås et højere beløb, jf. tabel 3.4 (5. kolonne).

**Tabel 3.4. Prisforskel på benzin mellem Danmark og Tyskland med/uden afgifter og moms**

Kr. pr. liter	Listepris i DK, inkl. afgift og moms	Den tyske listepris i grænseområdet inkl. afgift og moms	Faktisk prisforskel i.f.t. den danske listepris, inkl. afgift og moms	Forskellen i den danske listepris ekskl. moms og afgifter og den tyske listepris ekskl. moms og afgifter.	Forskel som følge af forskellige avancer plus moms af meravancen	Forskel som følge af afgift og momsdifferencer
21. feb. 2000	8,23	6,95	1,28	0,99	1,24	0,04
13. marts 2000	8,54	7,39	1,15	0,86	1,08	0,07
14. marts 2000 skøn <sup>1</sup>	8,39	7,39	1,00	0,74	0,93	0,07
10. april 2000	8,32	7,19	1,13	0,85	1,07	0,06
11. april 2000 skøn <sup>1</sup>	8,17	7,19	0,98	0,73	0,92	0,06

Kilde: Skatteministeriet

Anm.: Prisen for den blyfri oktan 95 benzin blev nedsat den 14. marts og 11. april. Begge gange med 15 øre pr. liter inkl. moms. I beregningerne er det antaget, at listeprisen ved den tyske grænse og i Flensborg er den samme hhv. den 13. marts 2000 og den 14. marts 2000, samt den 10. april og den 11. april 2000.

Da den tyske pris er listeprisen, er der dog på den anden side ikke taget hensyn til rabatter i denne pris. Trækkes eventuelle rabatter fra den tyske pris, vil forskellen mellem den tyske og den danske pris være større.

Den overvejende del af prisforskellen over grænsen mellem listepriserne er således rabatter, en højere avance i Danmark samt en moms på 25 % af ”meravancen”.

En sammenligning mellem de danske og de svenske priser for blyfri oktan 95 benzin viser, at der var en prisforskel mellem Danmark og Sverige på 2 øre pr. liter i dansk favør den 10 april 2000. Uden afgifter og moms var forskellen 8 øre i svensk favør.



**Tabel 3.5. Prisforskelle på benzin mellem Danmark og Sverige med og uden afgifter og moms**

Blyfri 95	Pris i Danmark 10.april 2000	Pris i Sverige 10.april 2000	Faktisk Prisforskel
Detailpris med moms(listepris)	8,32	8,34	-0,02
Moms	1,66	1,67	
Detailpris uden moms	6,66	6,67	-0,01
Punktafgift (for dampretur)	3,84	3,95	
Korrektion for benzenindhold	-0,02		
Beredskabslagerafgift			
Miljøpuljegebyr (ORM)	0,04		
Pris uden afgifter og moms	2,80	2,72	0,08

Kilde: Skatteministeriet og Trafikinfo den 10. april 2000.

For så vidt angår diesellole, betyder forskelle i afgiftsregler m.v. mellem Danmark og Tyskland, at den danske afgift er omkring 20 øre mindre pr. liter end den tyske. Den danske afgift er også mindre end den svenske.

### 3.6. Grænsehandelsproblematikken

Grænsehandelsproblematikken er først og fremmest relevant i forhold til Tyskland.

Benzin er en meget følsom grænsehandelsvare, og benzinpriser over det tyske niveau vil give økonomiske tab gennem øget grænsehandel.

Ses der på forholdet mellem priserne i Danmark, områderne i Tyskland syd for den danske grænse og det øvrige Tyskland er der tilsyneladende en tendens til, at prisen ved den dansk/tyske grænse er lavere end i det øvrige Tyskland, jf. tabel 3.6.

**Tabel 3.6. Benzinpriserne i Danmark og grænseområdet den 13. marts 2000**

	Listepriisen inkl. afgifter og moms (kr. pr. liter)
Listepriisen i Danmark	8,54
Listepriisen ved den tyske grænse	7,39
Listepriisen i Flensborg by	7,39
Gennemsnitlig listepriis i Tyskland	7,54

Kilde: Skatteministeriet.

Anm.: Tabellen viser listepriisen i kr. pr. liter. Tallene er fra d. 13. marts 2000. Forskellen denne dato vurderes at være repræsentativ for forskellen mellem områderne.

Prisforskellen den pågældende dag er således 15 øre mindre ved grænsen end den gennemsnitlige tyske listepriis.

Det er kendt, at danske bilister i større antal kørte til Tyskland i sidste halvdel af 1980'erne for at tanke benzin. Dengang var der 2-3 kr. pr. liter at spare i grænseområdet.

De danske grænser passeres årligt af et stort antal bilister. Der er ca. 9 mio. benzinpersonbiler, der årligt kører ud af Danmark. Det vil sige, at grænsen årligt krydses af ca. 18 mio. benzinpersonbiler.

Der er således uden tvivl et stort potentiale for ændring i grænsehandlen ved et anderledes tankningsmønster. Spørgsmålet er, hvor stor en del af dette potentiale, der udnyttes, og hvor store prisforskellene skal være før, de i alle tilfælde passerende bilister reagerer.

Ud fra en beregning vurderes det, at det er forholdsvis store mængder benzin, der kan flyttes ved prisforskelle mellem landene. I forhold til, at priserne er ens på begge sider af grænsen i udgangspunktet, vil en isoleret dansk prisstigning på 50 øre pr. liter formentlig kunne flytte mellem 55 og 150 mio. liter. Ved en dansk prisstigning på 1 kr. pr. liter vil der blive flyttet mellem 110 og 225 mio. liter. I tabellen nedenfor er ændringen i grænsehandlen med benzin vist ved en isoleret dansk prisstigning.

**Tabel 3.7. Ændring i grænsehandlen med benzin**

Ændring i benzinafgift:	Mio. liter
+30 øre/l	33-105
+50 øre/l	55-150
+100 øre/l	110-225
+200 øre/l	220-300

Kilde: Skatteministeriet.

Det relativt store spænd over, hvor meget grænsehandlen vil stige ved især mindre prisforskelle, skyldes forskellige antagelser. Minimumstallet fås, hvis man antager, at der er en lineær sammenhæng mellem grænsehandlen og forskelle i benzinafgifterne. Maksimumstallet fås, hvis man antager, at der ikke er en lineær sammenhæng mellem grænsehandlen og forskelle i benzinafgifterne, og at grænsehandlen stiger mere ved en given prisforhøjelse, når priserne i udgangspunktet er i balance.

Forskellen mellem de to skøn skyldes forskellige opfattelser af de mekanismer, der er af betydning for grænsehandlen og forskellige vurderinger af de tilgængelige data og foretagne beregninger.

For det første vil en stigning i den danske benzinpris øge besparelsen ved at tage på grænsehandel.

For det andet vil en stigning i benzinprisen påvirke tankningsmønsteret for alle de bilister, der uanset benzinpriserne ville have passeret grænserne. Dette giver en ikke lineær sammenhæng.

En anden måde at betragte prisforskellen mellem Danmark og Tyskland på er ved at beregne, hvor langt det kan betale sig at køre for at tanke ved en given prisforskel mellem Danmark og grænseområdet. Hvis der er en isoleret afgiftsstigning i Danmark, så prisforskellen mellem Danmark og Tyskland bliver på 2 kr., vil det i bedste fald kunne svare sig at køre fra Esbjerg og Kolding til grænsen bare for at handle benzin. I denne situation vil der maksimalt blive flyttet 260 mio. liter benzin. Beregningen er vist i boks 3.1.

### **Boks 3.1. Beregning af potentialet ved en isoleret afgiftsstigning i Danmark**

Hvis der er en prisforskel mellem Danmark og grænseområdet, vil det kunne betale sig at køre til grænseområdet for at tanke. Ved en lille prisforskel er det begrænset, hvor langt det kan betale sig at køre for at tanke. I denne boks bliver det beregnet, hvor langt det maksimalt vil kunne svare sig at køre. I beregningerne er der ikke taget højde for, at en ændring i prisen på benzin kan være den faktor, som gør det attraktivt at køre til grænseområdet for også at købe andre produkter, idet den samlede værdi af et indkøb i grænseområdet er blevet billigere. Der er heller ikke taget højde for at øget kørsel også øger omkostningerne ved

at eje en bil, eller at den tid, som det tager for bilisterne at køre til grænseområdet, udgør en værdi for bilisterne.

Ved en prisforskel i grænseområdet tanker bilister, som krydser grænsen, hvor benzinen er billigst. Det må dermed forventes, at en del af de 18 mio. biler, som hvert år krydser grænsen, tanker i grænseområdet, hvis det er billigere end i Danmark.

Antagelser:

En bil kører 12 km pr. liter. En tank kan rumme 50 liter.

Prisen i grænseområdet er 7,39 kr. pr. liter, som den var det d. 13. marts 2000.

Ved en prisforskel på 10 øre, vil bilisterne spare 5 kr. på at køre til Tyskland. For denne besparelse vil de kunne købe 0,67 liter benzin ekstra i grænseområdet og køre 8 km, hvorved bilister, som maksimalt bor 4 km fra grænsen, vil kunne opnå en besparelse ved at tanke i det tyske grænseområde.

Ved den prisforskel på 1,15 kr., som der var den 13. marts, vil det maksimalt kunne svare sig for bilister, som bor 47 km fra grænseområdet at køre dertil for at fylde deres benzintank.

Stiger afgifterne i Danmark isoleret med henholdsvis 25, 50, 85, 100 og 200 øre i forhold til den 13. marts, vil det dermed maksimalt kunne svare sig at køre henholdsvis: 57, 67, 81, 87 og 128 km for bare at tanke i grænseområdet.

For at få et indtryk af, hvor mange liter benzin, der vil blive flyttet over grænsen ved en ensidig dansk afgiftsstigning, beregnes det, hvor meget benzin, der forbruges i de områder, der er nævnt i afsnittet ovenfor. Beregningen bygger på den forenkling, at der er det samme benzinförbrug i alle dele af Danmark.

I Danmark var det samlede benzinförbrug i 1998 på 2,7 mia. liter. I Sønderjyllands amt findes 5,32% af det samlede antal personbiler i Danmark. Dermed må det forventes, at det samlede benzinförbrug i Sønderjyllands amt udgør ca. 144 mio. liter benzin. Ribe amt udgør 4,39% af alle personbiler i Danmark, hvorved forbruget i Ribe amt udgør 119 mio. liter, mens Vejle amt udgør 7,08% af det samlede benzinförbrug, hvilket svarer til 191 mio. liter benzin.

Det blev før beregnet, at hvis der var en isoleret dansk afgiftsstigning på 85 øre i forhold til i dag, så ville det kunne svare sig at køre 81 km for at tanke. Det vil dermed kunne svare sig at køre både fra Esbjerg og Kolding. Dermed vil det kunne svare sig for alle i Sønderjyllands amt at køre til grænsen, samt en stor del af borgerne i Ribe amt og godt en femtedel af Vejle amts borgere. Det vil i bedste fald svare til, at der vil blive flyttet 260 mio. liter, hvis der er en prisforskel mellem Danmark og grænseområdet på 2 kr.

Tallet er dog meget usikkert, da det bygger på en række antagelser og forbehold.

Samlet er det vurderingen, at stigningen i grænsehandlen ved afgiftsforskellene mellem landene ligger et sted mellem de to yderpunkter i tabel 3.7. For en stigning i afgiftssatsen på 85 øre i forhold til prisforskellen på 1,15 kr. d. 13. marts, vil der skønmæssigt blive flyttet et sted mellem 220 – 300 mio. liter benzin på årsbasis.

### 3.7. Europæiske sammenligninger

For at se, om nogle lande over længere tid har haft priser, som er højere eller lavere end det europæiske gennemsnit, sammenlignes grundpriserne på olieprodukterne mellem landene.

Den danske grundpris på benzin har ligget omkring EU-gennemsnittet gennem perioden fra 1997 til 2000, jf. tabel 3. 8.

**Tabel 3.8. Grundpriser for benzin i europæiske lande**

	1. kvartal 1997	1. kvartal 1998	1. kvartal 1999	1. kvartal 2000
Belgien	1,89	1,68	1,38	2,33
Danmark	1,87	1,70	1,45	2,42
Tyskland	1,74	(1,57)	1,32	(2,13)
Grækenland	1,75	(1,52)	1,42	2,38
Spanien	1,78	1,62	1,37	(2,18)
Frankrig	(1,50)	(1,42)	(1,12)	(2,15)
Irland	2,07 *	1,86 *	1,55 *	(2,27)
Italien	1,98 *	1,80	1,54 *	2,48
Luxemburg	1,86	1,72	1,44	2,42
Holland	2,01 *	1,85 *	1,64 *	2,61 *
Østrig	2,22 *	2,14 *	1,73 *	2,48
Portugal	1,82	1,76	1,41	2,92 *
Finland	1,80	1,68	(1,27)	2,45
Sverige	1,89	1,81 *	1,52 *	2,44
Storbritannien	(1,48)	(1,49)	(1,06)	(2,16)
EU, gns.	1,84	1,71	1,41	2,39

Kilde: EU's Oil Bulletin.

Anm.: Priserne er i kr. pr. liter. ”\*” betyder, at grundprisen er mindst 10 øre. pr. liter over EU-gennemsnittet, mens ”( )” betyder, at grundprisen er mindst 10 øre lavere end EU-gennemsnittet.

Grundpriserne i Holland, Irland og Østrig ligger alle over 10 øre pr. liter højere end EU-gennemsnittet set over en længere tidshorisont, mens lande som Frankrig og

Storbritannien for det meste ligger 10 øre pr. liter under EU-gennemsnittet, jf. tabel 3.8.

Med hensyn til priserne på autodiesel ligger lande som Finland, Irland og Østrig over EU-gennemsnittet, mens lande som Frankrig, Grækenland, Storbritannien og Tyskland ligger under, jf. tabel 3.9. I det første kvartal af 2000 ligger Danmark over EU-gennemsnittet efter at have ligget på linje med gennemsnittet i foregående tidsrum.

**Tabel 3.9. Grundpriser for autodiesel i forskellige europæiske lande**

	1. kvartal 1997	1. kvartal 1998	1. kvartal 1999	1. kvartal 2000
Belgien	1957 *	1700	1409	2377
Danmark	1849	1560	1342	2454 *
Tyskland	1854	(1505)	(1210)	(2165)
Grækenland	(1534)	(1320)	(1103)	(2075)
Spanien	(1707)	(1487)	1303	(2149)
Frankrig	(1624)	(1372)	(1071)	(2113)
Irland	2396 *	2014 *	1662 *	2420 *
Italien	1872	1647	1412	2384 *
Luxemburg	(1671)	1530	1304	2258
Holland	1945	1691	1485 *	2403 *
Østrig	2158 *	1912 *	1577 *	2352
Portugal	1761	1634	1303	(1661)
Finland	1913	1812 *	1587 *	2647 *
Sverige	1895	1591	1850 *	2394 *
Storbritannien	(1571)	(1495)	(1052)	2383 *
EU, gns.	1847	1618	1378	2282

Kilde: EU's Oil Bulletin

Anm.: Priserne er i kr. pr. liter. "\*" betyder, at grundprisen er mindst 100 kr. pr. 1000 liter over EU-gennemsnittet, mens "(") betyder, at grundprisen er mindst 100 kr. pr. 1000 liter lavere end EU-gennemsnittet.

Sammenlignes grundpriserne på fyringsgasolie, ligger den danske grundpris på fyringsgasolie over EU-gennemsnittet på alle tidspunkterne, hvilket også er kendetegnet for Italien og Holland, mens Frankrig med én observation ligger inden for intervallet på 100 kr. pr. 1000 liter, jf. tabel 3.10. Grundpriserne i Belgien, Grækenland og Storbritannien ligger alle 100 kr. pr. 1000 liter under EU-gennemsnittet.

**Table 3.10. Grundpriser i europæiske lande for fyringsgasolie**

	1. kvartal 1997	1. kvartal 1998	1. kvartal 1999	1. kvartal 2000
Belgien	(1341)	(1107)	(865)	(1654)
Danmark	1826 *	1594 *	1285 *	2195 *
Tyskland	1485	(1202)	1008	(1800)
Grækenland	(1316)	(1117)	(878)	(1778)
Spanien	(1382)	(1137)	963	1850
Frankrig	1687 *	1423 *	1167 *	2031
Irland	1529	1271	981	2376 *
Italien	1747 *	1583 *	1351 *	2184 *
Luxemburg	1592	1345	1074	1933
Holland	1681 *	1480 *	1276 *	2147 *
Østrig	1552	1237	1011	1906
Portugal				
Finland	1526	1245	983	(1734)
Sverige	1617	1393	1049	1908
Storbritannien	(1389)	(1172)	(892)	(1768)
EU, gns.	1548	1307	1056	1947

Kilde: EU's Oil Bulletin

Anm.: Priserne er i kr. pr. liter. "\*" betyder, at grundprisen er mindst 100 kr. pr. 1000 liter l over EU-gennemsnittet, mens "(") betyder, at grundprisen er mindst 100 kr. lavere end EU-gennemsnittet. I EU's Oil Bulletin er priserne på fyringsgasolie i Portugal ikke oplyst.

Samlet kan det sluttet, at de danske grundpriser på benzin og autodiesel ligger på linje med EU-gennemsnittet, mens grundprisen på fyringsgasolie er blandt EU's højeste.



## **Kapitel 4: Afgiftspolitiske, miljøpolitiske, forbrugerpolitiske og konkurrencepolitiske synspunkter og forslag**

### **4.1. Indledning**

I det foregående kapitel blev det konkluderet, at det især er udviklingen i noteringen, der har bevirket stigningen i prisen på olieprodukterne, og at de danske priser for benzin og autodiesel ligger på linje med de europæiske gennemsnitspriser. De danske priser på fyringsgasolie er dog noget højere end i de andre to lande, og den danske avance synes relativt høj.

I dette kapitel bliver de afgiftspolitiske, forbrugerpolitiske og konkurrencepolitiske aspekter af udviklingen analyseret. Samtidig bliver der stillet forslag om, hvordan der kan skabes øget gennemsigtighed for forbrugerne.

### **4.2. Afgifts- og miljøpolitiske synspunkter**

Benzin- og dieselafgiftspolitikkerne i Danmark er en afvejning af flere forskellige hensyn. Disse er:

- hensynet til miljøet, fx CO<sub>2</sub>-udledningen.
- hensynet til grænsehandlen.
- hensynet til den erhvervsmæssige transports konkurrenceevne.
- hensynet til samfundets behov for et effektivt transportsystem.
- hensynet til statens indtægter.

Den danske benzinafgiftspolitik og den danske dieselolieafgiftspolitik er løbende ajourført gennem årene med henblik på at fremme en mere miljørigtig adfærd.

Benzinafgiftspolitikken er tilrettelagt således, at afgiftssatsen på blyholdig benzin er højere end på blyfri benzin. Det har i praksis betydet, at der siden midten af 1990'erne ikke er solgt blyholdig benzin i Danmark. Benzinafgiften er desuden differentieret efter indhold af benzen. Endelig er der for at begrænse udslippet af benzindampe ved tankning af biler blevet indført en afgiftsdifferentiering mellem benzintanke med og uden dampretur.

Afgiften på dieselolie er differentieret efter svovlindholdet. Differentieringen har til hensigt at erstatte de mindre svovlfattige dieselkvaliteter med en svovlfattig kvalitet og dermed reducere forureningen med partikler fra dieslbiler.

### 4.2.1. Benzinafgiften

Benzinafgiften giver såvel incitament til at vælge en benzinøkonomisk bil som til at begrænse kørslen. Jo mindre benzinøkonomisk en bil er, jo mere brændstof skal den bruge. En VW Passat, der kører 10,4 km pr. liter benzin, skal eksempelvis bruge godt 500 liter benzin mere ved en årlig kørsel på 15.000 km end en VW Polo, som kører 16 km pr. liter. Det betyder en årlig merudgift i form af benzinafgifter på omkring 1.900 kr.

En forhøjelse af brændstofafgifterne vil i princippet have relativ stor virkning på CO<sub>2</sub>-udslippet. Det skyldes, at en forhøjelse af brændstofafgifterne påvirker såvel kørselsomfanget som sammensætningen af bilparken. Jo højere prisen på brændstof er, jo større er forbrugernes incitament til at køre mindre og til at vælge biler med høj energieffektivitet.

Siden 1992 er afgiften på benzin steget med 1,49 kr. pr. liter. I samme periode er afgiften på benzin steget knap 40 % mere end forbrugerpriserne. Stigningen i benzinafgiften i 1990'erne er et brud med udviklingen i perioden fra midten af 1980'erne og frem til starten af 1990'erne, hvor benzinafgiften steg mindre end den generelle inflation<sup>4</sup>.

### 4.2.2. Afgiften på dieselolie

Den danske dieselaftgift er af hensyn til miljø- og trafikpolitiske mål så høj som mulig, uden at hensynet til danske vognmænds konkurrenceevne og grænsehandlen sættes over styr. Det mål kan opnås, hvis den danske afgift holdes 10-20 øre pr. liter under den tyske afgift. Hvis den danske afgift holdes på dette niveau, er den i øvrigt mere end 10-20 øre pr. liter under den svenske afgift.

Med moms er prisen på dieselolie højere i Danmark end i Tyskland. For vognmænd og andre momspligtige erhverv er det prisen uden moms, der er relevant at se på.

Forskelle i afgiftsregler med videre mellem Danmark og Tyskland er i dag på omkring 20 øre pr. liter i dansk favør, hvilket er bedre end for et år siden. Også i forhold til Sverige er den danske afgift mindre.

Når en vognmand tanker dieselolie, afhænger afgiften på diesel ikke af vognmandens nationalitet, men af det land hvor vognmanden tanker.

---

<sup>4</sup>Trafikministeriet, Begrænsning af transportsektorens CO<sub>2</sub>-udslip, side 47-48.

Vognmænd, der er beskæftiget med udenlandske transportere, vil normalt indrette tankningerne efter, hvor dieselolien er billigst. Som udgangspunkt vil en forhøjelse af fx den danske afgift derfor ikke ændre ved konkurrenceforholdet mellem danske og udenlandske vognmænd.

Hvis den danske dieselolie er billigst såvel før som efter en dansk forhøjelse af dieselsafgiften, vil omkostningerne stige lige meget for alle vognmænd uanset nationalitet.

Ændringer i dieselsafgiften er derfor som udgangspunkt konkurrenceevneneutrale for vognmændene. Da vognmændene på internationale transportere er i konkurrence, vil en ensartet omkostningsstigning blive væltet over i højere fragtrater. Netop fordi indtjeningen er presset af konkurrencen, kan man være sikker på, at der sker overvæltning.

Det skal imidlertid understreges, at mens afgifterne er helt ens uanset vognmændenes nationalitet, kan der være forskelle i priserne uden afgift. Hvis der fx er forskelle i rabatter mellem udenlandske og indenlandske vognmænd, kan det få betydning for tankningsmønstret, når afgifterne i to nabolande er tæt på balance.

### **4.3. Forbrugerpolitiske synspunkter**

#### **4.3.1. Effekten af bonus- og rabatsystemerne for forbrugeren**

Som det fremgår af markedsbeskrivelsen under afsnit 2.1.4, er olieselskabernes listepreiser stort set ens, og ændringerne i priserne på de forskellige olieprodukter sker næsten samtidigt. Olieprodukter er endvidere som udgangspunkt standardvarer, hvorfor selskabernes eventuelle forsøg på at konkurrere på kvaliteten, næppe påvirker forbrugeren i videre omfang. Ydelse af rabat og bonus indgår derfor som et væsentligt konkurrenceparameter på olieområdet. Forbrugerpolitisk kan der samtidig være en formodning for, at anvendelsen af loyalitetsprogrammer, herunder rabatter, som defineret nedenfor, kan bevirke, at forbrugernes mobilitet hæmmes til skade for konkurrencen.

Loyalitetsprogrammernes formål er at etablere en længerevarende relation mellem forbrugeren og udbyderen. De er kendetegnet ved en forskelsbehandling mellem de forbrugere, der er medlemmer, og de forbrugere, der veksler mellem forskellige indkøbssteder. Udbyderen søger således at skabe loyale kunder ved at yde en eller anden fordel, typisk i form af en rabat, og derved knytte kunden til selskabet. For den erhvervsdrivende handler det om, at loyale kunder er mindre omkostningskrævende og mindre prisfølsomme, end kunder generelt er.

Ifølge selskabernes egne oplysninger yder de fleste af dem rabat eller bonus ved køb af benzin og anvender således i et eller andet omfang loyalitetsprogrammer.

Ud fra et forbrugerpolitisk synspunkt er det umiddelbart en fordel, at selskaberne konkurrerer på prisen ved forskellige tilbud om rabatter eller bonus, hvorved den gennemsnitlige pris bliver lavere. I det omfang selskaberne indbyrdes opererer med forskellige rabatter med hensyn til størrelse og form, kan det imidlertid medføre, at den reelle pris bliver mere uigennemskuelig for forbrugeren. Hvis selskaberne endvidere yder organiseret rabat, dvs. rabat til bestemte grupper, uden at oplyse om dette i overensstemmelse med reglerne herom, forstærkes prissløringen. Endvidere kan en høj grad af loyalitet over for en bestemt virksomhed forskyde motivationen for forbrugsvalget væk fra hovedhensynene, bedømmelsen af pris og kvalitet.

#### **4.3.2. Forbrugerbeskyttende regler**

Som centrale regler af betydning for forbrugerbeskyttelsen kan nævnes reglerne i prismærkningsloven, registerloven og markedsføringsloven. Flere elementer kan virke slørende ved en vurdering af, hvad varens pris egentlig er. Der er i vidt omfang taget højde herfor i den nævnte lovgivning.

##### **4.3.2.1. Markedsføringsloven**

I medfør af markedsføringslovens § 1 må de erhvervsdrivende ikke foretage handlinger, som strider imod god markedsføringsskik.

Erhvervsdrivende må endvidere ikke anvende urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser i markedsføringen, hvilket følger af markedsføringslovens § 2.

Derudover indeholder markedsføringsloven §§ 6-9 regler om, at erhvervsdrivende ikke må yde tilgift, eller hvad der må sidestilles hermed, ved salg af varer eller tjenesteydelser til forbrugere, regler om forbud mod egentlige rabatmærker og værdikuponer, som forbrugeren skal indsamle på forhånd, samt forbud mod købsbetingede konkurrencer.

##### **4.3.2.2. Prismærkningsloven**

Ifølge prismærkningslovens bestemmelser har detailhandlere pligt til tydeligt at angive nettokontantprisen for de udbudte varer, dvs. det beløb der skal betales ved kassen inklusive moms og andre afgifter. I medfør af prismærkningsloven er der udstedt en bekendtgørelse (nr. 500 af 22. juni 1995), der særligt regulerer prisskiltning for motorbrændstof. Det fremgår af bekendtgørelsen at alle benzin- og dieselpumper på ethvert salgssted for motorbrændstof skal være forsynet med oplysning

om nettosalgsprisen inkl. moms og andre afgifter pr. liter af de udbudte typer og kvaliteter af benzin og autodiesel.

Hvis den erhvervsdrivende giver rabat eller andre fordele til medlemmer af foreninger, organisationer eller bestemte persongrupper, skal der endvidere skiltes tydeligt med dette ved samtlige indgangsdøre til forretningen. Derudover skal den erhvervsdrivende på opfordring forevise kunderne en liste med mere detaljerede oplysninger om, hvilke varer der er omfattet af rabatten eller fordelene, til hvem rabatten eller fordelene bliver givet samt størrelsen i beløb eller procent.

Formålet med reglerne om organiseret rabat er at få de skjulte rabatter, som erhvervsdrivende yder til bestemte grupper af forbrugere, frem i lyset og derved skabe øget prisgennemsigtighed.

#### **4.3.2.3. Lov om private registre**

Indsamling, registrering og anvendelse af neutrale og personfølsomme oplysninger i forbindelse med loyalitetsprogrammer må ikke krænke den enkeltes integritet, og oplysninger må kun registreres i det omfang, registreringen er et naturligt led i den normale drift. Registerloven indeholder endvidere regler om registrering, anvendelse, videregivelse og sletning af oplysninger, som den erhvervsdrivende skal overholde.

#### **4.3.3. Forbrugerombudsmandens praksis**

På baggrund af erhvervslivets øgede interesse for individualisering af forbrugerne i afsætningsøjemed og udviklingen i anvendelse af loyalitetsprogrammer i forbrugerforhold, udarbejdede de fire forbrugerombudsmande fra de nordiske lande i 1996 en fælles vejledning om loyalitetsprogrammer til virksomhederne.

Vejledningen indeholder retningslinier for de kriterier, der bør iagttages ved udformningen af et loyalitetsprogram og omhandler således betingelserne ved ind- og udmeldelse, registrering og anvendelse af oplysninger, krav om gennemskuelse, udbud der vedrører børn, særlige forhold i forbindelse med kunde-, betalings- og kreditkort og krav om skiltning med priser.

For at et loyalitetsprogram kan leve op til principperne for god markedsføringskik, må det enkelte program være tilstrækkeligt gennemskueligt og sikre forbrugeren et rimeligt beslutningsgrundlag samt overholde markedsføringsloven samt speciallovgivningen, herunder bl.a. registerloven og prismærkningsloven.

Bonussystemer, der anvender progressive kriterier for optjening og stærkt differentierede rabatter, virker prisslørende. Andre faktorer som krav til minimumskøb forinden tilskrivning, optjening og løbende forældelse af opsparet bonus har tillige en prisslørende virkning.

Bindinger i bonusprogrammer, der gør det vanskeligt eller illusorisk for medlemmerne at anvende de optjente point på en hensigtsmæssig måde, vil som udgangspunkt være i strid med god markedsføringsskik.

I forretninger, der opererer med et loyalitetsprogram, og hvortil der er adgang for ikke-medlemmer, skal varerne som minimum mærkes med ikke-medlemsprisen.

Sammenfattende kan kravene til loyalitetsprogrammer opstilles som følgende:

- Tilmelding skal være frivillig
- Rettigheder og forpligtelser skal fremstå skriftligt og utvetydigt ved aftalens indgåelse
- Registrerede oplysninger skal administreres etisk forsvarligt
- Proportional og udifferentieret optjening af bonus
- Der bør ikke opstilles regler om løbende forældelse
- Der bør ikke udbydes præmiekonkurrencer.

#### **4.3.4. Forbrugerombudsmandens opfølgning på vejledningen om loyalitetsprogrammer**

Forbrugerombudsmanden foretog på baggrund af den førnævnte vejledning i 1999 en undersøgelse af udvalgte loyalitetsprogrammer med henblik på at afdække eventuelle problemer i forbindelse med markedsføringen af disse. I undersøgelsen indgik Statoils loyalitetsprogram, Premium Club Plus.

Statoil benytter sig af et kompliceret loyalitetsprogram, hvor forbrugeren indgår i et egentligt klubmedlemskab, Statoil Premium Club Plus. Ved køb af Statoils produkter gives der bonus, der udregnes på baggrund af et differentieret pointsystem, der bygger på ydelsens art og pris samt afhænger af, hvor meget kunden køber i en given periode. Statoil samarbejder med flere forskellige erhvervsdrivende, hos hvem der ligeledes opnås bonus ved køb af varer. Hvis forbrugeren optjener 3.000 point inden for en bonusperiode, der er på 3 måneder, opnås 50% ekstrabonus i den kommende periode.

Forbrugerombudsmanden fandt bl.a., at Statoils bonus blev givet efter en progressiv skala, hvilket ikke var i overensstemmelse med vejledningen. Derudover var bonusordningens omfang i sig selv et problem, idet ordningens størrelse med de forskellige butikskæder gjorde, at den forekom uoverskuelig.

Undersøgelsen, der i juni 1999 blev forelagt udbyderne, resulterede i en henstilling om at tilrette den fremtidige markedsføring i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens bedømmelse. Statoil har efterfølgende ændret sit bonussystem, således at point gives mere ensartet med et mere overskueligt bonussystem til følge.

#### **4.3.5. Rabat- og bonusordningerne i undersøgelsen**

De fleste af selskaberne yder forskellige former for rabat eller bonus. Udover kontantrabatten, der afregnes med det samme, således at forbrugeren ved betaling opdager, at han skal betale mindre, end hvad der er skiltet med, baserer rabatterne/bonusserne sig typisk på en elektronisk registrering af den enkelte kundes køb af benzin og varer, hvorefter der ydes en rabat, der så enten afregnes måneds- eller kvartalsvis via kundens kontoafregning eller ved fremsendelse af en check, hvis beløbet overstiger et vist beløb. Som nævnt i afsnit 2.2.2. er den gennemsnitligt ydede rabat 0,11 kr. pr. liter autobenzin for de private kunder, der får rabat, og 0,23 kr. pr. liter for de erhvervs-kunder, der får rabat.

Forbrugerstyrelsens kendskab til området i praksis baserer sig, udover den ovenfor nævnte undersøgelse og vejledning, bl.a. på en undersøgelse af loyalitetsprogrammer udarbejdet i regi af Nordisk Ministerråd. Undersøgelsen resulterede i rapporten: *Loyalitetsprogrammer i Norden og forbrugerbeskyttelse, 1997.*

Af rapporten fremgår, at den økonomiske fordel, som forbrugeren kan opnå ved at deltage i de undersøgte loyalitetsprogrammer, er af beskeden størrelse, og at forbrugeren vil kunne opnå en lige så stor besparelse ved at købe varer på tilbud. Det fremgår endvidere, at et meget stort antal tilfredse kunder ikke tøver med at skifte leverandør, hvis de mener at kunne gøre en bedre handel et andet sted. Derudover fremgår det, at det især inden for benzinbranchen er vanskeligt at skabe loyale kunder, idet der er tale om en standardvare, der som udgangspunkt ikke kan konkurrere på kvalitet, hvorfor den er meget følsom over for priskonkurrence. Dette har givet sig udtryk i gentagne priskrige med prisnedsættelser til følge.

Derudover er kunderne pr. definition mobile, så selv om der måske kunne være en formodning for, at indehaveren af et kort med en tilknyttet rabatordning ville køre længere for at opnå rabatten hos udbyderen, især i de tilfælde hvor der optjenes bonus efter en progressiv skala, så viser rapporten, at forbrugerne er forholdsvis lette at flytte fra en udbyder til en anden. Loyaliteten er derfor øjensynligt yderst begrænset. Der er ligeledes en formodning for, at mange bilejere typisk vil have mere end ét benzinkort, og at disse derfor ”shopper” mellem de forskellige udbydere.

#### **4.3.6. Konklusion**

Ved udarbejdelsen af den ovenfor nævnte vejledning om loyalitetsprogrammer samt de øvrige forbrugerbeskyttende regler er der i vidt omfang taget højde for de forbrugerbeskyttelseshensyn, herunder gennemsigtighed, der må anses for at være påkrævede i forbindelse med erhvervslivets brug af prisinformation, rabat- og bonussystemer.

Selskabernes anvendelse af rabat- og bonusordninger indebærer en risiko for diskriminering af de forbrugere, der ikke er i besiddelse af de pågældende kort, og som derfor betaler en højere pris for den samme vare. Risikoen for en eventuel diskriminering minimeres dog af det forhold, at selskaberne ikke har begrænsninger på, hvem der kan få adgang til anvendelsen af de forskellige kort samt det forhold, at selskaberne ikke lægger skjul på kortsystemerne. Der er således ikke tale om skjulte rabatter. Hertil kommer, som tidligere nævnt, at der er en formodning for, at mange bilejere har flere benzinkort.

Enkelte af selskaberne yder kontantrabat. I det omfang alle få den samme kontant-rabat, er det prisen fratrukket rabatten, der i henhold til prismærkningsloven skal skiltes med. En overholdelse af prismærkningslovens bestemmelser vil give mere korrekt prisinformation og dermed større priggennemsigtighed generelt. Det vil gøre det lettere for forbrugeren at foretage rationelle valg af benzinindkøb. Derimod vil den korrekte skiltning ikke nødvendigvis medføre en reel nedsættelse af det generelle prisniveau.

På nuværende tidspunkt er det dog ikke muligt at vurdere præcist, i hvilket omfang, selskaberne har handlet i strid med prismærkningsloven. Dette vil kræve mere specificerede oplysninger fra selskaberne.

### **4.4. Konkurrencepolitiske synspunkter**

#### **4.4.1. Konkurrence og mobilitet**

De relevante markeder defineres i denne forbindelse som markederne for salg af benzin og dieselolie i Danmark. Dieselolie omfatter såvel autodiesel som fyringsgasolie.

På baggrund af analyserne i kapitel 3 skal det vurderes, om olieselskaberne har udvist en adfærd, der er omfattet af forbuddet mod konkurrencebegrænsende aftaler i konkurrencelovens § 6, stk. 1.

Som det er fremgået, er markederne for salg af benzin og dieselolie i Danmark præget af en række selskaber med relativt store markedsandele. De fleste olieselskaber er aktive på begge markeder – dog sælger Jet-benzin kun benzin.



Olieselskabernes markedsandele er meget stabile, jf. tabel 4.1.

**Tabel 4.1. Mobilitetsindeks for oliebranchen**

1997	1,2
1998	2,0
1999	2,3

Kilde: Konkurrencestyrelsen

#### Boks 4.1. Beregning af mobilitetsindekset

Mobilitetsindekset for en branche beregnes som summen af ændringerne i hver enkelt virksomheds markedsandel mellem to perioder.

$$\text{Indeks}_{\text{år } t} = \sum_{i=1}^n \frac{|S_{i,t} - S_{i,t-1}|}{2}$$

N er antallet af virksomheder i branchen.

t er år.

S er markedsandelen for den enkelte virksomhed angivet i %.

Indekset skal have en værdi mellem 0 og 100. 0 svarer til et fuldstændig statisk marked, hvor det er de samme virksomheder, der er på markedet to år i træk og med ens markedsandele begge år. 100 svarer til, at ingen af de aktører, der havde en markedsandel i år 1, er på markedet i år 2. Indekset viser med andre ord hvor store markedsandele, der har flyttet sig mellem to år.

Det gennemsnitlige mobilitetsindeks for den samlede danske økonomi i 1999 er på 14,2<sup>5</sup>. Mobilitetsindekset for olieselskaberne er derfor meget lavt, hvilket kunne tyde på, at selskaberne ikke i nævneværdig grad vinder markedsandele fra hinanden. Som kapitel 3 viste, konkurrerer selskaberne, da heller ikke på prisen men søger i højere grad på at vinde markedsandele via deres markedsføringskampagner.

Olieselskaberne fastsætter vejledende salgspriser, og selskabernes listepriser er næsten ens. En række mindre selskaber har dog lavere listepriser. Disse selskaber yder ikke nogen form for rabat eller bonus, ligesom de kun har ubemandede salgssteder.

Olieselskabernes grundpris er i høj grad baseret på udviklingen i noteringen. Grundprisen ændres som regel først, når summen af afvigelserne fra den ønskede bruttoavance har nået en vis størrelse.

<sup>5</sup> Konkurrenceregørelsen 2000

Som det største selskab meddeler Statoil sine prisændringer for den efterfølgende dag til såvel selskabets forhandlere, dagspressen som Konkurrencestyrelsen. Kort efter – typisk i løbet af en dag – meddeler de øvrige selskaber deres prisændringer.

Branchen er præget af stor prisgennemsigtighed set fra olieselskabernes side. Dette skyldes, at selskaberne annoncerer deres priser på tankstationernes skilte. Den ovenfor omtalte måde at offentliggøre prisændringer på tjener kun til at øge den i forvejen store gennemsigtighed i branchen om priserne. Dog kan det virke prisslørende for forbrugerne, at de fleste selskaber benytter sig af rabat- og bonusordninger, jf. afsnit 3.3.3. og 4.3.4.

Denne adfærd har nærmest elimineret priskonkurrencen for såvel benzin som diesellole. Konkurrencen i markedet foregår i stedet hovedsageligt på rabatter og bonusordninger. Den ændring i selskabernes markedsandele, der kan observeres over tid, må således hovedsagelig tilskrives konkurrencen på rabatter og bonusordninger.

Udvalget er herudover ikke bekendt med forhold, der giver grund til at antage, at der foreligger en konkurrencebegrænsende aftale mellem olieselskaberne.

Olieselskabernes adfærd med hensyn til ændring af deres priser vurderes på denne baggrund ikke at kunne falde ind under forbuddet mod indgåelse af konkurrencebegrænsende aftaler i konkurrencelovens § 6, stk. 1.

Forbuddet i § 6, stk. 1 omfatter også et forbud mod samordnet praksis i medfør af konkurrencelovens § 6, stk. 3. Samordnet praksis er ”en form for koordinering mellem virksomheder, som uden at være udmøntet i en egentlig aftale bevidst erstatter konkurrencerisikoen med et praktisk samarbejde”<sup>6</sup>.

Parallel adfærd mellem virksomheder anses ikke i sig selv som udtryk for samordnet praksis, men kan dog være et indicium herfor.

Selskabernes adfærd i forbindelse med prisændringer har givet anledning til at overveje, om der evt. kunne være tale om samordnet praksis mht. prisfastsættelsen.

En virksomhed skal ”uafhængigt...tage stilling til den politik, som den pågældende vil føre på markedet”<sup>7</sup>. Kravet om uafhængighed udelukker ikke virksomhedens ret til at foretage de nødvendige tilpasninger til konkurrenternes konstaterede eller formodede adfærd. Kravet om uafhængighed udelukker dog på den anden side ”enhver direkte eller indirekte kontakt mellem...erhvervsdrivende, som har til for-

---

<sup>6</sup> ”Konkurrenceloven med kommentarer” af Kirsten Levinsen. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 1998. Forkortelse: Kommenteret konkurrencelov, s. 123.

<sup>7</sup> Kommenteret konkurrencelov, s. 123.

mål eller til følge enten at påvirke en mulig konkurrents markedsadfærd eller at informere en sådan konkurrent om den markedsadfærd, som man har besluttet sig til – eller overvejer – selv at følge”<sup>8</sup>.

Der er ikke bevis for, at olieselskabernes praksis mht. annoncering af prisændringer og samtidigheden af disse på markederne for salg af benzin og dieselolie kan betegnes som samordnet praksis.

Tilsvarende konklusion må drages for så vidt angår ligheden i selskabernes prisniveauer.

Årsagen til ligheden i selskabernes listepreiser skal findes i de komponenter, prisen er sammensat af. Den tætte forbindelse mellem prisen på Rotterdam-markedet, selskabernes fremgangsmåde ved ændring af listepreisen samt en bruttoavance af nogenlunde samme størrelsesorden for de fleste selskaber medvirker til at skabe næsten ens priser.

Forskellen i pris mellem de store olieselskaber og en gruppe mindre selskaber samt OK kan forklares ved, at sidstnævnte ikke yder nogen form for rabatter eller bonus, og at de næsten kun har ubemandede benzinstationer.

For så vidt angår den måde, hvorpå selskabernes prisændringer sker, kan dette i høj grad tilskrives de større selskabers rolle som prislede på markederne for benzin og dieselolie. Såfremt disse selskaber annoncerer en prisnedsættelse, bevirker prisgennemsigtigheden i branchen, at konkurrenter, der ikke følger denne nedsættelse, er i fare for at miste kunder.

Hvis de større selskaber omvendt annoncerer en prisstigning og denne skyldes stigninger i omkostningsniveauet, der rammer alle aktører – som fx en stigning i Rotterdam-noteringen – er selskabernes konkurrenter også indstillet på at sætte prisen op. Prisstigninger kan dog også skyldes forhold, der kun relaterer til det enkelte olieselskab. På grund af den høje grad af prisgennemsigtighed i branchen, må det dog formodes, at selskaberne i sådanne tilfælde vil være forsigtige med at sætte prisen op.

Afslutningsvist skal det nævnes, at der dog foregår lokale priskrige på det danske marked. Da disse oftest forbliver lokale, påvirker de netop ikke hele markedet.

---

<sup>8</sup> Kommenteret konkurrencelov, s. 123.

#### 4.4.2. Rabat- og bonusordningerne

Som det fremgår af det foregående afsnit, er ydelse af rabat og bonus en meget vigtig konkurrenceparameter på markederne for salg af benzin og diesellole i Danmark. Selskabernes rabat- og bonusordninger er beskrevet i bilag 4.

En vurdering af disse ordningers overensstemmelse med forbuddet mod konkurrencebegrænsende aftaler i konkurrencelovens § 6, stk. 1 er derfor af interesse.

De store olieselskaber yder alle rabat til såvel privat- som erhvervskunder via kundekort. En del selskaber anvender dog flere former for rabat – dvs. tilfældig rabat, der ydes ved priskrige, kontantrabat, samt medlemskortrabat. I tillæg hertil opererer tre af selskaberne med bonuskortordninger, jf. bilag 4.

Der synes ikke umiddelbart at være en omkostningsmæssig begrundelse for at yde rabat via kortsystemer. Disse tjener alene til at skabe et loyalitetsforhold mellem kunden og det enkelte selskab og binder således kunden til selskabet.

Et vigtigt element i dette loyalitetsforhold er, at rabat- og bonusordningerne ikke alene giver adgang til billigere benzin, men også til en lang række andre ydelser til nedsat pris. Disse andre ydelser kan være alt lige fra indkøb i detailhandelsbutikker til tilbud om forskellige former for underholdning. Disse øvrige tilbud bidrager i endnu højere grad til at binde kunderne til de enkelte olieselskaber.

Derudover skaber kortsystemerne uigennemsigtige markedsforhold, idet den pris, der annonceres på benzinselskabernes standere, ikke er den reelle pris. Forbrugerne må derfor teoretisk holde øje med samtlige selskabers rabatorordninger for at være sikre på at betale den laveste pris for deres varer.

Kortsystemerne har endvidere den ulempe, at forbrugerne for at være sikre på ikke at betale for høj en pris for olieprodukter skal være i besiddelse af kort til en stor del af olieselskaberne på det danske marked. Dette forstærkes af, at nogle af selskaberne er mere udbredte i visse geografiske områder end i andre, samt at antallet af tankstationer er faldende, og der således bliver længere mellem de enkelte tankstationer. Med disse forhold in mente vil det for den enkelte kunde, der har et korttilhørsforhold til ét bestemt olieselskab, kunne ske, at han blev nødt til at tanke hos et konkurrerende selskab, hvortil han ikke har kundekort. Dette vil medføre, at kunden må betale mere pr. liter benzin eller autodiesel end hos det selskab, hvor han er medlem.

Forbuddet i konkurrencelovens § 6, stk. 1 om konkurrencebegrænsende aftaler omfatter også et forbud mod diskriminering af handelspartnere, i medfør af samme bestemmelses stk. 2, nr. 4. Efter ordlyden tager bestemmelsen kun sigte på erhvervs-mæssige købere eller sælgere. Det kan dog ikke på forhånd anses for udelukket, at forbuddet i § 6 kan overtrædes ved en aftale, der medfører diskrimination af for-

skellige grupper af aftagere, herunder forbrugere<sup>9</sup>. En del benzinkunder er dog erhvervskunder og kunder, der via den virksomhed, hvor de er ansat, har fået rabat- eller bonuskort til et olieselskab. For så vidt, der er tale om diskriminering, vil disse kunder utvivlsomt være omfattet af forbuddet i § 6, stk. 1.

Indbygget i kortsystemerne er også en risiko for diskrimination. Kunder, der køber olieprodukter uden at være i besiddelse af rabat- eller bonuskort, betaler en unødigt høj pris for deres vare og diskrimineres således i forhold til kunder, der er i besiddelse af rabatkort. Der er dog ikke begrænsninger på hvem, der kan optages i selskabernes rabat- og bonusordninger.

Samlet indebærer den udbredte brug af kortsystemer på markederne for salg af benzin og dieselolie uigennemsigtighed samt risiko for diskrimination med deraf følgende ulempe for forbrugerne og ulig priskonkurrence til følge.

Der vurderes dog ikke at være mulighed for at gribe ind i olieselskabernes rabat- og bonusordninger i medfør af forbuddet mod konkurrencebegrænsende aftaler i konkurrencelovens § 6, stk. 1.

For så vidt angår fyringsolie, er situationen lidt anderledes. Førstegangskøbere af dette produkt har mulighed for at få betydelige introduktionsrabatter. Aftagere af fyringsgasolie kan således ”shoppe” rundt mellem forskellige selskaber og på den måde blive ved med at få rabat. Der ydes i praksis meget betydelige introduktionsrabatter til kunder af fyringsgasolie. Disse indirekte rabatter betyder, at listeprisen langt fra er den pris, visse forbrugere betaler.

Vælger kunden derimod at forblive kunde i et olieselskab, ydes der på forhånd fastsatte rabatter. På dette punkt ligner konkurrenceforholdene mht. fyringsgasolie i højere grad forholdene for benzin og autodiesel.

Olieselskabernes adfærd for så vidt angår fyringsgasolie kan heller ikke betegnes som samordnet praksis, jf. konkurrencelovens § 6, stk. 1.

#### **4.5. Mulige initiativer**

Det fremgår af det foregående, at olieselskabernes reelle priser i høj grad er tilsløret for forbrugerne. Derfor er det relevant at overveje forslag, som kan forøge gennemsigtigheden for forbrugerne.

---

<sup>9</sup> ”Vejledning. Forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler”, udgivet af Konkurrencestyrelsen, maj 1998, s. 18.

Øget gennemsigtighed for forbrugerne er et "tveægget sværd", da det kan føre til en neutralisering af priskonkurrencen og en ensartet prisstruktur for aktørerne. Imidlertid gælder det for aktørerne på markederne for salg af benzin og dieselolie, at de allerede i dag kender hinandens priser. Der vurderes derfor ikke at være den store risiko ved et forslag, der øger gennemsigtigheden for forbrugerne på disse markeder.

Gennemsigtigheden for forbrugerne kunne også øges ved oprettelse af en hjemmeside på Internettet, der rummer oplysninger om alle organiserede forbrugerrabatter samt dagligt opdaterede priser fra olieselskaberne. Desuden kunne det oplyses, hvor i landet der er afvigelser fra disse priser, så forbrugerne ved, hvor der i givet fald finder priskrige sted.

Hjemmesiden kunne på sammenlignelig vis oplyse om selskabernes rabat- og bonusordninger, de konkrete satser, der anvendes, og om man i givet fald kan benytte sig af tilbud på andre varer end benzin.

Af hensyn til brugervenligheden af en sådan hjemmeside bør prisoplysningerne meddeles i intervaller og ikke i eksakte tal. Hvis oplysningerne meddeles i intervaller, angives det, hvor mange tankstationer, der sælger benzin og autodiesel, og hvor mange olieselskaber, der sælger fyringsgasolie til en pris, der ligger i et givent interval. Intervallerne skal være små nok til at give forbrugerne reel information og gøre det muligt at sammenholde oplysningerne på hjemmesiden med et konkret pristilbud.

Ved hjælp af en sådan hjemmeside kunne forbrugerne let skaffe sig information om, hvor det fx er billigst at tanke benzin, herunder om man skal benytte sig af lavprisselskaberne eller af de selskaber, man har kundekort til.

En hjemmeside som den foreslåede er ikke noget mirakelmiddel til at skabe priskonkurrence på markederne for salg af benzin og dieselolie. I kraft af den øgede gennemsigtighed, som hjemmesiden vil skabe, er der dog skabt bedre muligheder for, at der vil udvikle sig en sådan priskonkurrence.

## **Bilag 1.**

### **Kommissorium vedr. analyse af danske benzin- og oliepriser**

#### **1. Formål og baggrund**

Som følge af den seneste tids offentlige debat om niveauet af de danske oliepriser har Erhvervsministeriet og Skatteministeriet nedsat en arbejdsgruppe, der skal analysere de gennemsnitlige forbrugerpriser for benzin, dieselolie og fyringsgasolie i Danmark og sammenligne disse med priserne i Sverige og Tyskland.

Analysen skal fastslå og sammenligne de gennemsnitlige forbrugerpriser opdelt efter

- basispris før afgifter og forhandleravancer
- energiafgifter
- moms
- forhandleravancer

Ved opgørelsen af gennemsnitspriserne skal der tages stilling til individuelle og organiserede rabatter.

Analysen skal vurdere årsagerne til forskelle i forbrugerpriserne og bør herunder tage stilling til, om de høje danske priser eksklusiv afgifter skyldes

- høje produktionspriser,
- høje danske detailhandelsavancer,
- forskelle i fysisk kvalitet,
- forskelle i leveringsforhold og
- forskelle i rabatsystemer.

Såfremt der er forskelle i de gennemsnitlige detailhandelsavancer skal analysen vurdere, om dette hænger sammen med distributions- og salgsforholdene, herunder dækningen af salgssteder.

Endelig analyseres det, om prisforholdene på benzinområdet i grænseområderne i Danmark, Sverige og Tyskland adskiller sig fra de gennemsnitlige forbrugerpriser i landene som helhed.

## **2. Slutleverance**

Arbejdsgruppen skal færdiggøre en rapport inden den 1. maj 2000.

## **2. Bemanding**

I arbejdsgruppen deltager Konkurrencestyrelsen, Forbrugerstyrelsen samt Skatteministeriet. Konkurrencestyrelsen varetager formandskab (ved kontorchef Bo Kragelund) og sekretariat.



## Bilag 2. Markedsdata

**Bilagstabel 1. Forbrug af blyfri benzin oktan 95, autodiesel og fyringsgasolie i 1998**

	95 oktan blyfri benzin	Autodiesel	Fyringsgasolie
Danmark	2687	2075	1498
Tyskland	40375	32268	41226
Sverige	5429	2743	3689

Kilde: Energistyrelsen.

Anm.: Forbruget er i mio. liter.

**Bilagstabel 2. Den solgte mængde benzin pr. tankstation (1998)**

Land	Antal tankstationer	Samlet mængde solgt autobenzin	Mængde solgt benzin pr. tankstation
Danmark	2.501	2687	1074
Tyskland	16.617	40375	2430
Sverige	3.556	5429	1527

Kilde: Konkurrencestyrelsen.

Anm.: Tallene er i mio. liter for den samlede mængde og i 1000 liter pr. tankstation.

**Bilagstabel 3. Den solgte mængde diesel pr. tankstation (1998)**

Land	Mængde solgt autodiesel	Mængde solgt autodiesel pr. tankstation
Danmark	2075	830
Tyskland	32268	1942
Sverige	2743	771

Kilde: Konkurrencestyrelsen.

Anm.: Tallene er i mio. liter for den samlede mængde og i 1000 l. pr. tankstation.

Omkring 1/3 af det samlede salg af diesel sker dog ikke via tankstationer men direkte til industrien og landbruget. Desuden sælges en del af dieselen til erhvervslivet via særlige salgssteder.

**Bilagstabel 4. Udviklingen i antallet af benzintankstationer i Danmark i perioden 1990 – 1999**

År	Selskabsejede	Forhandlerejede	I alt
1990	879	2152	3031
1991	900	2030	2930
1992	907	1951	2858
1993	921	1856	2777
1994	931	1797	2728
1995	964	1683	2647
1996	978	1631	2609
1997	1000	1546	2546
1998	1010	1491	2501
1999	1024	1377	2401

Kilde: Oliebranchens Fællesrepræsentation.

### Bilag 3. Udviklingen i priserne på produkterne

**Bilagstabel 5. Den gennemsnitlige kvartalsvise salgspris på benzin**

	Danmark	Tyskland	Sverige
1. kvartal 1999	6,53	5,86	6,51
2. kvartal 1999	6,89	6,32	6,91
3. kvartal 1999	7,27	6,68	7,41
4. kvartal 1999	7,37	6,93	7,51
1. kvartal 2000	7,87	7,33	7,95

Kilde: EU's Oil Bulletin.

Anm.: Det er den gennemsnitlige værdi for salgsprisen på blyfri benzin oktan 95 pr. kvartal, som tabellen viser. Tabellen er i kr. pr. liter.

**Bilagstabel 6. Den gennemsnitlige kvartalsvise grundpris på benzin**

	Danmark	Tyskland	Sverige	Noteringen
1. kvartal 1999	1,45	1,32	1,52	0,59
2. kvartal 1999	1,74	1,50	1,83	0,86
3. kvartal 1999	2,05	1,80	2,14	1,17
4. kvartal 1999	2,13	2,02	2,20	1,28
1. kvartal 2000	2,42	2,13	2,44	1,53

Kilde: EU's Oil Bulletin.

Anm.: Det er den gennemsnitlige værdi for grundprisen på blyfri benzin oktan 95 pr. kvartal, som tabellen viser. Tabellen er i kr. pr. liter.

**Bilagstabel 7. Den gennemsnitlige kvartalsvise salgspris på autodiesel**

	Danmark	Tyskland	Sverige
1. kvartal 1999	4540	4409	4944
2. kvartal 1999	4836	4622	5203
3. kvartal 1999	5256	4942	5618
4. kvartal 1999	5557	5271	5920
1. kvartal 2000	6280	5779	6184

Kilde: EU's Oil Bulletin.

Anm.: Det er den gennemsnitlige værdi for salgsprisen på autodiesel pr. kvartal, som tabellen viser. Tabellen er i kr. pr. 1000 liter.

**Bilagstabel 8. Den gennemsnitlige kvartalsvise grundpris på autodiesel**

	Danmark	Tyskland	Sverige	Noteringen
1. kvartal 1999	1342	1210	1850	592
2. kvartal 1999	1579	1394	2078	738
3. kvartal 1999	1915	1670	2410	1009
4. kvartal 1999	2156	1954	2652	1190
1. kvartal 2000	2454	2165	2394	1442

Kilde: EU's Oil Bulletin.

Anm.: Det er den gennemsnitlige værdi for salgsprisen på autodiesel pr. kvartal, som tabellen

viser. Tabellen er i kr. pr. 1000 liter.

**Bilagstabel 9. Den gennemsnitlige kvartalsvise salgspris på fyringsgasolie**

	Danmark	Tyskland	Sverige
1. kvartal 1999	4069	1700	3067
2. kvartal 1999	4210	1819	3378
3. kvartal 1999	4526	2095	3697
4. kvartal 1999	1890	1565	1693
1. kvartal 2000	5244	2618	4364

Kilde: EU's Oil Bulletin.

Anm.: Det er den gennemsnitlige værdi for salgsprisen på fyringsgasolie pr. kvartal, som tabellen viser. Tabellen er i kr. pr. 1000 liter.

**Bilagstabel 10. Den gennemsnitlige kvartalsvise grundpris på fyringsgasolie**

	Danmark	Tyskland	Sverige	Noteringen
1. kvartal 1999	1285	1008	1049	592
2. kvartal 1999	1398	1111	1298	738
3. kvartal 1999	1650	1349	1553	1009
4. kvartal 1999	1890	1565	1693	1190
1. kvartal 2000	2195	1800	1908	1442

Kilde: EU's Oil Bulletin.

Anm.: Det er den gennemsnitlige værdi for grundprisen på fyringsgasolie, som tabellen viser. Tabellen er i kr. pr. 1000 liter.

## Bilag 4. Rabat og bonusdata

### Bilagstabel 11. Selskabernes markedsandele

Selskab	Benzin	Dieselolie
Statoil	18,0	23,6
Dansk Shell	15,9	21,1
Hydro/Texaco	15,5	19,4
Kuwait Petroleum	16,8	17,0
Haahr Benzin	2,1	3,2
DK-Benzin	7,0	2,0
OK-Benzin	16,7	8,8
Jet-Benzin	4,0	-
Metax	4,0	3,0
Andre	-	1,9

Kilde: Energistyrelsen

Anm.: Tallene er fra 1999 og er i procent.

### Bilagstabel 12. Olieselskabernes rabat- og bonusordninger

Selskab/Rabat	Medlems- Kort	Kontant- salg	Kunde-kort	Erhvervs- kunder	Bonus
Statoil	x	x	x	x	o
Dansk Shell	o	x	x	x	o
Hydro/Texaco	x	x	x	o	x
Kuwait Petroleum	o	x	x	o	o
Haahr Benzin	x	x	x	o	x
DK-Benzin	x	x	o	o	x
OK-Benzin	o	o	o	o	o
Jet-Benzin	o	o	o	o	o
Metax	o	o	o	o	o
Uno-X	o	o	o	o	o

Kilde: Konkurrencestyrelsen.

**Bilagstabel 13. Selskabernes gennemsnitlige rabatter:**

	1. kvartal 99	2. kvartal 99	3. kvartal 99	4. kvartal 99	1999
Benzin, private	10,72	10,39	10,71	10,34	10,54
Benzin, erhverv	22,08	24,20	24,31	22,81	23,35
Diesel, private	49,80	47,64	39,08	47,35	45,23
Diesel, erhverv	66,79	69,26	66,66	60,86	65,70
Fyringsgasolie*	325,61	331,08	326,96	353,57	334,52

Kilde: Selskabernes egne oplysninger.

Note: \*) Rabatten på fyringsgasolie er den samlede rabat for både private og erhverv.

## Bilag 5. Afgiftsdata

### Bilagstabel 14. Mineralolieafgifter pr. 1. januar 2000

Produkt	Energiafgift	CO <sub>2</sub> -afgift	I alt
Gas- og dieselolie der anvendes som motorbrændstof	258	27	285
Anden gas- og dieselolie	173	27	200
Let dieselolie	230	27	257
Fuelolie	195	32	227
Petroleum, der anvendes som motorbrændstof	258	27	285
Anden petroleum	173	27	200
Blyholdig benzin	452	0	452
Blyfri benzin	387	0	387
Autogas LPG	161	16	177

Anm.: Tallene er i øre pr. liter.

Kilde: Skatteministeriet.

### Bilagstabel 15. Provenu fra benzinafgiften 1992-2000

Mio. kr. pr. år	Provenu fra benzinafgiften
1992	5.651
1993	5.611
1994	6.121
1995	7.387
1996	8.219
1997	8.541
1998	8.834
1999	9.875
2000 <sup>1</sup>	10.150

<sup>1</sup> Finanslov 2000 skøn

## Bilag 6. Benzinprisens elementer

**Bilagstabel 16. Benzinprisens elementer**

Blyfri 95	Listepris i DK ifølge Konkurrencestyrelsen 13.mar 2000	Pris ved den tyske grænse og i Flensborg 13.mar 2000	Faktisk prisforskel	Pris i DK ved tysk avance	Avance forskel inkl. moms*	Prisforskel p.g.a. Afgift- og Momsdiference***
Detailpris med moms	8,54*	7,39*	1,15	7,46	1,08	0,07
Moms	1,71	1,02		1,49		
Detailpris uden moms	6,83	6,37		5,97		
Punktafgift (for dampretur)	3,84	4,22		3,84		
Korrektion for benzen indhold	-0,02			-0,02		
Beredskabslagerafgift		0,03				
Miljøpuljegebyr (ORM)	0,04			0,04		
Pris uden afgift	2,97	2,11	0,86	2,11		

\* Pris ekskl. rabatter

\*\* Avanceforskel på 0,86 multipliceret med 1,25

\*\*\* Forskel mellem 7,46 og 7,39

Listeprisen for blyfri oktan 95 benzin var på 8,54 kr. pr. liter i Danmark den 13. marts 2000. En liter blyfri benzin kostede samme dag 7,39 kr pr. liter ved den tyske grænse og i Flensborg by. Momsen udgør 1,71 kr. pr. liter i Danmark og 1,02 kr. pr. liter i Tyskland. Detailprisen uden moms kan herefter opgøres til hhv. 6,83 kr pr. liter og 6,37 kr. pr. liter. I Danmark er punktafgiften på 3,84 kr. pr. liter for blyfri benzin, der tankes på en station med dampretur. Langt hovedparten af den benzin, som sælges i dag bliver solgt fra anlæg, der har dampretur. Afgiften på 3,84 kr. pr. liter er korrigeret ned med 2 øre pr. liter som følge af at der gives en afgiftsrabat, på benzin, som har et benzenindhold, der er mindre end 1 %. En stor del af den benzin, som sælges i dag har et benzenindhold på under 1 %. Fratrækkes yderligere 4 øre pr. liter svarende til Oliebranchens miljøpuljegebyr kan den danske pris uden afgift opgøres til 2,97 kr. pr. liter. Den tyske pris kan opgøres til 2,11 kr. pr. liter efter den tyske moms, punkt- og beredskabslagerafgift er fratrukket detailprisen, og der er korrigeret for, at afgiften afregnes ved dagtemperatur i Danmark og ved 15 grader i Tyskland.

Som det fremgår er prisforskellen mellem Danmark og den tyske grænse på 86 øre pr. liter, når man sammenligner prisen uden afgift og moms. Prisforskellen med



moms er på 1,15 kr. Hvis man antager, at avancen i Danmark var den samme som ved den tyske grænse kunne blyfri oktan 95 benzin sælges til 7,46 kr. pr. liter i Danmark. Hvis den danske avance ikke var højere end avancen i Tyskland ville der være en forskel på 7 øre pr. liter mellem den danske og tyske pris, som kan forklares ved en afgifts- og momsdifference mellem de to lande.

I bilagstabel 21 er den danske og tyske benzinpris på blyfri 95 benzin vist på nogle tilfældigt udvalgte dato'er i februar, marts og april 2000. Endvidere er avanceforskellen ekskl. moms vist (kolonne 3). Den faktiske prisforskel mellem Danmark og Tyskland er ligeledes vist (kolonne 4). I kolonne 5 og 6 er det vist hvor stor en del af den faktiske prisforskel, som kan forklares ved forskelle i avancer inkl. moms og hvor stor en del af prisforskellen, der kan forklares ved forskelle i afgifter og moms.

**Bilagstabel 17. Prisforskel mellem Danmark og Tyskland geografisk og tidsmæssigt fordelt**

Kr. pr. liter	Listepris i DK, inkl. afgift og moms <sup>1</sup>	Pris i Tyskland, inkl. afgift og moms <sup>1</sup>	Avance forskel ekskl. moms	Faktisk prisforskel	Avance forskel inkl. moms	Prisforskel som følge af afgift og momsdifferencer
<u>Ved den tyske grænse</u>						
21. feb. 2000	8,23	6,95	0,99	1,28	1,24	0,04
13. marts 2000	8,54	7,39	0,86	1,15	1,08	0,07
14. marts 2000 skøn <sup>2</sup>	8,39	7,39	0,74	1,00	0,93	0,07
10. april 2000	8,32	7,19	0,85	1,13	1,07	0,06
11. april 2000 skøn <sup>2</sup>	8,17	7,19	0,73	0,98	0,92	0,06
<u>Flensborg by</u>						
21. feb. 2000	8,23	7,03	0,92	1,20	1,15	0,05
13. marts 2000	8,54	7,39	0,86	1,15	1,08	0,07
14. marts 2000 skøn <sup>2</sup>	8,39	7,39	0,74	1,00	0,93	0,07
10. april 2000	8,32	7,27	0,79	1,05	0,98	0,07
11. april 2000 skøn <sup>2</sup>	8,17	7,27	0,67	0,90	0,83	0,07
<u>Gennemsnitspris i Tyskland</u>						
21. feb. 2000	8,23	7,35	0,65	0,88	0,81	0,07
13. marts 2000	8,54	7,54	0,73	1,00	0,91	0,09
14. marts 2000 skøn <sup>2</sup>	8,39	7,54	0,61	0,85	0,76	0,09
10. april 2000	8,32	7,31	0,75	1,01	0,94	0,07
11. april 2000 skøn <sup>2</sup>	8,17	7,31	0,63	0,86	0,79	0,07

1) Pris ekskl. rabatter

2) Prisen for den blyfri oktan 95 benzin blev nedsat den 14. marts og 11. april. Begge gange med 15 øre pr. liter inkl. moms. I beregningen er det **antaget**, at benzinprisen ved den tyske grænse og i Flensborg er den samme hhv. den 13.3.2000 og den 14.3.2000 og den samme den 10.april 2000 og den 11. april. 2000