



TOMASO DUSO

Spritpreise in der Krise: Was Weltmarkt und Wettbewerb damit zu tun haben

Tomaso Duso ist Leiter der Abteilung Unternehmen und Märkte im DIW Berlin und Vorsitzender der Monopolkommission.
Der Kommentar gibt die Meinung des Autors wieder.

Kaum lässt der Iran-Krieg die Rohstoffpreise steigen, wird in Deutschland der Sprit an den Tankstellen teurer. Das regt viele auf, ist aber nicht zwangsläufig ein Fall von Marktversagen. Entscheidend ist, wie stark der Preisschock an die Verbraucher*innen weitergegeben wird.

Daten der Europäischen Kommission zeigen: Während zwischen dem 23. Februar und dem 9. März der Preis für Rohöl der Sorte Brent an den Weltmärkten um 27 Prozent zulegte, verteuerte sich der Preis für Diesel an den deutschen Tankstellen um 44 Prozent und für Benzin um 29 Prozent – abzüglich Steuern und Abgaben. Auffallend dabei ist, dass die Preise hierzulande deutlich stärker stiegen als im EU-Schnitt, der bei 29 Prozent für Diesel und 16 Prozent für Benzin lag.

Diese Diskrepanz liegt nicht unbedingt an den Tankstellen, sondern kann auf eine besondere Situation auf dem vorgelagerten Markt, also bei Raffinerien und Großhandel, zurückzuführen sein. Spätestens seit der Sektoruntersuchung des Bundeskartellamts ist bekannt, dass Wettbewerbsprobleme dort am ehesten auftreten können. Geprägt wird der Markt von fünf großen Konzernen, nämlich BP/Aral, Shell, TotalEnergies, ExxonMobil/Esso und Rosneft. Sie sind teilweise gleichzeitig Raffinerier, Großhändler und Tankstellenbetreiber. Entsprechen groß ist ihr Einfluss. Hinzu kommt, dass der Markt für Sprit sehr intransparent ist. Da mischen private Preisagenturen mit, und die Konzerne beliefern sich zum Teil gegenseitig mit Kraftstoffen, was Abhängigkeiten schafft. Außerdem kommen die Konzerne dadurch leicht an wettbewerbslich sensible Informationen ihrer Konkurrenten.

Aus wettbewerbspolitischer Sicht stellt sich daher die Frage, ob missbräuchliches Verhalten vorliegt, wenn die Kraftstoffpreise stärker als die Rohstoffpreise steigen. Dieses Muster könnte tatsächlich auf illegale Absprachen hindeuten, muss aber nicht. Im Zweifel handelt es sich schlicht um das klassische Problem eines Oligopols. Die Unternehmen müssen sich nicht explizit absprechen, um sich wie ein Kartell zu verhalten – das nennen wir stillschweigende Kollusion. Genau deshalb reichen kartell-

rechtliche Missbrauchsverfahren im Zweifel auch nicht aus. Diese setzen einen nachweisbaren Verstoß voraus, während das eigentliche Problem struktureller Natur ist.

Daher ist es entscheidend, die Marktstrukturen anzugehen. Das Kartellamt hat im vergangenen Jahr ein Verfahren eingeleitet und ein neues Instrument verwendet, um mögliche „erhebliche und dauerhafte Wettbewerbsstörungen“ im Kraftstoffgroßhandel zu untersuchen. Sollte es zu einer Feststellung kommen, könnte das Amt strukturelle Maßnahmen bis hin zu einer Entflechtung verordnen. Allerdings haben die betroffenen Unternehmen Beschwerde eingelegt, sodass der Fall seit mehreren Monaten beim Gericht liegt. Das zeigt bereits das Grundproblem: Kartellrecht ist nicht schnell und funktioniert nicht auf Knopfdruck.

Was also tun? Ein neuer Tankrabatt wäre keine Lösung. Das hat die Erfahrung aus dem Jahr 2022 gezeigt: Der Rabatt kostete den Staat 3,4 Milliarden Euro und ein Teil davon versickerte in den Margen der Mineralölindustrie. Auch eine Übergewinnsteuer ist einfacher in der Theorie als in der Praxis. Sinnvoller könnte das österreichische Modell sein: Preise dürfen sich nur noch einmal täglich erhöhen, Senkungen bleiben jederzeit möglich. So werden Verbraucher*innen vor abrupten Preissprüngen geschützt, ohne den Wettbewerb auszuhebeln. Und Tankstellen-Apps zeigen nicht alle Tankstellen im Umkreis an, sondern nur die günstigsten.

Mittelfristig wäre eine Veränderung der Marktstrukturen sinnvoll: eine Überprüfung der gegenseitigen Lieferverflechtungen zwischen den großen Konzernen und ihrer Kontrolle über Raffinerien, Großhandel und Tankstellennetze sowie eine Stärkung unabhängiger Marktteilnehmer. Diese Maßnahmen greifen nicht über Nacht, aber sie würden uns auf die nächste Krise vorbereiten.

Dieser Beitrag ist am 10. März 2026 in einer längeren Fassung in der Zeit erschienen.

© © Der Artikel ist gemäß der Creative-Commons-Lizenz CC BY 4.0 nachnutzbar:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.
Anton-Wilhelm-Amo-Straße 58, 10117 Berlin

www.diw.de

Telefon: +49 30 897 89-0 E-Mail: kundenservice@diw.de

93. Jahrgang 18. März 2026

Herausgeber*innen

Prof. Anna Bindler, Ph.D.; Prof. Dr. Tomaso Duso; Sabine Fiedler; Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.; Prof. Dr. Peter Haan; Prof. Dr. Claudia Kemfert; Prof. Dr. Alexander S. Kritikos; Prof. Dr. Alexander Kriwoluzky; Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.; Prof. Dr. Sabine Zinn

Chefredaktion

Prof. Dr. Pio Baake; Claudia Cohnen-Beck; Sebastian Kollmann;
Kristina van Deuverden

Lektorat

Dr. Johannes Geyer

Redaktion

Dr. Hella Engerer; Petra Jasper; Adam Mark Lederer;
Frederik Schulz-Greve; Sandra Tubik

Gestaltung

Roman Wilhelm; Stefanie Reeg; Eva Kretschmer, DIW Berlin

Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

Der DIW Wochenbericht ist kostenfrei unter www.diw.de/wochenbericht
abrufbar. Abonnieren Sie auch unseren Wochenberichts-Newsletter unter
www.diw.de/wb-anmeldung

ISSN 1860-8787