Gutachten zum Markt-modell im Schienen-personenfernverkehr (SPFV) mit Fokus Deutschland(-takt)

unter Berücksichtigung von Open Access und Infrastrukturkosten

Prof. Dr. Thomas Ehrmann

Uni Münster

Im Auftrag von ALLRAIL

Juni 2024

Kurzfassung

- Es gibt keinen Grund für ein Überdenken der derzeitigen Open Access Marktorganisation ohne durch größte Investitionen ausgelöste gravierende Veränderungen bei der Infrastruktur.

- **Die Wohlfahrt wird mit sinkenden Trassenpreisen stärker**. Eine Abschätzung soll diese Wirkung der Trassenpreise empirisch illustrieren: der Materialaufwand bei der DB Fernverkehr beträgt 24% des Gesamtaufwandes, eine Senkung der Trassenpreise auf Grenzkosten wiederum würde den Gesamtaufwand um 20 % senken, mithin die Profitabilität vieler zusätzlicher Verkehre steigern *(*Eisenkopf und Burgdorf (2022)). **Dementsprechend gilt insbesondere auch umgekehrt: höhere Trassenpreise führen zu weniger Wohlfahrt**.

- **Das Duopol[1] führt immer zu mehr Wohlfahrt als ein profitmaximierendes Monopol**; dabei entfällt der größte Teil der Wohlfahrt im Duopol auf die Konsumenten, während er beim Monopol als Gewinn des staatlichen Incumbents (d.h. der Staatsbahn) anfällt.

- Eine starke **Clusterung** der Abfahrtszeiten, weil der Incumbent (wie evtl. beim Deutschlandtakt) genügend nebeneinanderliegende Trassen hat, führt dazu, dass sich die **Preise erhöhen, die Anzahl der Passagiere verringert und die Konsumentenrente verringert, während die Produzentenrente steigt.**

- Die von Abfahrten von Wettbewerbern geschützten Abfahrten des Incumbents stellen dann den Fall eines Quasimonopols dar.

    - Eine wohlfahrtserhöhende und monopolistische Strategie verhindernde Duopol-situation erfordert die **Sicherstellung „gemischter" Abfahrten von New Entrants und Incumbent durch den Regulierer.**

- Fahrzeuglebensdauern bewegen sich zwischen 25 und 30 Jahren, die Vergabezeiträume für Netze betragen 10-15 Jahre, welche **Differenz ein Finanzierungsproblem für Marktneulinge konstituiert.**

- Dem Deutschlandtakt allein wird von Eisenkopf und Burgdorf ein eher **geringer Marktanteilsgewinn** für den Schienenpersonenfernverkehr von 3 % zugeschrieben (**Bruttoeffekt**).

- Zur Realisierung dieses Bruttoeffektes sind allein bei DB Fernverkehr kapazitätserhöhende Fahrzeugkäufe notwendig, für die aber nicht genügend Eigenmittel bei der DB Fernverkehr vorhanden sein dürften, mithin staatliche Subventionen von Anfang an erforderlich sein dürften; das kann dazu führen, dass die geringen Bruttoeffekte durch staatliche Subventionen von Anfang an überkompensiert würden (**Nettoeffekt 1**).

- Je nach Marktorganisation erhält der Incumbent Möglichkeiten zur Erhöhung der *relativen* Kosten der Rivalen (Markteintrittskosten sind wesentlich höher als Marktverbleibskosten).

[1] Mit Duopol im Eisenbahnpersonenverkehr ist normalerweise gemeint: ein großer eingesessener Anbieter und ein kleiner, neu in den Markt eintretender Anbieter. Hier wird von einem großen eingesessenen Anbieter und mehreren kleinen, neu in den Markt eintretenden Anbietern ausgegangen; die Ergebnisse des einfachen Duopols gelten auch für den hier behandelten Fall, was mit großem mathematischem Aufwand, auf den verzichtet wird, gezeigt werden kann.

- Betrachtet man nur die Konsumentenseite, so wird aus der auf Schweden bezogenen Analyse von Broman und Eliasson klar, dass die zwangsläufig vermehrten Abfahrten im Deutschlandtakt gegenüber dem vorherigen Fahrplan zu **Preis- und Gewinnerhöhungen führen können, aber mitnichten die Anzahl der Personenkilometer erhöhen müssen**. Die Auslastung der Züge wäre noch geringer als heute, möglicherweise sogar so niedrig wie die Sitzplatzauslastung im Schweizer Takt, die seit vielen Jahren bei deutlich unter 30% liegt (SBB/CFF/FFS, 2024). Wettbewerb verschiedener Angebote/Produkte und Anbieter ist nötig, um die Anzahl der Personenkilometer zu erhöhen.
- Mit anderen Worten: ein fair reguliertes Duopol führt zu mehr Wohlfahrt als ein „sich selbst regulierendes“ Monopol. Die Modellüberlegungen zeigen zweierlei: zum einen übersteigt die Wohlfahrt beim Duopol immer die beim profitmaximierenden Monopol und zum anderen wird der überwiegende Teil der Wohlfahrt beim Duopol via höhere Mengen und niedrigere Preise an die Konsumenten ausgeschüttet, während er beim Monopol im wesentlichen als Gewinn beim Incumbent anfällt (**Nettoeffekt 2**).