

Tankstellennetze

Mineralölgesellschaften in Deutschland 2018

Geomarketing

Standortentscheidungen
auf solider Basis treffen

Ab Seite 12

Interview BFT

Strategien und Stimmung
im Tankstellenmittelstand

Ab Seite 18

www.sprit-plus.de

Markt-Analyse

Welchen Weg die MÖG wählen

Ab Seite 6



— **Titelthema**

06 Die Pläne der größten MÖG

Jetzt, da das Ende der Marktconsolidierung erreicht ist, muss die Branche die Weichen für die Zukunft stellen. Zwölf Unternehmen – von den „Big Five“ bis zu den großen Mittelständlern – geben Auskunft, welche Pläne sie derzeit umsetzen oder aushecken.

— **Rund um das Tankstellennetz**

04 Zahlen rund um die Tankstellenbranche

Viele Daten kursieren im Markt – **Sprit+** trägt die wichtigsten Zahlen von Fachmedien und Ministerien zusammen.

12 Mit Geomarketing Standortpotenziale erkennen

Welcher Standort ist für eine neue Tankstelle rentabel? Eine Entscheidung ist mit hohen Investitionen verbunden. Mittels Geomarketing wird sie auf eine sichere Datenbasis gestellt.

14 Wie man einen Dieseldienstwagen loswird

Fahrverbote werden kommen, ist sich Rechtsanwalt Wagner sicher. Das hat einerseits Folgen für den Tankstellenmarkt, andererseits für Stationäre, die ihren Dieseldienstwagen loswerden wollen.

16 Firmensteckbriefe und Tankstellennetze

Die Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen (EFT) und die mittelständischen Tankstellenunternehmen BFT Willer, Classic und Team Energie stellen sich Geschäftspartnern vor.

18 BFT-Geschäftsführer Zieger im Gespräch

Stephan Zieger äußert sich im Interview über aktuelle Herausforderungen der BFT-Mitglieder und die Zukunft des Tankstellenmittelstandes.

— **Branchenkatalog**

21 Gesellschaften von A bis Z

Die Ansprechpartner und Kontaktdaten von rund 130 Tankstellenunternehmen in Deutschland liefert das exklusive Branchenverzeichnis „Gesellschaften von A bis Z“.



© kizilkayaphotos/Getty Images/iStock



© EFT/Birgit Limbach

Impressum



Sprit+ Spezial
Tankstellennetze 2018 erscheint als Beilage
 mit **Sprit+** 4.2018

Verlag
 Springer Automotive Media
 Springer Fachmedien München GmbH
 Aschauer Straße 30, 81549 München
 Tel. 0 89 20 30 43-0 (Zentrale)
 www.springer-automotive-media.de

Geschäftsführer
 Peter Lehnert
Verlagsleiter
Springer Automotive Media
 Ralph M. Meunzel
Chefredakteurin
 Annika Beyer (V.i.S.d.P.)
 Tel. 0 89 20 30 43-25 71
 sprit-plus@springernature.com

Projektkoordination
 Michael Simon

Leitung Herstellung
 Maren Krapp
 Lena Amberger, Dierk Naumann (Layout)

Anzeigenleitung
 Michael Harms
 Tel. 0 89 20 30 43-12 42
 michael.harms@springernature.com

Anzeigenverkauf
 Birgit Fischer
 Tel. 0 89 20 30 43-12 48
 birgit.fischer@springernature.com

Karin Rockel
 Tel. 0 89 20 30 43-11 93
 karin.rockel@springernature.com

Leitung Sondergeschäfte
 Petra Willmeroth
 Tel. 0 89 20 30 43-11 42
 petra.willmeroth@springernature.com

Anzeigen disposition
 Sylvia Affeld
 Fax 0 89 20 30 43-21 00

Leitung Marketing
 Michael Harms
 Tel. 0 89 20 30 43-12 42

Druck
 F&W Druck- und Mediacenter GmbH
 83361 Kienberg
 Auflage geprüft durch die Informations-
 gemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung
 von Werbeträgern e.V. (IVW).
 Gerichtsstand und Erfüllungsort: München
 Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch aus-
 zugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung.



© Titel: Tankstelle: Kwangmoocaa/Getty Images/iStock; Karte: Fotolia365/stock.adobe.com

Alles halb so schlimm?

Liebe Leserin, lieber Leser,



© Erwin Fleischmann

wie geht es Ihnen eigentlich und was verdienen Sie? Möglicherweise kommen Ihnen die Frage bekannt vor, möglicherweise werden sie Ihnen zurzeit häufiger gestellt. Der Bundesverband Tankstellen und gewerbliche Autowäsche (BTG) hat jüngst Tankstellen- und Waschanlagenbetreiber zu einer großen Umfrage aufgerufen, „um unsere Arbeit noch zielgerichteter an den Anforderungen und aktuellen Problemen des Marktes auszurichten“, heißt es vom Verband. Wissen möchte der BTG unter anderem, wie zufrieden Pächter und Eigentümer mit der Zusammenarbeit mit ihrer MÖG sind, wie sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr verändert hat und wie es um die Altersvorsorge steht – kurzum: wie es den Betreibern eigentlich geht.

Von der Grundidee erinnert der BTG-Aufruf an eine Umfrage, deren Ergebnisse der Tankstellen-Interessenverband (TIV) und das Tankstellengewerbe Bayern im November vorgestellt haben. Der Tenor: Die Öl-Konzerne haben versagt, Pächter würden wie Leibeigene behandelt und müssten finanziell in prekären Verhältnissen leben. Konkret fordern die Verbände die neue Bundesregierung auf, einen Mindesterloß von zwei Cent pro Liter für den Tankstellenbetreiber gesetzlich festzuschreiben. Ob der BTG nach Auswertung der Rückmeldungen ins gleiche Horn blasen wird, bleibt abzuwarten.

Angesprochen durch **Sprit+** auf die Kritik von Seiten der Betreiberverbände spielen die Mineralölgesellschaften die Probleme in der Partnerschaft herunter. Nur gemeinsam könne man Erfolg haben (Total), die MÖG würde auch nur ein bis zwei Cent am Kraftstoffgeschäft verdienen (Shell), ein Indiz für das gute Verhältnis zu den Partnern sei, dass so gut wie nie Pächter kündigen würden (Esso). Ist alles also nur halb so schlimm?

Im Mittelstand, berichtet Stephan Zieger, Geschäftsführer Bundesverband freie Tankstellen (BFT), gelassen, sei die Gemengelage ohnehin anders verteilt. Hier pflege man ein ganz anderes Verhältnis zu den Partnern und stehe (auch dadurch) für ein hohes Innovationspotenzial. Das bleibt den MÖG nicht verborgen und macht den Mittelstand für Kooperationen attraktiv (mehr ab Seite 18).

Viel Vergnügen bei der Lektüre vom Sonderheft „Tankstellennetze“, das wieder einmal den Großen im Markt auf die Finger schaut, um aufzuzeigen, wo die Zukunft der Tankstelle liegen könnte. Wenn Ihnen gefällt, wie die MÖG denken, können Sie die Ansprechpartner im Branchenkatalog „Gesellschaften von A bis Z“ aufspüren.

Michael Simon

Redakteur **Sprit+**

michael.simon@springernature.com



Die Rezensionen der Tankstellengesellschaften für das zurückliegende Geschäftsjahr lesen sich unisono gefällig. Das hat Gründe, wie eine Analyse der Parameter des Tankstellenmarkts zeigt.

Das Jahr 2017 wird in die Chronik der Tankstellengeschichte als erfolgreiches Kapitel eingehen. Die agierenden Mineralölkonzerne und mittelständischen Tankstellengesellschaften sprechen ausnahmslos von einem mindestens zufriedenstellenden Jahr, einige wählten in ihrer Bewertung gar das Adjektiv „erfolgreich“, das Shell („extrem“) und Orlen („sehr“) gar noch steigerten (mehr ab Seite 6). Dafür, dass es sich bei den Einschätzungen nicht nur um Marketing-Flötereier handelt, sprechen einige Indikatoren.

Da wäre zum einen mal der Fahrzeugbestand: Laut Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) erhöhte sich der Bestand in Deutschland zugelassener Kraftfahrzeuge zum Stichtag 1. Januar 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 1,6 Prozent auf 56,5 Millionen Fahrzeuge; ein Plus von rund einer Million Maschinen, die mit Kraftstoff versorgt werden wollen. Dies überwiegend mit Benzin (65,5 Prozent, +1,6 Prozent) und Diesel (32,8 Prozent, +0,9 Prozent). Alternative Antriebe kommen nun auf eine Stückzahl von knapp 800.000, rund 65.000 mehr als 2017.

Ein zweiter Indikator für die gute Marktsituation ist der Bericht des Bundesamts für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (Bafa). Ihm zufolge steigerte der Markt die Inlandsablieferungen für Mineralölprodukte im Jahr 2017 um 3,6 Prozent. Verglichen mit Ottokraftstoffen wurde 2017 mehr als doppelt so viel Diesel abgeliefert: 38,6 Millionen Tonnen (+2,0 Prozent). Auch Biodiesel legte laut Bafa-Zahlen zu, um 2,7 Prozent.

Absatz von E10 sinkt weiter

Der Absatz von Ottokraftstoffen insgesamt steigerte sich um 1,6 Prozent, wobei das am meisten nachgefragte Produkt Super E5 mit 15,4 Millionen Tonnen war (rund 83 Prozent, +1,9 Prozent). Während Super Plus um 1,3 Prozent zulegte, scheint die Lust der Verbraucher am Biokraftstoff E10 weiter zu schwinden (-0,6 Prozent). Der Bundesverband der deutschen Ethanolwirtschaft (BDBE) teilte mit, dass der stagnierende Absatz von Super E10 auch der Grund sei, warum die deutsche Bioethanolproduktion um 8,8 Prozent zurückgegangen sei.

Deshalb fordert Dietrich Klein, Geschäftsführer des BDBE, den Gesetzgeber auf, die Pflicht, die CO₂-Emissionen von Kraftstoffen um 6,0 Prozent (derzeit 4,0 Prozent) zu senken, auf das Jahr 2019 vorzuziehen. „Nur so können die klimaschädlichen Emissionen der derzeit mehr als 30 Millionen zugelassenen Autos mit Benzinmotoren deutlich gesenkt werden“, erklärt Klein. Die Kraftstoffunternehmen müssten

Straßentankstellennetz (größer als 200)		
	1.1.2018	+/- Vorjahr
Aral	2.334	-1
Shell	1.924	-5
Total	1.142	+6
Esso	970	-22
Avia	868	+17
JET	841	+20
Raiffeisen (ohne Baywa)	681	+6
Orlen	580	+8
Agip/ENI	453	+6
Deutsche Tamoil	405	+5
OMV	272	-7
Westfalen	247	+1
OIL!	226	+1

Quelle: EID

den Preisvorteil von Super E10 gegenüber Super E5 erhöhen. Das Beispiel Frankreich zeige, was möglich sei: Dort hat Super E10 wegen des Preisvorteils von 4,5 Cent pro Liter im Jahr 2017 einen Marktanteil von 38,8 Prozent erreicht.

Als drittes Merkmal, das dem Tankstellenmarkt Gesundheit attestiert, darf die Entwicklung des Gesamtbestands von Tankstellen erhalten. Die jahrelange Konsolidierungsphase ist endgültig abgeschlossen, viele Player berichteten, sie würden im vergangenen und in diesem Jahr Neubauprojekte vorantreiben. In Zahlen drückt sich das in einem Rückgang von 24 Stationen gegenüber dem Vorjahr aus: Der Energie Informationsdienst (EID) bilanzierte zwei Autobahntankstellen mehr und 26 Straßentankstellen weniger als 2017 und errechnete 14.478 Tankstellen in Deutschland.

Wie im vergangenen Jahr liegt die Wasserstandsmeldung des Bundeskartellamts etwas höher: Im vierten Jahresbericht seit Einführung der Markttransparenzstelle für Kraftstoffe (MTS-K) meldeten zum

1. Dezember 2017 rund 14.750 öffentliche Tankstellen ihre aktuellen Kraftstoffpreise. Abgesehen von dieser Information bot der Bericht keine neuen Erkenntnisse. Derzeit evaluiert übrigens das Bundesministerium für Wirtschaft und Entwicklung (BMWi) Sinn und Zweck der Preismeldestelle. Eine Sprecherin sagte gegenüber **Sprit+**, mit einer Veröffentlichung sei im ersten Halbjahr 2018 zu rechnen. Vorher wollte sich das Ministerium nicht zur Frage äußern, ob die Meldepflicht wieder zurückgenommen werden könnte.

Margen stellen MÖG zufrieden

Zu guter Letzt steht und fällt das Resümee der Akteure im Tankstellenmarkt natürlich mit den Margen. Diese sind im deutschen Markt verglichen mit dem europäischen Ausland traditionell niedrig, aber aufgrund der schmalen, optimierten Verkaufsstrukturen durchaus zufriedenstellend. Die Beratungsgesellschaft Mackenzie errechnete für den EID Brutto-Tankstellenmargen von 10,19 und 9,23 Cent pro Liter Eurosu-

Straßen- und Autobahntankstellen in Deutschland zum 1. Januar			
	Straßentankstellen	Autobahntankstellen	Gesamt
2018	14.118	360	14.478
2017	14.144	358	14.502
2016	14.176	355	14.531
2015	14.209	353	14.562

Meldung von Tank & Rast nach Einlieferungen inkl. Gestattungsbetriebe
Quelle: EID

per und Diesel. Nach Abzug der Biobeimischungskosten bleiben den Gesellschaften noch rund acht bzw. sieben Cent pro Liter brutto. Netto, mutmaßt der EID, dürften den Gesellschaften damit bis zu zwei Cent pro Liter an Marge übrig geblieben sein.

Michael Simon

Anzeige



Für Ihre Zukunft haben wir ein **Erfolgsrezept**: Werden Sie Q1 Partner!

Q1 ist ein konzernunabhängiger Energieversorger des deutschen Mittelstands. Unseren Slogan „Qualität zuerst“ füllen Q1 Partner an rund 200 Tankstellen mit Leben. Werden Sie Teil der Q1 Familie und profitieren Sie von

- partnerschaftlichem Miteinander
- kurzen Entscheidungswegen und flachen Hierarchien
- intensiver und persönlicher Unterstützung in allen Geschäftsbereichen

Nähere Informationen erhalten Sie bei Herrn Marc Köser.

Q1 Energie AG
Rheinstraße 82
49090 Osnabrück
m.koeser@q1.eu
www.q1.eu





Bunte Visionen

Das Ende der Marktkonsolidierung ist erreicht – jetzt muss die Branche die Weichen für die Zukunft stellen. Zwölf Unternehmen geben Auskunft, welche Pläne sie derzeit umsetzen oder aushecken.

Es sind raue Zeiten, die die Auguren dem Tankstellenmarkt auf lange Sicht prognostizieren: Sinkende Kraftstoffabsatzzahlen durch effizientere Motoren sowie Elektromobilität und eine starke Konkurrenz in der Außer-Haus-Versorgung durch Bäckereien und LEH bedrängen die Zukunftsfähigkeit der Tankstelle. In diesem schrumpfenden Markt tummeln sich allerdings zahlreiche ambitionierte Tankstellengesellschaften, die der Konkurrenz nicht freiwillig das Feld überlassen wollen. Was große Mineralölkonzerne im vergangenen Jahr getan haben und in diesem Jahr zu tun gedenken, um langfristig ihre Kunden an sich zu binden, hat **Sprit+** abgefragt. Und sich dabei auch angeschaut, wie kleinere, mittelständische Tankstellenbetreiber mit geringeren Mitteln, aber kürzeren Prozessen dagegenhalten. Die Strategien der Mineralölbranche in einer disruptiven Zeit klingen zumindest vielversprechend.

Aral

Branchenprimus im deutschen Tankstellenmarkt bleibt 2018 und auf absehbare Zeit Aral mit rund 2.300 Straßentankstellen. Erstmals seit vielen Jahren ist das Netz

der Bochumer saldiert nicht kleiner geworden, was an 17 Neuzugängen im vergangenen Jahr inklusive sieben Neubauten liegt. Das vorherrschende Thema im Hause der BP-Tochter war wie im vorangegangenen Jahr die Ausbreitung des Shopkonzepts Rewe to go, bei der man das ambitionierte Ziel von 200 umgerüsteten Stationen nicht ganz einhalten konnte – am Ende waren es 175. Für 2018 gibt Aral dennoch wieder 200 Rollouts innerhalb des gesellschaftseigenen Netzes als Zielmarke aus. Hält die MÖG diesen Schnitt ein, erscheint das Ziel, bis 2021 bis zu 1.000 unternehmenseigene Stationen mit Rewe to go auszustatten, realistisch.

Patrick Wendeler, Vorstandsvorsitzender von Aral, wähnt sein Unterneh-

men „auf dem richtigen Weg“, Rewe to go treffe die veränderten Bedürfnisse der mobilen Kunden, man habe eine neue Kundengruppe erschlossen und erfreue sich deutlicher Umsatzzuwächse, auch wenn er konstatiert: „Die Einführung von Rewe to go ist ein hartes Stück Arbeit und wir lernen weiterhin täglich neu hinzu.“ Die Euphorie bei den Aral-Pächtern hält sich, so das Echo aus dem Markt, hingegen in Grenzen. Sie berichten von hohen Abschriftquoten und einem teuren Konzept, das der Kunde noch nicht, wie von Aral gewünscht und erwartet, annehme. Dazu kommen offenbar Lieferschwierigkeiten von Rewe, die den ein oder anderen Betreiber veranlassen, auf bewährte Shoplieferanten zurückzugreifen.

Die Einführung der neuen Kraftstoffe mit der „Anti-Schmutz-Formel“ habe zu einer überproportionalen Steigerung des Absatzes der Premiumkraftstofflinie Ultimate geführt, berichtet Aral.



Shell

Das Jahr 2017 wird man in der Firmenzentrale von Shell in Hamburg in positiver Erinnerung behalten: „Das Tank-

Die digitalisierte BayWa Tankkarte.

Die BayWa Tankkarte App jetzt auch auf Ihr Smartphone.

BayWa



© Shell

stellengeschäft der Shell Deutschland Oil blickt auf ein extrem erfolgreiches Geschäftsjahr zurück“, sagt Patrick Carré, Chef des Tankstellengeschäftes in der D-A-CH-Region. Zum einen, weil man beim Kraftstoffabsatz überdurchschnittlich vom allgemeinen positiven Trend im Markt profitiert habe und den Anteil der V-Power-Premiumprodukte am Gesamtabsatz spürbar steigern konnte. Zum anderen würden sich die Investitionen in die Shops mit höheren Umsätzen zurück-

zahlen. Nicht nur das Angebot habe zur positiven Entwicklung beigetragen, sondern auch die Anstrengungen, die Beliebtheit der Marke Shell zu verbessern. Die 2015 eingeführte Preisgarantie im Kundenbindungsprogramm „Club-Smart“, die 2016 gestarteten Deals für Premiumkraftstoffe und die Schulung der Mitarbeiter in den „Training Trucks“ durch einen professionellen Seminaranbieter verbesserten den Stand der Marke.

Stolz ist Carré auch auf das Angebot, mobil per Smartphone zu bezahlen, das im Frühjahr bundesweit ausgerollt werden soll. Dies ist auch ein Aspekt des globalen Shell-Motors „Go Well“. Ziel sei es, die Bedürfnisse von Autofahrern zu verstehen und den Aufenthalt zum One-Stop-Erlebnis zu machen. Dafür wird Shell seine Kooperationen mit Starbucks, Amazon, Paypal und Subway ausbauen. 2018 plant Shell, nach rund 700 Shop-Umbauten seit 2011 weitere 150 umzusetzen. Im Rahmen der Wasserstoffinitiative H2 Mobility sollen rund 20 neue Wasserstoffzapfpunkte zu den bisherigen elf hinzugefügt und die erste LNG-Tankstelle für den Schwerlastverkehr eröffnet werden.

Total

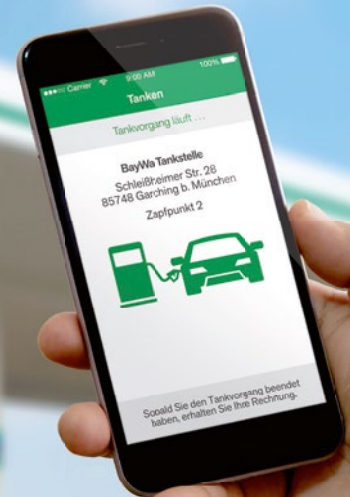
Total treibt das ehrgeizige Ziel, einen Marktanteil von zehn Prozent zu erreichen, bedingungslos voran, wie der Start ins Jahr 2018 dokumentiert. Allein im Januar wurden vier Tankstellen ins Netz genommen, „gut zwei Dutzend“ neue Stationen sollen im Jahresverlauf hinzukommen. Hierfür wirbt Total um neue Partnerschaften mit dem Mittelstand.

Außerdem soll durch Neubauten an Autobahnen die Zahl der Total-Autohöfe auf mehr als 50 steigen, um die gute Positionierung entlang der Fernstraßen zu festigen.



© Total

Tankstellennetze 2018 Sprit+



Tankkarte

Jetzt App
downloaden:

www.baywa-tankkarte.de/app

Mit der BayWa Tankkarte App können Sie an allen BayWa Tankstellen sicher und bequem mit Ihrem Smartphone tanken und mobil bezahlen.

Funktionen:

- Ortung der BayWa Tankstellen
- bargeldlose, mobile Bezahlung von Tankungen
- Anzeigen von Tankbelegen (inkl. Historie)
- Versenden der Tankbelege per E-Mail

Für die bargeldlose, mobile Bezahlung wird eine BayWa Tankkarte vorausgesetzt. Sofern Sie keine BayWa Tankkarte besitzen, können Sie diese unter www.baywa-tankkarte.de beantragen.

Mit der BayWa Tankkarte können Sie zusätzlich an allen AVIA und star Tankstellen bequem zahlen.



Im Bereich der alternativen Kraftstoffe traut Thomas Strauß, Leiter des Total-Tankstellengeschäfts in Deutschland, CNG noch eine wichtige Rolle zu: „Trotz der Flaute der vergangenen Jahre glauben wir auch weiterhin an das Thema CNG, weil es gerade für Ballungsgebiete eine sofort verfügbare Option ist, um CO₂-Emissionen und lokale Emissionen wie Stickoxide und Feinstaub deutlich zu reduzieren.“ Mit der Übernahme von Pit-point habe Total seine europaweite Rolle in diesem Bereich noch einmal gestärkt. Dies soll auch im Tankkartenbereich gelingen: Mit BP/Aral vereinbarte Total im Februar die gegenseitige Akzeptanz der Tankkarten auf verschiedenen europäischen Märkten, darunter auch in Deutschland.

Neben dem weiteren Netzausbau und der 2017 vorangetriebenen Umrüstung auf das T-Air-Tankstellendesign möchte Total in diesem Jahr den Rollout von Solaranlagen abschließen: 500 Tankstellen wurden oder werden mit einer Photovoltaikanlage ausgestattet. Bis zum Sommer soll ebenfalls das Ziel erreicht sein, 650 Stationen mit kostenfreiem WLAN zu versorgen. Ein klares Instrument, um die Aufenthaltsqualität für Besucher noch einmal zu erhöhen, die man zudem mit einer breiten Palette warmer Speisen (Currywurst, Burger, Hotdog, Panini) und mit Frischeprodukten (Salat, Obst) fürs Bistro begeistern möchte.

Esso

22 Stationen und damit so viele wie kein Wettbewerber hat Esso im vergangenen Jahr saldiert verloren und kommt zum 1. Januar auf nur noch 970 Stationen. Die Konsolidierung steht anscheinend im Widerspruch zum seit Längerem formulierten Ziel, in Deutschland wieder wachsen zu wollen. Es bleibt abzuwarten, ob die aus diesem Grund mit der EG Group aus Großbritannien eingegangene Partnerschaft in diesem Jahr eine gegenläufige Entwicklung einleiten wird. Ende Januar haben die zuständigen Kartellbehörden



© Martin Heying

grünes Licht zum Verkauf des Tankstellennetzes gegeben. Während die Markenpflege und die Kraftstoffbelieferung Esso obliegt, kümmert sich die neue Partnerin, die EG, um die Bewirtschaftung der Tankstellen inklusive selbstständigem Pricing.

Das zweite dominierende Thema des Jahres ist der weitere Rollout des Forecourt-Konzepts Synergy. „Aktuell haben wir bereits die Hälfte unserer Stationen mit dem neuen Design ausgestattet, liegen damit also voll im selbstgesteckten Zeitplan“, gibt Alexander Hentschke, Leiter des Tankstellengeschäfts, Auskunft. Gerade an den Stationen, die die neuen Style-Elemente wie die rotfarbigen Waves und die blauen Kraftstoffpumpen erhalten haben, würden sich die Umsatzzahlen „hervorragend“ entwickeln, heißt es von Esso. Mit den 2017 eingeführten Synergy-Kraftstoffen und der Installation des Kassensystems von Marktführer Scheidt & Bachmann sieht sich Esso gut gerüstet für die Zukunft.

Avia



© Michael Simon

Die Avia-Gruppe bilanzierte 2017 als zufriedenstellendes Geschäftsjahr. Sowohl das Tankstellengeschäft als auch die Geschäftsfelder klassischer Mineralölhandel und die sogenannten neuen Energien verzeichneten positive Entwicklungen. Mit Neubauten und Akquisition einzelner Standorte legte Avia eigenen Angaben zufolge um sieben Straßentankstellen zu und bleibt damit die Nummer fünf im deutschen Tankstellenmarkt. „Als die Marke des echten Mineralölmittelstands in Deutschland“ gelinge es Avia, ihr Tankstellengeschäft auf Augenhöhe mit den Mineralölkonzernen zu betreiben und sich Tankstellenbetreibern als zukunftsorientierte Alternative zu den global agierenden Konzernmarken zu empfehlen, ist man in der Unternehmenszentrale in München überzeugt.

Und bei den Kunden versuche man nachhaltige Wertschätzung zu erreichen, indem man im ländlichen Bereich die Ver-

sorgung mit Kraftstoffen sichere. Wo es sich anbietet, betreibt Avia diese als unbemannte Stationen. An den Zapfsäulen entwickelte sich der Absatz von Ottokraftstoffen leicht oberhalb der Marktentwicklung, beim Diesel jedoch konnte ein deutliches Absatzplus verzeichnet werden.

JET

Trotz zahlenmäßiger Unterlegenheit und Rang sechs im Ranking der Tankstellenanzahl ist JET bei den Kraftstoff-Absatzmarktanteilen nach wie vor hinter Aral und Shell die Nummer drei im Markt. Der Energie Informationsdienst schätzt die durchflussstarke gelb-blaue Gesellschaft auf 10,5 Prozent Marktanteil – mit steigender Tendenz. Im vergangenen Jahr wuchs JET nämlich um 20 Straßenstationen im Ergebnis. Gegenüber dem EID sagte Georg Ober, Managing Director CBU von Phillips 66: „Auch 2017 haben wir mit unserer Strategie, unsere Netzstruktur weiter zu verbessern, gute Fortschritte gemacht und sind auch mit den Geschäftsergebnissen zufrieden.“ Die Kunden wolle man mit den eingeleiteten Verbesserungen auch in Zukunft überzeugen.



© Annika Beyer

Orlen

Star, die Tankstellenmarke von Orlen, setzt ihren Expansionskurs munter fort. Im vergangenen Jahr kamen durch vier Übernahmen, sechs Ankäufe aus dem Mittelstand und einer Schließung neun Stationen hinzu – und mit der Station im baden-würt-



© Orlen

tembergischen Sindelfingen die erste in Süddeutschland. Dies soll der Grundstein für die weitere Südexpansion sein.

Aufsehen erregte Star mit seinem Shopkonzept „Star connect“, das man Ende April 2017 in Berlin offiziell vorstellte. Dieses bleibe auch dieses Jahr das wichtigste und zugleich größte Investitionsprojekt und soll an 50 Standorten ausgerollt werden. Man habe sich in allen Bereichen konsequent an den sich wandelnden Kundenbedürfnissen orientiert und stelle die Tankstellen sicher für die Zukunft auf, um die Entwicklung weg von dem klassischen Tankstellenshop hin zur Gastronomie einzuleiten und einen Ort zum Verweilen mit nützlichen Serviceangeboten zu schaffen. Mit dem Bistrogeschäft zeigt sich CEO Michal Brylinski sehr zufrieden: „Zurückzuführen ist dies vor allem auf den Wechsel des Kaffeeherstellers. Seit dem Beginn unserer Zusammenarbeit mit Dallmayr haben wir starke Zuwachsraten. Verbunden mit einem verbesserten Marketing rund um das Thema Kaffee hat dies zu einem massiven Wachstumsschub geführt.“

Auch der Absatz von Gutscheinkarten, Autopflegeprodukten und Getränken habe zugenommen. Gesunken sei hingegen aufgrund schlechter Witterungsbedingungen der Absatz im Waschgeschäft, jedoch konnte der Anteil hochwertiger Wäschen verbessert werden. Stolz ist Brylinski auch auf die beiden Wasserstofftankstellen in Mülheim und Wolfsburg, mit denen man als erste Marke im B-Preis-segment Erfahrung sammelt.

Deutsche Tamoil

Wie Orlen möchte auch die Deutsche Tamoil mit ihrer Marke HEM den süd-



© Deutsche Tamoil

deutschen Raum weiter erschließen und schneller wachsen. Bundesweit hat das 2017 schon gut funktioniert mit einem Zugewinn von fünf Stationen, worunter auch vier Neubauten waren. In die Modernisierung des bestehenden Netzes habe man einen Millionenbetrag investiert und das hohe Niveau im Bistro Vital ausgebaut. Im Bereich Fast Food sehe man im Segment bis zwei Euro großes Potential, welches man mit neuen Produktideen und Produktplatzierungen weiter auszubauen gedenke. Das Shop- und Waschgeschäft trage inzwischen mehr als 50 Prozent zur Gesamtwirtschaftlichkeit des Tankstellenbetriebes bei. Als Wachstumsfeld macht die Deutsche Tamoil das Bistrogeschäft aus: „Hierbei werden die Kundenanforderungen für unsere ‚Hot Snacks‘ in den kommenden Jahren steigen.“

Wie Orlen hofft auch die Deutsche Tamoil mit ihrem Angebot, die beliebteste deutsche Tankstellenmarke zu werden. Im Brandindex von Yougov sei man kurz davor, auf Platz eins vorzurücken, wozu eigenen Einschätzungen zufolge das frische

Anzeige

Werden Sie Teil
eines starken
Teams mit
einer großen
Leidenschaft:
Energie.



Design und die App-Tiefpreisgarantie beitragen. 2018 legt HEM den Fokus auf das Thema „Connected Car“: „Derzeit arbeiten wir an der intelligenten Verbindung von Tankstelle, Auto, Internet und Payment, um neue Kundenbeziehungen aufzubauen“, verrät Geschäftsführer Carsten Pohl.

OMV

Die Österreicher blicken stolz auf das Jahr 2017 zurück, in dem zufriedenstellende



© OMV

Margen leicht sinkende Kraftstoffmengen ausgleichen konnten. Im zweistelligen Prozentbereich ist hingegen das Premiumkraftstoffsegment Maxxmotion gewachsen. Es wird für Betreiber und OMV zu einem immer wichtigeren Ertragsbringer.

Die Anzahl der Tankstellen blieb nach der Netzbereinigung der Vorjahre stabil. Durch die erfolgreiche Teilnahme am Vergabeverfahren für die Belieferungsrechte an Tank- & Rast-Standorten wird sich die Anzahl der Autobahnstandorte von sieben auf 15 erhöhen – dies natürlich im süddeutschen Raum, wo die OMV gut positioniert ist. In Bayern habe man einen Marktanteil von zehn Prozent.

Auch bei den Straßentankstellen strebt die OMV Wachstum an: „Nach der Konsolidierung der letzten Jahre planen wir jetzt einen qualitativen und quantitativen Ausbau des Netzes in Süddeutschland“, gibt die OMV bekannt. Weitere wichtige Ziele für 2018 sind der Ausbau der Maxxmotion-Kraftstoffe und Wachstum im Gastrobereich. Hier sorgten insbesondere Frischeprodukte und Getränke für Zuwächse im vergangenen Jahr. Positiv sei bei den Kunden auch das Mehrwegbechersystem für das Coffee-to-go-Geschäft angekommen.

Westfalen

Die mittelständische Westfalen hält seit Jahren ihr Tankstellennetz konstant knapp unter der 250-Stationen-Marke. Zum nächsten Stichtag könnte diese je-

doch wieder überschritten werden, stehen doch einige Bauprojekte vor der Fertigstellung, die 2017 aufgrund schleppender Baugenehmigungsverfahren nicht fertig wurden. Dazu gehörte die Tankstelle in Plaidt im Raum Koblenz nicht, die im vergangenen Jahr zum südlichsten Fixpunkt im Westfalen-Netz wurde. Es ist zudem die zweite Station, die Westfalen aufgrund der positiven Erfahrungen mit einem Drive-in-Schalter ausstattete. „Ein weiterer Schwerpunkt lag im Bau von Pkw-Adblue-Anlagen, sodass heute bereits über ein Drittel unseres Tankstellennetzes mit Adblue-Zapfsäulen ausgestattet ist“, sagte Andre Stracke, Leiter des Bereichs Tankstellen.

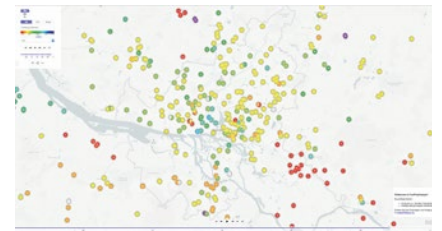
Erfolge konnte Stracke auch im Gastronomiegeschäft verbuchen: Dem veränderten Konsumverhalten der Kunden, die immer häufiger Mahlzeiten außer Haus einnehmen, begegnet Westfalen mit einem ansprechenden und frischen Angebot vor Ort, wodurch die Zahlen im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen sind. In diese Strategie passt auch das Asia-Konzept „Chopstix Noodle Bar“, das in Münster getestet wird. „Mitte des Jahres eröffnen wir einen neuen Standort im Ruhrgebiet. Hier stehen Gastronomie, Frische, Verweildauer und Atmosphäre klar im Fokus. Unsere Gäste dürfen sich auf einen neuen Treffpunkt mit Marktplatzcharakter freuen“, verrät Stracke.



© Westfalen

Q1

Inklusive der Autobahntankstellen zählt das Netz von Q1 inzwischen 216 Stationen. Damit setzt das mittelständische Unternehmen sein kontinuierliches Wachstum fort und „Oase“ an immer mehr Standorten ein: Nunmehr 15 Prozent haben das Premiumshopkonzept. Daneben standen die Themen strukturelle Optimierung, Vortreiben der Digitalisierung, Diversifizierung sowie die Fertigstellung der neuen Unternehmenszentrale auf dem Aufgabenzettel. Während sich der Absatz von Ottokraftstoff



© 01

fen leicht unterhalb des Markttrends reduziert und der Absatz von Dieselmotorkraftstoff innerhalb des Markttrends erhöht hat, entwickelten sich das Shop- und Foodservice-Geschäft sehr positiv, insbesondere die Produktgruppe „Fast Food“.

Weiterentwicklungen strebt Q1 bei den digitalen Produkten für den Tankstellenmarkt an, wie dem Mobile Payment System Zahlz oder dem Fuel Price Analyzer (siehe Screenshot oben). Aber auch mit der Umstellung und Modernisierung der zentralen IT-Systeme, vom ERP- bis hin zum Dokumentenmanagementsystem, befasste man sich derzeit.

Hoyer

Das Energieunternehmen Hoyer setzt einen klaren Fokus auf die Versorgung des Transportgewerbes und ist damit 2017 gut gefahren: Der Anteil von Diesel am Gesamtumsatz ist noch einmal gestiegen. Das liegt auch am erfolgreichen Ausbau des Akzeptanznetzes der Tankkarte Hoyer Card, die um 100 Stationen erweitert wurde und nunmehr in nahezu 1.000 Tankstellen in Deutschland und Europa einsetzbar ist.

Auch die Bilanz im Shop- und Waschgengeschäft stimmt Markus Hoyer, geschäftsführender Gesellschafter, zufrieden: „Hier können wir eine ausgesprochen positive Bilanz ziehen. Auffällig sind die überproportional gestiegenen Zuwächse im Bereich E-Loading. Der Verkauf von Gutscheinkarten für Tankungen, iTunes oder Datenvolumen hat kontinuierlich zugenommen.“

Für gute Resonanz habe im Kundenkreis die Einführung eines Mehrwegkaffeebechers gesorgt. Wie bisher wolle man auch weiterhin an den Themen Service, Qualität und Frische arbeiten, indem man auf die Wünsche des Kunden eingeht. Hier sei man durch die kurzen Wege innerhalb eines Familienunternehmens flexibel und schnell unterwegs.

Michael Simon



© Hoyer

Immer wieder ausgezeichnet!

Werden Sie Tankstellenpartner
beim Testsieger!
Tankstellenpartner@agip.de

DtGV | Deutsche Gesellschaft
für Verbraucherstudien mbH

QUALITÄTSTEST ANGEBOT, BISTRO & SERVICE



TESTSIEGER Tankstellenshops

Test 11/2017, 10 Anbieter

Die Agip Service-Stationen wurden erneut von der Deutschen Gesellschaft für Verbraucherstudien als Testsieger ausgezeichnet. Bereits 2015 belegte Agip beim Qualitätstest „Angebot, Bistro und Service Tankstellenshops“ den ersten Platz.

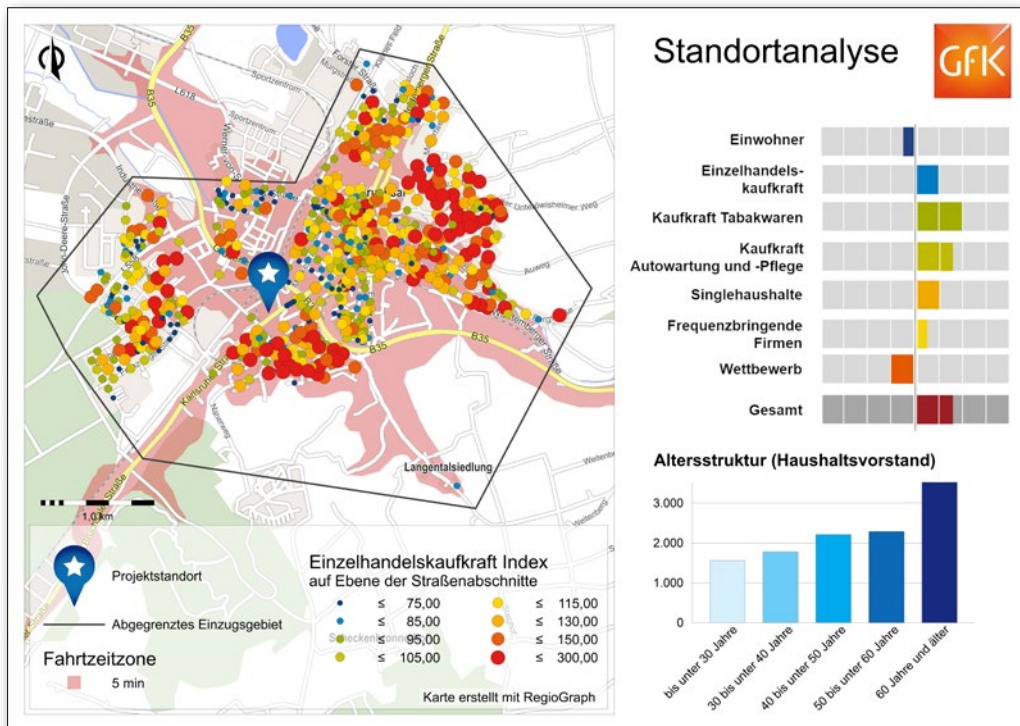


Agip
Tanken und mehr.

eni.com/de

Statistik schlägt Bauchgefühl

Welcher Standort ist für eine neue Tankstelle rentabel? Eine solche Entscheidung ist langfristig und mit hohen Investitionen verbunden. Mittels Geomarketing kann sie auf eine sichere Datenbasis gestellt werden.



Validiert durch eine breite Datengrundlage, die mittels einer Software visualisiert wird, ist das Potenzial eines Standorts bestimmbar.

ketshops dazukommen.“ Mittels Geomarketing lässt sich herausfinden, an welchen Stationen die größten Kundenpotenziale für ein spezielles Produkt oder eine besondere Dienstleistung liegen, also wo es sich zum Beispiel lohnt, über die Einführung eines Frühstückangebots nachzudenken, oder wo das Potenzial für die Errichtung einer Waschanlage besonders hoch ist.

Geomarketing – ein Begriff, unter dem sich vermutlich die wenigsten etwas vorstellen können. Wahrscheinlich hat das irgendwas mit Geografie und Werbung zu tun, werden sich jetzt einige denken. Nicht ganz. „Geomarketing beschäftigt sich mit allen unternehmerischen Fragestellungen, die einen Ortsbezug haben“, erklärt Stefan Merz, Berater Industrial Goods und Energie bei der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), einem der größten Marktforschungsunternehmen weltweit.

Für die Mineralölbranche bedeutet das beispielsweise: Geomarketing zeigt, wo die besten Marktbedingungen zu finden sind – für eine sinnvolle Erweiterung von bestehenden Tankstellennetzen, deren Umstrukturierung oder für Grundstücksentscheidungen. Das ist deshalb zunehmend von Bedeutung, weil das Tankstellennetz in Deutschland seit Jahr-

zehnten kleiner wird. „Das führt dazu, dass unter den Gesellschaften ein Wettbewerb um die besten Standorte entbrannt ist“, erklärt Merz. Die Frage danach, welche Standorte aus welchem Grund rentabel sind, in welchen Regionen man zusätzlich investieren könnte oder wo es sinnvoller ist, eine Station abzustoßen, lässt sich dank Geomarketing statistisch beantworten. Damit erhöht sich die Investitionssicherheit für die Gesellschaft.

Waschen, Frühstück, Paketshop?

Merz macht außerdem eine zweite Entwicklung aus, bei der Geomarketing den Mineralölgesellschaften als Entscheidungshilfe dienen kann. „Das Angebot an den Tankstellen hat sich in den letzten Jahren extrem gewandelt. Standorte sollen attraktiver gestaltet werden, indem Zusatzangebote wie ein Bistro, Waschanlagen oder Pa-

Datenpool nutzen

Für die Beantwortung der Frage nach dem richtigen Standort ist eine Vielzahl von Informationen notwendig. Dazu zählen interne Faktoren wie die strategische Ausrichtung der Mineralölgesellschaft ebenso wie externe Faktoren wie die Wettbewerbssituation oder das Nachfragepotenzial im untersuchten Einzugsgebiet. Je nach Fragestellung nutzt die GfK für die Standortbetrachtung verschiedene Daten aus einem großen Pool, die sie selbst erhebt. Das sind etwa Daten über die Kaufkraft in einem definierten Gebiet oder soziodemografische Kennziffern wie die Alters-, Einkommens- und Haushaltsstruktur. Zum anderen sind auch Pkw-Zulassungszahlen interessant, die offizielle Stellen wie Landesämter und Behörden zur Verfügung stellen.

„Aus all diesen Kennzahlen können unsere Statistikexperten entsprechende Datenmodelle erstellen“, erklärt Merz. Sie fließen in eine Software ein, die dann die Analyse eines bestimmten Gebietes nach den gewünschten Standortfaktoren ermöglicht. Dabei ist die Analyse nicht nur auf Postleitzahl-, sondern sogar auf Gemeinde- und Straßenebene möglich – und gestattet dadurch auch die Betrachtung eines vorab definierten Einzugsgebietes.

Erfolgsfaktoren ermitteln

Plant eine Gesellschaft nun beispielsweise zu expandieren, kann sie mittels der Daten die Erfolgsfaktoren bestehender Stationen untersuchen und dementsprechend Regionen ausfindig machen, die diese Faktoren ebenfalls aufweisen. Oder ein anderes Beispiel: Will ein Mittelständler sein Tankstellennetz um Standorte mit einem großen Mittagsangebot erweitern, kann die GFK mittels Standortanalyse Prognosen erstellen, welche Region sich besonders eignen könnte. Dabei betrachten die Statistikexperten



„In der Vergangenheit wurden Standortentscheidungen häufig mit Bauchgefühl entschieden“

Stefan Merz,

Berater bei der GFK im Bereich Geomarketing

unter anderem das Kundenpotenzial: Wer wohnt in der Region? Sind in der Umgebung viele Gewerbetreibende wie Handwerks- und Transportunternehmen, die einen Mittagstisch nutzen könnten?

Möchte ein Betreiber dagegen mit seiner Tankstelle nicht nur als Kraftstoffanbieter, sondern zudem als Nahversorger

wahrgenommen werden, indem er das Frischesortiment ausweitet, könnten wiederum Informationen über die umliegende Infrastruktur, Verkehrsfrequenzen, Pendlerverhalten sowie die Kaufkraft im Umfeld relevant sein. Natürlich spielt darüber hinaus der Wettbewerb eine entscheidende Rolle: Neben anderen Tankstellen konkurrieren immer häufiger der Lebensmitteleinzelhandel oder Bäckereien mit ihrem Angebot um die Rolle des Nahversorgers. Daher müssen auch Informationen über die umliegende Konkurrenz in die Betrachtung mit einfließen.

„In der Vergangenheit haben oft das Bauchgefühl und die Erfahrung darüber entschieden, ob und an welchem Standort ein Unternehmen investiert“, sagt Merz. Aber gerade in einem Markt, der so stark dem Wettbewerb ausgesetzt sei, müssen solche Investitionen sehr gut abgesichert sein. Und hier verlässt sich die Branche laut GFK-Berater immer häufiger auf den Rat der Standortexperten statt nur auf das eigene Bauchgefühl.

Annika Beyer

Anzeige

Wachstumsmarke star investiert in die Zukunft

Die Strategie verfolgt star seit dem Start der Tankstellenmarke in Deutschland 2003: Mit technischen Neuerungen, gezielten Investitionen in die Stationen und einer klaren Ausrichtung auf die Wünsche der Kunden geht star auf Wachstumskurs. Die star Tankstellen wandeln sich deshalb von klassischen Tankstellen mit Shop zu gastronomischen Treffpunkten mit einem breiten Angebot an frischen Mahlzeiten und Getränken für kleine Pausen. Im Rahmen des neuen Tankstellenkonzepts „star connect“ bieten immer mehr Stationen ein neues Wohlfühl- und Genussenerlebnis für moderne mobile Menschen.

ORLEN Deutschland, Betreiber der star Tankstellen, investiert deshalb hohe Millionenbeträge in die grundlegende Modernisierung der Tankstellen und die Neuausrichtung der Marke star. Neben dem Aus- und Umbau von über 200 bestehenden Stationen

in den nächsten drei Jahren werden auch weitere Standorte zum Tankstellennetz – vor allem im Süden Deutschlands – hinzukommen. Die Förderung alternativer Mobilitätslösungen ist ein weiterer Schwerpunkt. Dazu gehören etwa die Eröffnung der ersten Wasserstoff-Tankstellen und die kombinierten AdBlue-Tankanlagen für PKW und LKW sowie im Rahmen der E-Mobility-Strategie Tesla-Schnellladesäulen.

Wesentlich für den Erfolg ist der freundlich-sympathische Service, das zeigt die Benchmarkstudie Fanfocus, bei der star die beliebteste Tankstellenmarke mit den meisten Fans ist. Ebenso wichtig ist die enge Zusammenarbeit mit den Tankstellenpartnern. Für sie bedeutet das Teamwork mit einer starken Marke und faire Partnerschaft, attraktive und innovative Kundenangebote sowie die Freiheit, ihre Tankstelle erfolgreich führen zu können.



© ORLEN

Wenn Sie die star Erfolgsgeschichte mitgestalten möchten, dann kommen Sie zu einem starken Partner – egal, ob Sie einen Anschlussvertrag suchen oder die Tankstelle verkaufen oder verpachten möchten.

Mehr als günstig tanken! star

Erfahren Sie mehr im persönlichen Gespräch.

Rufen Sie an unter

04121/4750-1930 oder

schreiben Sie an partner@orlen-deutschland.de.

Diesel, ade?



Dieselfahrverbote sind zulässig. Die Frage ist nur, wann und wo sie umgesetzt werden.

© Thomas Reimer/adobe.stock.com

Fahrverbote werden kommen, ist sich Rechtsanwalt Kay Wagner sicher. Das hat einerseits Folgen für den Tankstellenmarkt, andererseits für Stationäre, die ihren Dieseldienstwagen loswerden wollen.

Das Bundesverwaltungsgericht hat mit seinem Urteil vom 27.02.2018 die Rechtslage in Bezug auf Fahrverbote für Dieselfahrzeuge geklärt. Demnach ist die Verhängung von Fahrverboten für besonders schadstoffbelastete Innenstadtbereiche grundsätzlich zulässig.

Politik und Automobilhersteller beschränken sich weiterhin auf Beschwichtigungen dergestalt, dass Fahrverbote unerwünscht sind und nur das „letzte Mittel“ sein dürften. Auch diese Durchhalteparolen werden sich kurzfristig als substanzlos erweisen. Die EU-weit geltenden Grenzwerte für Stickstoffdioxid sind verpflichtend. Die betroffenen Städte müssen die Einhaltung der Grenzwerte im Interesse des Gesundheitsschutzes so schnell wie möglich durchsetzen, was realistisch nur durch Fahrverbote für besonders schadstoffgeneigte Dieselfahrzeuge erreicht werden kann. Es wird daher zeitnah in vielen Städten zu Fahrverboten für Dieselfahrzeuge kommen, wobei noch unklar ist, ob sich der Bundesgesetzgeber zu einer einheitlichen Regelung (blaue Plakette) durchringen kann.

Was heißt das für die Branche?

Infolge der eingeschränkten Nutzungsmöglichkeit werden Dieselfahrzeuge, vor allem solche älteren Typs, in vielen Fällen durch Fahrzeuge mit Ottomotoren ersetzt werden. Dies wird naturgemäß zu einer Mengenverschiebung zugunsten der Ottokraftstoffe führen, die im Vergleich zum heutigen Stand stärker nachgefragt sein werden. Hiervon dürften insbesondere solche Tankstellenbetreiber profitieren, die für Benzin eine höhere Provision erhalten als für Dieselaabsätze. Weil Ottomotoren im Allgemeinen einen um etwa ein Drittel höheren Kraftstoffverbrauch haben als Dieselmotoren mit gleicher Leistung, könnte das „Dieselsterben“ insgesamt sogar zu steigenden Kraftstoffabsätzen führen.

Erheblich steigen wird ferner der Adblue-Absatz. Aufgrund einer kartellrechtswidrigen Absprache der Hersteller wurde bisher bei vielen Fahrzeugen der Abgasnorm Euro 6 die Abgasreinigung im Normalverkehr heruntergeregelt, um den Adblue-Verbrauch zu reduzieren und die Tanks kleinzuhalten. Werden diese Abschaltvorrichtungen im Zuge von Soft-

ware-Updates deaktiviert, erhöht sich der Adblue-Verbrauch auf circa fünf Prozent des Kraftstoffverbrauchs mit der Folge, dass alle drei oder vier Tankungen auch Adblue nachgefüllt werden muss.

Was geschieht mit Firmenwagen?

Viele Stationäre nutzen ein Fahrzeug für betriebliche Zwecke. Meist handelt es sich dabei um Dieselfahrzeuge. Sofern die jeweilige Station im Bereich eines Fahrverbotes liegt, wird sich für diese Betreiber die Frage stellen, wie der Diesel durch einen Benziner oder einen in der Sperrzone zugelassenen Diesel mit blauer Plakette zu ersetzen ist und wer die Kosten hierfür zu tragen hat.

Für Verbraucher, die ein Dieselfahrzeug erworben und über die Hausbank des Fahrzeugherstellers finanziert haben, bietet sich die Möglichkeit, den Fahrzeugkredit zu widerrufen und damit den Erwerb insgesamt rückgängig zu machen.

Bei Verbraucherdarlehensverträgen besteht ein gesetzliches Widerrufsrecht, über welches der Darlehensnehmer umfassend zu belehren ist. Die Widerrufsfrist

beträgt eigentlich nur 14 Tage. Die Frist beginnt jedoch nicht, bevor die Bank dem Darlehensnehmer eine Vertragsurkunde zur Verfügung gestellt hat, in der die gesetzlichen Pflichtangaben zur Information des Verbrauchers vollständig und richtig enthalten sind. Zu diesen gesetzlichen Pflichtangaben gehören unter anderem

- + die Art des Kredits,
- + der effektive Jahreszins und die Gesamtkosten des Kredits für den Verbraucher, berechnet zum Zeitpunkt des Abschlusses des Kreditvertrags,
- + der Satz der Verzugszinsen,
- + das Bestehen oder Nichtbestehen eines Widerrufsrechts sowie die Frist und die anderen Modalitäten für die Ausübung des Widerrufsrechts, einschließlich der Angaben zu der Verpflichtung des Verbrauchers, das in Anspruch genommene Kapital zurückzuzahlen, den Zinsen und der Höhe der Zinsen pro Tag,
- + die einzuhaltenden Modalitäten bei der Ausübung des Rechts auf Kündigung des Kreditvertrags.

Verzögerte Widerrufsfrist

Fehlt in den übergebenen Vertragsurkunden eine der Pflichtangaben oder sind die Angaben falsch, beginnt die Widerrufsfrist erst mit Nachholung der Mitteilung dieser Pflichtangaben. In den Standard-Vertragsbedingungen und insbesondere in der Widerrufsbelehrung der Volkswagen Bank und anderer Automobilfinanzierer waren die gesetzlichen Vorgaben über längere Zeiträume unzureichend umgesetzt. In diesen Fällen kann der Darlehensvertrag also auch nach Jahren noch widerrufen werden. Rechtsfolge des Widerrufs ist die Rückabwicklung des Darlehensvertrags und des mit ihm verbundenen Fahrzeugkaufvertrags, das heißt der Käufer gibt das Fahrzeug zurück und erhält seine Anzahlung und sämtliche geleisteten Tilgungsraten erstattet. Er muss sich unter Umständen lediglich einen Wertersatz für die Fahrzeugnutzung und die vereinbarten vertraglichen (Darlehens-)Zinsen anrechnen lassen.

Tankstellenbetreiber sind als Handelsvertreter zwar grundsätzlich keine Verbraucher. Die gesetzlichen Bestimmungen für Verbraucherkredite gelten allerdings auch für „Existenzgründer“. Auch natürliche Personen (keine GmbH oder Ähnliches), die sich ein Darlehen oder eine sonstige Finanzierungshilfe für die Aufnahme einer gewerblichen oder selbständigen beruflichen

Tätigkeit gewähren lassen, können ihren Kreditvertrag widerrufen. Es besteht allerdings eine betragsmäßige Obergrenze. Der Nettodarlehensbetrag darf 75.000 Euro nicht übersteigen. Stationäre, die das Fahrzeug im Zusammenhang mit der erstmaligen Übernahme eines Tankstellenbetriebs erworben und finanziert haben, können den Kreditvertrag also wie Verbraucher widerrufen und das Fahrzeug zurückgeben.

Mut machende Urteile

Aber selbst solche Betreiber, die nicht als „Existenzgründer“ zu qualifizieren sind, weil sie das Fahrzeug beispielsweise erst lange nach Übernahme des Tankstellenbetriebs angeschafft haben, müssen die eintretenden Wertverluste möglicherweise nicht kampflos hinnehmen. Insofern machen aktuelle Urteile aus Hamburg und Lübeck Hoffnung. Das Landgericht Hamburg hat einen VW-Händler dazu verurteilt, einen drei Jahre alten VW Tiguan, in dem eine Betrugssoftware installiert war, ohne Wertersatz-

pfligt gegen einen Neuwagen ohne Mangel einzutauschen. Ein solcher Umtausch setzt also eine unzulässige Abschalteneinrichtung oder einen sonstigen Mangel voraus.

Wie sich nach und nach herausstellt, sind wesentlich mehr Fahrzeugtypen vom „Abgasskandal“ betroffen als gedacht. Das Kraftfahrt-Bundesamt hat deshalb beispielsweise unlängst VW zum Rückruf der Audi A8 mit TDI-V8-Motor aufgefordert, da diese die zulässigen Abgaswerte um mehr als das Zwanzigfache übersteigen. Weil der Kunde Anspruch auf ein normgerechtes Fahrzeug hat, kann er bei Installation einer unzulässigen Abschalteneinrichtung den Umtausch des Fahrzeugs verlangen. Die Sachmängelansprüche unterliegen jedoch der gesetzlichen Verjährung und sollten daher zeitnah geltend gemacht werden.

Alles in allem bestehen also auch für Unternehmer durchaus einige gute Ansatzpunkte für die Erzwingung einer Rückabwicklung oder den Umtausch ihres Firmendiesels.

Kay Wagner

Anzeige



Partner einer starken Tankstellen-Marke werden!

Sie möchten Ihre Tankstelle verkaufen, verpachten oder unter neuer Flagge segeln? - Dann sind Sie bei uns genau richtig.

Wir bieten:

- eine starke Marke für gemeinsamen Erfolg
- ein modernes konzernunabhängiges Netz von Marken- und Unterepreistankstellen
- strategische Konzepte zur Unterstützung vor Ort

Interessiert? - Dann melden Sie sich am besten gleich bei uns.

Westfalen liegt doch nah:

Westfalen AG · Bereich Tankstellen · Jürgen Terfrüchte
 Industrieweg 43 · 48155 Münster · Tel. 0172 5870428
www.westfalen-tankstellen.de · expansion@westfalen.com



WIR BÜNDELN TANKSTELLEN-KOMPETENZ

Dienstleister & Berater für den Tankstellenmittelstand

Name/Sitz: Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen mbH in 53127 Bonn

Kontakt:

Einkaufsgesellschaft freier
Tankstellen mbH
Ippendorfer Allee 1d
53127 Bonn
www.eft-service.de
www.tankstellenmesse.de

Ansprechpartner:

Frank Feldmann
Bernd Scheiperpeter
Tel. 0228/910290
E-Mail: info@eft-service.de

Das sind wir: Die Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen mbH (eft) ist die Service-, Dienstleistungs- und Handelsgesellschaft für den Tankstellenmittelstand. In Kooperation mit dem Bundesverband Freier Tankstellen e. V. (bft) bündelt sie politisches und Branchen-Know-how, den Einkauf und Verkauf von Handelsware sowie Tankstellenausrüstungs- und Shop-Einrichtungsgegenständen.

Das bieten wir: Beratung: Mit über 40 Jahren Erfahrung steht die eft als neutraler Berater Pächtern und Betreibern mit Themen wie „Potentialanalyse durch branchenspezifische BWA“, „Shop-Gestaltung“, „Mitarberschulung“, „Branchencheck“ u. v. a. zur Seite. Veranstalter: Seit 1983 veranstaltet die eft alle zwei Jahre Deutschlands führende Fachmesse TANKSTELLE & MITTELSTAND, 2019 wieder am Standort Münster. Sechsmal jährlich lädt die eft zum Wirtschaftsdialog an den ROUNDTABLE ein. Mit der bft-Akademie betreibt die eft das Schulungs- und Weiterbildungszentrum für das Team der Tankstelle.

Herausgeber: Darüber hinaus ist die eft Herausgeberin der Fachpublikationen TANKSTOP sowie der bft-Nachrichten.

So tankt der Norden. Seit 1934

Name/Sitz: Anton Willer Mineralölhandel GmbH & Co. KG in 24118 Kiel

Das sind wir: Als traditionsreiches mittelständisches Tankstellenunternehmen im Familienbesitz stehen wir für gelebte Partnerschaft und norddeutsche Gradlinigkeit. Neben unserem bft Willer Netz betreiben wir Tankstellen unter den Marken Aral, Shell und Esso.

Das suchen wir: Wir wollen unseren Expansionskurs der letzten Jahre fortsetzen und suchen weitere Standorte in Norddeutschland zum Kauf oder zur Belieferung. Ferner suchen wir Pächter für einzelne Stationen.

Das bringen Sie mit: Als Eigentümer einen interessanten Standort in Norddeutschland, als Pächter Know-how und ausgeprägte Kundenorientierung. Weitere Informationen zu unserem Unternehmen finden Sie auf unserer Seite: www.antonwiller.de



Kontakt:

Anton Willer Mineralölhandel GmbH & Co. KG
Gutenbergstraße 80-86
24118 Kiel

Ansprechpartner:

Axel Niesing und Markus Wittwer
Tel.: 0431/54008-0
E-Mail: info@antonwiller.de

Tankstellennetze: So heben Sie Ihr Unternehmen online hervor

Auf einen Blick bestens informiert: Die Adressen und Ansprechpartner der wichtigsten Mineralölgesellschaften und Tankstellenunternehmen in Deutschland zum Nachschlagen – diesen exklusiven Service bietet **Sprit+** seinen Lesern nicht nur im Firmenverzeichnis dieser Spezialausgabe

auf den Seiten 21 bis 27, sondern auch online: Auf sprit-plus.de/tankstellennetze finden Pächter und Eigentümer derzeit 130 potenzielle Geschäftspartner.

Die Plattform bietet umfangreiche Informationen zu den Mineralölgesellschaften, die als Partner von Tankstellen tätig

sind. Interessierte haben die Möglichkeit, mit dem Unternehmen ihrer Wahl in direkten Kontakt zu treten und die ersten Grundsteine für eine erfolgreiche Partnerschaft zu legen.

Der kostenlose Firmeneintrag umfasst den Unternehmensnamen, die Adresse

Unternehmerische Freiheit – das gibt es bei uns!

Name/Sitz: CLASSIC Tankstellen GmbH & Co. KG in 27318 Hoya

Das sind wir: Ein unabhängiges, deutsches, mittelständisches Tankstellenunternehmen mit über 120 Tankstellen in elf Bundesländern. Damit gehören wir zu den größten Mittelständlern in Deutschland. Wir sind gemeinsam mit unseren Partnern jederzeit eng am Markt und somit immer ganz spezifisch an den Bedürfnissen des einzelnen Standortes orientiert. Die lokalen Stärken zu fördern ist unser Vertriebskonzept.

Das suchen wir: Deutschlandweit weitere Eigentümer-Tankstellenpartner, die nach Ablauf ihres bisherigen Vertrages mit uns in eine gute wirtschaftliche Zukunft und in eine vertrauensvolle und partnerschaftliche Zusammenarbeit starten wollen, oder Tankstellen-Eigentümer, die für ihren Standort eine lukrative Nachfolgeregelung suchen.

Das bringen Sie mit: Eigenverantwortliches und selbstbestimmtes Handeln. Unternehmerische Freiheit in den Bereichen Shop, Wäsche und Werkstatt. Ein partnerschaftlicher, auf gegenseitigem Respekt gründender Umgang sind die Merkmale in unserer Zusammenarbeit – das gesprochene Wort gilt! Sie wollen mehr über uns erfahren? Rufen Sie uns doch einfach an!



CLASSIC

Kontakt:

CLASSIC Tankstellen GmbH & Co. KG
Lange Straße 100-106
27318 Hoya

Ansprechpartner:

Nicole Meyer, Tel.: 04251/812-24,
E-Mail: nmeyer@classic-oil.de
www.classic-oil.de

Aus Liebe zur Tankstelle: team sucht neue Partner!

Name/Sitz: team energie GmbH & Co. KG in 24392 Süderbrarup

Das sind wir: Wir sind team – in allem, was wir tun. Wir arbeiten mit Leidenschaft und Freude in einer starken Gemeinschaft. Mit eigenen Komplett- und Automatenstationen bedienen wir private Kunden, Speditionen und Gewerbetreibende. Unsere Wachstumsstrategie als regionales, mittelständisches Tankstellenunternehmen beinhaltet mutige Ziele für eine unabhängige Zukunft.

Das suchen wir:

- erfolgsorientierte Tankstellenpartner (m/w), aktuell für ein Neubauprojekt in 26419 Schortens
- bestehende Tankstellen zum Aufbau leistungsstarker Partnerschaften
- infrastrukturell gut angebundene Grundstücke (ab ca. 2.000 Quadratmetern) an hochfrequentierten Straßen

Das bringen Sie mit: Der Kunde steht für Sie im Mittelpunkt und Ihr Herz schlägt für Ihre Tankstelle. Begeistern und überzeugen Sie mit uns gemeinsam Kunden und Mitarbeiter von team. Folgen Sie Ihrem Herzen und bewerben Sie sich bei uns. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.



team

bau · energie

Kontakt:

team Energie GmbH & Co. KG
team Allee 22
24392 Süderbrarup

Ansprechpartner:

Arnd Luther
Tel.: 04641/9860-1015
E-Mail: arnd.luther@team.de

Tankstellennetze

Westfalen Gruppe
Bereich Tankstellen
48136 Münster

Tel.: 0251/695-128
www.westfalen-ag.de
n.lohkamp@westfalen-ag.de

Firmenprofil Leistungen Tankstellenpartner Kontakt

Westfalen Gruppe

Die Westfalen Gruppe ist als Technologieunternehmen der Energiewirtschaft mit insgesamt 23 Tochter- und Beteiligungsgesellschaften in Belgien, Frankreich, den Niederlanden, Österreich, Polen, der Schweiz und Tschechien tätig. Das im Jahre 1923 gegründete Familienunternehmen mit über 20 Produktionsstandorten in Europa hat seinen Hauptsitz in Münster. Die Geschäftsfelder sind Gase, Energieversorgung und Tankstellen. Die Westfalen Gruppe erwirtschaftete mit aktuell über 1.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von rund 1,8 Milliarden Euro.

Heute betreiben wir mit rund 260 Stationen das größte konzernunabhängige Tankstellennetz in Deutschland – überwiegend in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen.

Bildergalerie

und einen Link zur Homepage des Unternehmens. Eine höhere Sichtbarkeit für ihr Tankstellenunternehmen erzielen Entscheider mit einer kostengünstigen Aufwertung des Profils: Die Premiumvariante bietet den Firmen zusätzlich ein Logo,

eine exponierte Platzierung sowie einen Direktkontakt zum richtigen Ansprechpartner per E-Mail. Außerdem können sie das Unternehmen in einem Steckbrief samt Bildergalerie effektiver bewerben. Weiterführende Informationen gibt es hier: www.sprit-plus.de/tankstellennetze-eintrag. ms

Trommeln gegen E-Mobilität

Der Bundesverband freier Tankstellen und seine Mitglieder stehen sehr gut da. So lautet die Einschätzung des BFT-Geschäftsführers Stephan Zieger, der im Interview die Verbandsarbeit 2017 rekapituliert, sich zu steigenden Mitgliederzahlen äußert und sich selbst verpflichtet, noch lauter für E-Fuels zu trommeln.

Herr Zieger, wie geht es den BFT-Mitgliedern?

Für das abgelaufene Jahr kann man nicht klagen.

Und für das laufende Jahr?

Es hat gut begonnen. Es hat ein bisschen gerumpelt, weil sich das Marktverhalten einiger Anbieter etwas verändert hat. Der eine oder andere hat sich die Augen gerieben, was sich da plötzlich im Markt tat. Aber das ist wieder in der Spur, denke ich.

Ich habe Sie deswegen nach der Stimmung Ihrer Mitglieder gefragt, weil der TIV und das KFZ-Gewerbe Bayern letztes Jahr ein Bild von der Tankstellenbranche gezeichnet haben, die einem Pulverfass gleicht, das jeden Moment zu explodieren droht.

Die Verbände, die da öffentlich aktiv geworden waren, haben nicht über den unabhängigen Markt berichtet. Der unabhängige Markt läuft zurzeit relativ stabil. Man wird nicht reich an der Zapfsäule, aber Sie können Ihre Familie versorgen und ein Einkommen für jetzt und fürs Alter erwirtschaften, Sie können Mitarbeiter beschäftigen und denen ein vernünftiges Auskommen bieten. Die Dramatik der beiden Verbände können wir also nur bedingt nachvollziehen. Abgesehen davon wäre es sicher schön, wenn man eine Mindestprovision hätte, aber das muss der Markt sich auch leisten können. Ich bezweifle das.

Was treibt Ihren Verband stattdessen um?

Unsere Leute beschäftigen sich momentan mit der Umsetzung der Zahlungsverkehrsrichtlinie, einer Verordnung, die über die EU gekommen ist. Sie beschäftigen sich mit den Fragen zum Beispiel: Ist meine Tankkarte anmeldepflichtig? Was muss ich tun, wenn ich sie anmelde? Entspricht das Sortiment, das ich mit der Tankkarte kaufen kann, den gesetzlichen Vorgaben? Muss ich unter Umständen Shopartikel rausnehmen? Da gibt es noch mehr Probleme, die umfangreiche Beratung notwendig machen.



Stephan Zieger, Geschäftsführer Bundesverband freier Tankstellen, äußert sich zu aktuellen Themen.

Was steht noch auf der Agenda?

Wir hatten in letzter Zeit oft sehr intensiv mit dem Thema der Datenschutzgrundverordnung zu tun. Dabei geht es darum, dass Firmen ein halbwegs datenschutzkonformes Gebahren an den Tag legen. Das bringt zwar keinen Cent mehr in die Kasse, noch nicht mal einen halben Cent mehr Ertrag, ist aber unwahrscheinlich zeitaufwendig und bindet Leute, damit man da den gesetzlichen Vorschriften entspricht. Und der 25. Mai ist nicht mehr weit.

2.500 Tankstellen sind derzeit im BFT organisiert, rund 140 mehr als im Vorjahr. Woher kommt der Zulauf?

Der Zulauf kommt zum einen daher, dass zwei größere Mitglieder zu uns gekommen sind, die woanders organisiert waren und ihre Tankstellen jetzt bei uns angemeldet haben. Und zum anderen gibt es bei unseren größeren Mitgliedern immer noch einen leichten Zuwachs. Das heißt, die nehmen andere, vorhandene Tankstellen in ihr Netz auf, vergrößern so ihr eigenes Netz.

Auch die Uniti legte in vier Jahren um rund 300 Tankstellen zu. Organisieren sich mehr Unternehmer in zwei Verbänden oder wird der Mittelstand allgemein stärker im Tankstellenmarkt?

Der Mittelstand hat eine selbstbewusste Position, die vernünftige Geschäfte zulässt. Der Mittelstand ist nicht schwächer geworden, aber in einem Markt, wo die Lieferanten gleichzeitig Wettbewerber sind, muss man immer ein bisschen aufmerksamer gucken als in anderen Märkten. Aber das ist eigentlich immer schon so gewesen. Was ich betonen möchte: Wir stehen als mittelständische Verbände nicht in Konkurrenz zueinander. Wir haben jeweils ein eigenständiges Profil. Das ist unsere Stärke.

Beobachten Sie den Trend, dass mehr Ihrer Mitglieder Ihre Eigenmarken aufgeben, um fortan unter starken Marken der großen MÖG zu flaggen?

Es gibt Einzelfirmen, die sagen: „Ja ich kann eine ganze Menge. Aber das Kraftstoffgeschäft mit den ganzen Auf- und Abbewegungen will ich nicht mehr machen. Dann kann ich mich mehr auf meine Stärken konzentrieren.“ Die schlüpfen dann bei einem Größeren unter und machen das Kraftstoffgeschäft mit ihm zusammen. Manche größere Einzelfirmen sind so erfolgreich, dass sie von außerhalb ein Superangebot bekommen, was sie nicht ablehnen können. Allgemein möchte ich festhalten, dass der Tankstellenmarkt ein sehr beweglicher und schneller Markt ist, in dem man gut sein muss, um auf Dauer erfolgreich zu sein.

Wie sehen Sie Ihre Mitglieder generell gerüstet für die Herausforderungen einer disruptiven Gegenwart und Zukunft?

Der BFT schaut den Markt für unsere Mitglieder ganz genau an, und ich denke, dass wir den Mitgliedern das richtige Gerüst an die Hand geben und uns für sie an der richtigen Stelle einsetzen. Unser aktuelles The-



© BFT

Wann kommen E-Fuels an die (BFT-)Tankstellen? Noch sind die synthetischen Kraftstoffe zu teuer in der Produktion.

ma, das wir zusammen mit MWV, Uniti und IWO nach vorne treiben, heißt: Ja, es gibt eine Zukunft für flüssige Kraftstoffe! Der Vorteil der flüssigen Kraftstoffe im Zeitalter der Energiewende ist noch gar nicht ausgereizt. Die Branche verfügt über knapp 15.000 Punkte in Deutschland, an denen Kraftstoffe verteilt werden können. Wenn man das umsetzt auf das Thema Elektromobilität, dann braucht man, alleine um für die Hälfte des Fahrzeugbestandes in Deutschland eine entsprechende Infrastruktur zu schaffen, 51 Milliarden Euro. Wenn man in den Kraftstoffmarkt ein bisschen hineinhört, dann ist das Ziel, mit E-Fuels CO₂-frei zu fahren, bis 2050 realistisch zu erreichen.

Im öffentlichen Diskurs spielen die E-Fuels eine untergeordnete Rolle. Die Medien diskutieren meist die Vision „all electric“. Haben die Branchenverbände da noch zu leise getrommelt?

Alle Verbände, und für uns macht das der MEW, haben über ihre Kanäle das Thema in die Koalitionsverhandlungen miteingebracht und es steht zum Beispiel auch in den Koalitionsverträgen. Die andere Seite

geht jedoch deutlich lauter an den Markt ran, sie gackern doppelt so laut, wie die Eier groß sind, die sie in die Nester legen. Wenn die finden, dass demnächst Steckdosen für E-Autos an allen Straßenlaternen installiert werden könnten, dann wird das quer durch die Republik in allen Medien verbreitet. Da haben sie einfach ein bequemes Kommunikationskonzept und treffen auf ein aufnahmewilliges Publikum. Aber: E-Mobilität ist kein Thema, das rund ist. In den Kraftstoffmix der Zukunft wird das Thema hineingehört, aber es ist kein Thema, das die Fragen in einem mobilen Land wie Deutschland, in dem 46 Millionen Autos herumfahren, löst. Die können sie nicht alle mit Strom bedienen. Dann bliebe alles stehen, und nicht nur die Autos ...

Ist es auch die Aufgabe von Ihrem Verband lauter zu trommeln?

Ja, ganz sicher. Die Verbände MWV und MEW, in dem wir mitarbeiten, haben eine Studie auf den Weg gebracht, um zu zeigen, dass es praktikable Alternativen zu „all electric“ gibt: Eine Infrastruktur für die Flüssig-

kraftstoffe existiert bereits und kann die Mobilität aufrechterhalten und weiterbringen, so wie wir sie im Moment haben. Das ist die Aufgabe der Verbände. Wir müssen hier erfolgreich sein, weil das auch einen Teil der Zukunft unserer Unternehmen darstellt.

VW hat im vergangenen Jahr die Absicht bekanntgegeben, stärker auf CNG setzen zu wollen. Trauen Sie CNG zu, dass es sich im Markt richtig durchsetzt – auch wenn die Förderung 2026 ausläuft?

Ich sehe CNG nicht im Wettbewerb zu unseren Unternehmen, sondern als zusätzliche Möglichkeit, den Markt zu diversifizieren. Wenn Sie allerdings sehen, was für eine Infrastruktur Sie für CNG brauchen, wie viele Kosten das verursacht inklusive dem Leitungsnetz, ist das schon ein kräftiger Angang, wenn Sie das so umsetzen wollen. Sicherlich gehört CNG aber auch in diesen Kreis des Kraftstoffmixes hinein. Genauso in der Zukunft LNG.

Was wird aus LPG?

LPG hat kräftige Vorteile. Es ist leichtgängiger als CNG. Es bietet Vorteile beim Ver-

brennen. Es ist ein Produkt, das immer bei den Raffinerieprozessen entsteht, und es hat, wenn Sie sich die Messungen ansehen, bei vielen Schadstofffraktionen Vorteile, die man bei der Diversifizierung des Kraftstoffangebots nicht beiseitelassen sollte.

Welche Rückmeldungen erhalten Sie von Ihren Mitgliedern bezüglich der Anschaffung von PKW-Adblue-Zapfanlagen, den die Dieselmotoren der neuen Generation zur Abgasnachbehandlung brauchen?

Ich selbst fahre einen Audi-Diesel, der Adblue braucht. Wenn Sie versuchen diese Kiste mit einem Zehn-Liter-Kanister zu befüllen, dann wächst die Verzweiflung. Auf die Dauer hat das Produkt sicherlich mehr Zukunft, wenn Sie es convenient über eine Zapfsäule anbieten. Die Technik ist ausgereift, die funktioniert.

Für Unklarheit im Markt sorgt derzeit die Ungewissheit bei den Dieseln. Alle warten gespannt auf die Antwort: Gibt es da bald Nachrüstungen? Ich vermisse von den Fahrzeugherstellern zurzeit auch ein klares Bekenntnis zum Diesel und damit indirekt zu Adblue. Ein klares Bekenntnis – auch wenn es nicht populär ist – würde auch zur Investitionssicherheit bei PKW-Zapfanlagen führen.

Ich vermisse, dass die Hersteller die Vorteile des Diesels herauskehren. Vor allem was den Punkt der CO₂-Emmission angeht, hat der Diesel Vorteile, an den kein anderer Kraftstoff heranlangt. Das Feinstaubproblem hat man im Griff. Und das Stickoxidthema kann man mit der Beigabe von Adblue bei der Abgasnachbehandlung ebenfalls lösen. Dann kann es langfristig auch eine gescheite Infrastruktur für Adblue geben.

Nach Jahren des Stillstands hat man das Gefühl, dass die MÖG eifrig versuchen, ihre Tankstellen auf Vordermann zu bringen, und viel Geld in die Hand nehmen. Geraten gerade Ihre kleineren Mitgliedsfirmen ins Hintertreffen, die das nötige Kleingeld nicht in der Kaffeekasse haben?

Die EFT hat unlängst ein Programm auf den Weg gebracht, mit dem man auch noch ein paar Reserven heben kann. Das wird auch genutzt. Wir haben zwei tolle Berater da draußen.

Auch der Mittelstand ist auf dem Weg, sich noch freundlicher und moderner mit Aufenthaltslösungen – soweit so etwas in der konkreten Situation Sinn macht – zu präsentieren. Der Mittelstand hat immer



Auch der Mittelstand muss sich mit Investitionen in Shopkonzepte auseinandersetzen.

nur einen Schuss frei und der muss sitzen. Nur wenn ich sicher bin, investiere ich. Aber die Notwendigkeit, sich diesem Thema zu widmen, die ist klar erkannt, und es gibt schon Ergebnisse, die verschiedentlich zu sehen sind. Modernisierungen werden daneben oft auch im Zuge von Generationswechseln vorangebracht. Wenn die Mittelständler hervorragende Lösungen präsentieren, werden sie auch für größere Anbieter interessant, die dann sagen: „Den hätten wir mit seiner Lösung gerne in unserem Netz.“

Die großen MÖG treiben gerade fast ausnahmslos die Digitalisierung voran, gerade im Bereich Mobile Payment. Wie sehen Sie Ihre Mitglieder in diesem Bereich aufgestellt?

Wir haben im Mittelstand ja auch Firmen, die ganz gut mit Lösungen dastehen. Q1 betreibt mit Zahlz.com und DKV eine Lösung, die nicht nur für das eigene Netz interessant ist, sondern unter Umständen auch größere Kreise zieht. Klar ist: Der Verbraucher der Zukunft wird nicht zehn oder 15 verschiedene Systeme in seinem virtuellen Portemonnaie vorhalten – er will eine, die überall funktioniert, ob im Einzelhandelsgeschäft oder online oder an der Tankstelle. Wir werden in dieser Umbruchphase mit ganz vielen Lösungen experimentieren müssen, aber es hat sich noch nicht die eine Lösung herauskristallisiert.

Als Erfolg für sich verbuchte der BFT im vergangenen Jahr, dass Paragraph 60 des Energiesteuergesetzes nicht gestrichen wurde. Das hätte zur Folge gehabt,

dass die Kreditlinien beim Einkauf von Kraftstoffen halbiert worden wären. Wie haben Sie die Streichung verhindert?

Das war eine Gemeinschaftsaktion von BFT, MEW, den anderen Verbänden und letztendlich auch unserer Mitglieder, die schnell sehr zahlreich interveniert haben. Sie sind im Vorfeld, ehe der Gesetzesentwurf im Bundestag angekommen ist, oft an ihre Bundestagsabgeordneten herangetreten und haben ihnen die Problemstellung aufgezeigt. Viele Abgeordnete haben gesehen, hier ist etwas auf dem Weg, das dem Mittelstand das Leben deutlich schwerer macht, was nicht beabsichtigt war: Das hat am Ende den Erfolg gebracht. Die Streichung wurde wieder gestrichen. Das Ergebnis hat gut getan.

Abschließend noch ein Wort zum Esso-EG-Deal: Was wird sich für den Markt durch den Eigentümerwechsel ändern?

Nix! (lacht) Nein ich denke nicht, dass sich viel ändern wird. Die Kraftstoffe liefert Esso, den Ertrag aus dem Shop zieht die Gruppe, in welcher Form auch immer – wie ein freier Unternehmer oder ein Franchisenehmer. Die EG muss einen gescheiten Job machen wie ein Mittelständler auch. Sie wollen ja auch Geld verdienen. Das Unternehmen kommt aus England, wo viele tolle Ideen herkommen, vielleicht bringen sie die eine oder andere gute mit. Wir haben einen Player, der sich Verstärkung ins Haus geholt hat, und wenn sich dort gute Ideen entwickeln, finden sie im Markt bestimmt Nachahmer.

Das Gespräch führte Michael Simon.

Gesellschaften von A bis Z

Exklusiv in **Sprit+**:

Rund 130 Mineralölgesellschaften samt Ansprechpartnern



A



Adolf PRÄG GmbH & Co. KG

Im Moos 2
87435 Kempten
Tel.: (0831) 54022-0
Fax: (0831) 54022-12
Internet: www.praeg.de
E-Mail: juergen.schmid@praeg.de
Ansprechpartner: Jürgen Schmid
Marken: Pinoil, Aral, Shell

Adolf ROTH GmbH & Co. KG

Gottlieb-Daimler-Straße 7
35398 Gießen
Tel.: (0641) 602-0
Fax: (0641) 602-254
Internet: www.roth-energie.de
E-Mail: info@roth-energie.de
Marke: ROTH Energie

A.F. Bauer GmbH

Gutenbergstraße 22
93128 Regenstauf
Tel.: (09402) 942-0
Fax: (09402) 942-123
Internet: www.avia-regenstauf.de
E-Mail: info@avia-regenstauf.de
Marke: AVIA

AGRAVIS Raiffeisen AG

Industrieweg 110
48155 Münster
Tel.: (0251) 682-0
Fax: (0251) 682-2031
Internet: www.agravis.de
E-Mail: info@agravis.de
Ansprechpartner: Carsten Kippschnieder, Leiter Tankstellengeschäft
Marke: Raiffeisen

Alfred Kuehmichel GmbH & Co. KG

Hasselbacher Straße 11-13
35799 Merenberg-Allendorf
Tel.: (06471) 91266-0
Fax: (06471) 91266-20
Internet: www.avia-kuehmichel.de
E-Mail: info@avia-kuehmichel.de
Marke: AVIA

Allgäuer Mineralöl-Handels-Gesellschaft A. Schuhmann GmbH & Co. KG

Schumacherring 96-98
87437 Kempten
Tel.: (0831) 57116-0
Fax: (0831) 57116-40
Internet: www.schuhmann-oel.de
E-Mail: info@schuhmann-oel.de
Ansprechpartner: Charlotte Schütz, Daniel Filleböck
Marken: Agip, Sunoil

ALLGUTH GmbH

Würmtalstraße 35
82166 Gräfelfing
Tel.: (089) 71052-0
Fax: (089) 71052-50
Internet: www.allguth.de
E-Mail: info@allguth.de
Marke: ALLGUTH

AMB R. Adolf & C. Kämpf GmbH

Graf-Heinrich-Straße 24
57627 Hachenburg
Tel.: (02662) 9580-0
Fax: (02662) 9580-50
Internet: www.amb-mineraloel.de
E-Mail: mail@amb-mineraloel.de



Anton Willer Mineralölhandel GmbH & Co. KG

Gutenbergstraße 80-86
24118 Kiel
Tel.: (0431) 54008-0
Fax: (0431) 54008-13
Internet: www.anton-willer.de
E-Mail: info@antonwiller.de
Marken: Aral, bft, Shell

Aral AG

Wittener Straße 45
44789 Bochum
Tel.: (0234) 315-0
Fax: (0234) 315-2679
Internet: www.aral.de
E-Mail: info@aral.de
Marke: Aral

August Pickel GmbH & Co. KG

Werrastraße 12
26135 Oldenburg
Tel.: (0441) 92065-0
Internet: www.a-pickel.de
Marke: AVIA

August Schmäling e. K. Mineralöl + Tankstellen

Hohenzollernstraße 72
33330 Gütersloh
Tel.: (05241) 92535-0
Internet: www.a-schmaeling.de
Marke: AVIA

Autobahn Tank & Rast Gruppe GmbH & Co. KG

Andreas-Hermes-Straße 7-9
53175 Bonn
Tel.: (0228) 922-0
Fax: (0228) 922-4110
Internet: www.tank.rast.de
E-Mail: kundenservice@tank.rast.de



AVEX Mineralölhandelsgesellschaft mbH

Bonnstraße 15-17
50226 Frechen
Tel.: (02234) 9573319
Fax: (02234) 9573376
Internet: www.avex-tankstellen.de
E-Mail: info@avex-tankstellen.de
christian.ohrem@avex-tankstellen.de
Ansprechpartner: Christian Ohrem
Marke: AVEX

B

BarMalGas GmbH

Seestr. 33
14974 Ludwigsfelde OT Genshagen
Tel.: (03378) 2089500
Fax: (03378) 2089501
Internet: www.barmalgas.de
E-Mail: office@barmalgas.de
Marken: BarMalGas, Esso

BAVARIA petrol GmbH & Co. KG

Daimlerstraße 1
85521 Ottobrunn
Tel.: (089) 62999-0
Fax: (089) 62999-222
Internet: www.bavaria-petrol.de
E-Mail: info@bavaria-petrol.de
Marken: BAVARIA petrol, Aral



BayWa AG

Arabellastraße 4
81925 München
Tel.: (089) 9222-3221
Fax: (089) 9212-2813
Internet: www.baywa.de
E-Mail: christian.krueger@baywa.de
Marke: BayWa

Bellersheim Tankstellen GmbH & Co. KG

Rheinstraße 45
57638 Neitersen
Tel.: (02681) 802-0
Fax: (02681) 802-409
Internet: www.bellersheim.de
E-Mail: tankstellen@bellersheim.de
Marken: Aral, BELL Oil

Benzin-Kontor AG

Seefeldler Straße 28
82211 Herrsching
Tel.: (08152) 39588-41
Fax: (08152) 39588-49
Internet: www.benzin-kontor.de
E-Mail: info@benzin-kontor.de
Ansprechpartner: Volker Graul
Marken: BK, Esso, Supermärkte, Aral

Bischoff & Vielhauer GmbH

An der Schmitten 46
51429 Bergisch Gladbach
Tel.: (02204) 9851-0
Fax: (02204) 9851-89
Internet: www.bv-energie.de
E-Mail: beratung@bv-energie.de
d.bernhardt@bv-energie.de
Ansprechpartnerin: D. Bernhardt

BMG Energie & Service GmbH & Co. KG

Berliner Straße 120
10713 Berlin
Tel.: (030) 89008-40
Fax: (030) 89008-149
Internet: www.bmg-energie.de
E-Mail: info@bmg-energie.de

BMV Mineralöl Versorgungsgesellschaft mbH

Kurfürstendamm 26a
10719 Berlin
Tel.: (030) 264998-0
Fax: (030) 2629058
Internet: www.bmvmineraloel.de
E-Mail: zentrale@bmv-mineraloel.de

Boie GmbH & Co. KG

Kanalstraße 24
23552 Lübeck
Tel.: (0451) 1503-0
Fax: (0451) 1503-190
Internet: www.boie.com
E-Mail: info@boie.com
Marke: AVIA

Bunte Mineralölhandel GmbH

Bahnhofstraße 39
26871 Papenburg
Tel.: (04961) 892-92
Fax: (04961) 892-87
Internet: www.hermann-bunte.de
E-Mail: esso@hermann-bunte.de
Ansprechpartner: Lars Bunte,
Hermann Voßkuhl
Marke: Esso

C**Calpam Mineralöl-Gesellschaft mbH**

Schillerstraße 98
63741 Aschaffenburg
Tel.: (06021) 4026-0
Fax: (06021) 4026-44
Internet: www.calpam.com
E-Mail: info@calpam.com
buettner@calpam.com
Ansprechpartner: Wolfgang Büttner
Marke: Calpam

**CLASSIC Tankstellen GmbH & Co. KG**

Lange Straße 100–106
27318 Hoya
Tel.: (04251) 81224
Fax: (04251) 812924
Internet: www.classic-oil.de
E-Mail: nmeyer@classic-oil.de
Ansprechpartnerin: Nicole Meyer
Marke: CLASSIC

CleanCar AG

Peter-Müller-Str. 24
40468 Düsseldorf
Tel.: (0211) 440339-0
Fax: (0211) 440339-70
Internet: www.cleancar.de
E-Mail: info@cleancar.de
Marke: CleanCar

Crämer Schmälting GmbH

Ostenfeldmark 8–10
59557 Lippstadt
Tel.: (02941) 286750
Fax: (02941) 18910
Internet: www.avia-lippstadt.de
E-Mail: service@avia-lippstadt.de
Marke: AVIA

D**Deutsche AVIA Mineralöl-GmbH**

Grillparzerstraße 8
81675 München
Tel.: (089) 455045-73
Internet: www.avia.de
E-Mail: gruenberger@avia.de
Ansprechpartner: Josef Grünberger
Marke: AVIA

Deutsche Tamoil GmbH

Alsterufer 5
20354 Hamburg
Tel.: (040) 524744-0
Fax: (040) 524744-130
Internet: www.hem-tankstelle.de
E-Mail: info@tamoil.de
Marken: Tamoil, HEM, GO

E**EFA Tankstellenbetriebe und Mineralölhandel GmbH**

Hertzstraße 27
76275 Ettlingen
Tel.: (07243) 5427-0
Fax: (07243) 5427-60
Internet: www.efa-tankstellen.de
www.efa-waschpark.de
E-Mail: info@efa-tankstellen.de
Ansprechpartner: Wolfgang Fahrer
Marken: bft, Aral

**WIR BÜNDELN TANKSTELLEN-KOMPETENZ
EFT Einkaufsgesellschaft freier
Tankstellen mbH**

Ippendorfer Allee 1d
53127 Bonn
Tel.: (0228) 910290
Internet: www.eft-service.de
E-Mail: info@eft-service.de
Ansprechpartner: Frank Feldmann,
Bernd Scheiperpeter

**Eni Deutschland GmbH**

Theresienhöhe 30
80339 München
Tel.: (089) 5907-0
Fax: (089) 596303
Internet: www.eni.com/de
E-Mail: info@agip.de
Marken: Agip, Eni

Erich Doetsch Mineralölhandels KG

Lohmannstraße 9
56626 Andernach
Tel.: (02632) 296-0
Fax: (02632) 491765
Internet: www.ed-info.de
E-Mail: info@ed-info.de
Ansprechpartner: Jürgen Doetsch jr.
Marken: ED, Aral

**Erik Walther GmbH & Co. KG**

Hafenstraße 2
97424 Schweinfurt
Tel.: (09721) 6587-14
Fax: (09721) 6587-65
Internet: www.erik-walther.de
E-Mail: info@erik-walther.de
lobig@erik-walther.de
Ansprechpartner: Jürgen Lobig
Marke: bft

Ernst Braun Mineralöle GmbH

Allersberger Straße 185
90461 Nürnberg
Tel.: (0911) 99369-0
Fax: (0911) 99369-70
Internet: www.avia-braun.de
E-Mail: info@avia-braun.de
Marke: AVIA

Ernst Eberhardt GmbH

Werner-von-Siemens-Straße 24a
76646 Bruchsal
Tel.: (07251) 95700
Fax: (07251) 15102
Internet: www.eberhardt-bruchsal.de
E-Mail: mail@eberhardt-bruchsal.de
Marke: Eberhardt

ESSO Deutschland GmbH

Caffamacherreihe 5
20355 Hamburg
Tel.: (040) 6393-2132
Fax: (040) 6393-3015
Internet: www.esso.de
E-Mail:
marion.goedecke@exxonmobil.com
Ansprechpartnerin: Marion Gödecke
Marke: Esso

Extrol Mineralöle Schulz GmbH

Freiladestraße 2
79106 Freiburg
Tel.: (0761) 504660
Internet: www.extrol.de
E-Mail: info@extrol.de
Marke: Extrol

F**Feldhaus Energie
GmbH & Co. KG**

Visbeker Damm 1b
49429 Visbek
Tel.: (04445) 95779-0
Fax: (04445) 95779-19
Internet: www.felta.de
E-Mail: info@felta.de
Ansprechpartner: Ludger Feldhaus,
Marcus Feldhaus
Marke: FELTA

Fred Pfenning GmbH & Co. KG

Wilhelm-Röntgen-Straße 1
52499 Baesweiler
Tel.: (02401) 9199-0
Fax: (02401) 9199-29
Internet: www.pfenning.net
E-Mail: info@pfenning.net
jansen@pfenning.net
Ansprechpartnerin: Dagmar
Jansen-Pink
Marken: PM Günstig Tanken, Shell



Fritz Wahr Energie GmbH & Co. KG

Ferdinand-Porsche-Straße 50
72202 Nagold
Tel.: (07452) 9307-0
Fax: (07452) 9307-99
Internet: www.wahr-energie.de
E-Mail: info@wahr-energie.de
Marke: MTB

G

Gebr. Zimmerlin GmbH

Liebigstraße 5
79108 Freiburg i. Breisgau
Tel.: (0761) 50451-0
Fax: (0761) 50451-11
Internet: www.oel-zimmerlin.de
E-Mail: info@oel-zimmerlin.de



Germania Petrol GmbH

Forkenbeckstraße 55
14199 Berlin
Tel.: (030) 890655-0
Fax: (030) 890655-40
Internet: www.sun-tankstellen.de
E-Mail: office@sun-tankstellen.de
Ansprechpartnerin: Bianca Krenz
Marke: Sun

Grebe & Sohn GmbH

Ziegelhütter Weg 14–16
34497 Korbach
Tel.: (05631) 978585
Fax: (05631) 978532
Internet: www.grebe-korbach.de
E-Mail: info@grebe-korbach.de
Marke: Grebe

H

Haas GmbH

Lindenstraße 68
57627 Hachenburg
Tel.: (02662) 94788-0
Fax: (02662) 94788-19
Internet: www.aral-haas.de
E-Mail: mail@aral-haas.de
Ansprechpartner:
Robert Adolf, Lars Adolf
Marke: A-Energie

Heinrich Klöcker GmbH & Co. KG

Ahauser Straße 21
46325 Borken
Tel.: (02861) 8007-0
Fax: (02861) 8007-49
Internet: www.kloecker.de
E-Mail: tankstelle@kloecker.de
Marke: AVIA

Heinrich Olsson KG

Pettenkoferstraße 8–16
30165 Hannover
Tel.: (0511) 3524545
Fax: (0511) 3502177
Internet: www.olsson-hannover.de
E-Mail: info@olsson-hannover.de
Marken: AVIA, Olsson

**Hempelmann Tankstellen- und
Waschstraßenbetriebe GmbH**

Oetinghauser Straße 16
32120 Hiddenhausen
Tel.: (05221) 6886-16
Internet: www.hempelmann-
tankstellen.de
E-Mail:
kontakt@hempelmann-tankstellen.de
Marke: Hempelmann

Hempelmann Wittmöller GmbH

Oetinghauser Straße 16
32120 Hiddenhausen
Tel.: (05221) 6886-0
Internet: www.hempelmann-
wittmoeller.de
E-Mail:
kontakt@hempelmann-
wittmoeller.de
Marke: tankpool24

HERM GmbH & Co. KG

Tauberstraße 11
97922 Lauda-Königshofen
Tel.: (09343) 6222-0
Fax: (09343) 6222-50
Internet: www.herm.net
E-Mail: p.herm@herm.net
Ansprechpartner: Peter Herm
Marken: Shell, HERM

**Hermann Lothar + Co.
Mineralölhandelsgesellschaft mbH**

Carl-Petersen-Straße 70–76
20535 Hamburg
Tel.: (040) 251530-0
Fax: (040) 251530-30
Internet: www.lotherol.de
E-Mail: hamburg@lotherol.de
Marken: LOTHEROL, NORDOEL, LTG,
Shell

**Hessische Oelwerke A. Fischer
und Sohn GmbH und Co. KG**

Friedberger Straße 89
61118 Bad Vilbel
Tel.: (06101) 4090-0
Fax: (06101) 4090-57
Internet: www.hessol.de
E-Mail: info@hessol.com
Marken: Hessol, Aral, Shell

**HPV Hanseatic Petrol
Vertriebs GmbH**

Kurfürstendamm 26a
10719 Berlin
Tel.: (030) 322941-500
Fax: (030) 322941-540
Internet: www.go-tankstellen.de
E-Mail: info@go-tankstellen.de
Marken: GO, Sprint

I

ILZHÖFERS Nachf. Inh. Walch KG

Siebentischstraße 16A
86161 Augsburg
Tel.: (0821) 560800
Fax: (0821) 559347
Internet: www.ilzhoefer.com
E-Mail: energie@ilzhoefer.com

J



Jantzon Tankstellen GmbH

Friedrich-Tietjen-Straße 15
27232 Sulingen
Tel.: (04271) 9306-0
Fax: (04271) 9306-23
Internet: www.jantzon-tankstellen.de
E-Mail: info@jantzon.de
Ansprechpartner: Lars Jantzon
Marken: Joiss, Aral

**JET Tankstellen
Deutschland GmbH**

Caffamacherreihe 1
20355 Hamburg
Tel.: (040) 63801-0
Internet: www.jet-tankstellen.de
E-Mail: mail.jet-tankstellen@p66.com
Marke: JET

J. KNITTEL SÖHNE GmbH

Dientzenhoferstr. 6–10
36043 Fulda
Tel.: (0661) 8391-0
Fax: (0661) 8391-14
Internet: www.knittel.de
E-Mail: zentrale@knittel.de
Ansprechpartner: Ulrich von Keitz
Marken: AVIA, Shell

Johann Baptist Wagner GmbH

Am Westpark 1
81373 München
Tel.: (089) 72655221
Fax: (089) 72655224
Internet: www.avia-wagner.com
E-Mail: pw@avia-wagner.com
Marke: AVIA

Jorczyk Energie KG

Hans-Heinrich-Warnke-Straße 2
29227 Celle
Tel.: (05141) 81081
Fax: (05141) 810860
Internet: www.jorczyk-energie.de
E-Mail: info@jorczyk-energie.de
Marke: CLASSIC

Jürgen Dorst GmbH

Paulinenstr. 1a
97645 Ostheim v. d. Rhön
Tel.: (09777) 358088-0
Fax: (09777) 3580291
Internet: www.avia-dorst.de
E-Mail: info@avia-dorst.de
Marke: AVIA

K**Kaiser Mineralöl
und Tankstellen GmbH**

Nehdener Weg 9
59929 Brilon
Tel.: (02961) 781-0
Fax: (02961) 781-35
Internet: www.kaiser-mineraloele.de
E-Mail: mail@kaiser-mineraloele.de
Marke: Kaiser

Karl-Heinz Büker Mineralöl GmbH

Dolomit-Straße 5
59609 Anröchte
Tel.: (02947) 4227
Fax: (02947) 568858
Internet: www.bueker-mineraloel.de
E-Mail: info@bueker-mineraloel.de

**Kempe GmbH & Co.
ELO-Mineralöl KG**

Rathenaustraße 20
91052 Erlangen
Tel.: (09131) 1202-0
Fax: (09131) 1202-12
Internet: www.elo-mineraloel.de
E-Mail: info@elo-mineraloel.de
Marke: ELO

KESLAR GmbH Energiehandel

Ostbahnhofstraße 1
87437 Kempten
Tel.: (0831) 57530-0
Fax: (0831) 57530-20
Internet: www.keslar.de
E-Mail: info@keslar.de
Marke: AVIA

**KMS Autohof
Betriebsgesellschaft mbH**

Bentheimer Straße 239
48529 Nordhorn
Tel.: (05921) 30490-0
Fax: (05921) 30490-60
Internet: www.maxi-autohof.de
E-Mail: info@maxi-autohof.de
Marken: Esso, TOTAL, Shell

Knauber Mineralöl GmbH & Co. KG

Endenicher Straße 120–140
53115 Bonn
Tel.: (0228) 512-293
Fax: (0228) 512-9293
Internet: www.knauber-energie.de

**Kurt Günther
Mineralölhandelsgesellschaft mbH**

Hinter der Landwehr 3
36199 Rotenburg an der Fulda
Tel.: (06623) 9222-0
Fax: (06623) 9222-22
Internet: www.kurt-guenther.de
Marke: AVIA

Kuttenkeuler GmbH

Dieselstraße 10
50996 Köln
Tel.: (02236) 96203-0
Fax: (02236) 96203-27
Internet: www.kuttenkeuler.de
E-Mail: vertrieb.treibstoffe@kuttenkeuler.com
Ansprechpartner: Carsten Müller
Marken: bft, Aral

L**Lenz Energie AG**

Siemensstraße 3
74915 Waibstadt
Tel.: (07263) 9136-0
Fax: (07263) 9136-401
Internet: www.lenz-energie.de
E-Mail: info@lenz-energie.de
Marke: Shell

Ley Mineralöl GmbH

Rudolf-Diesel-Straße 10
78467 Konstanz
Tel.: (07531) 5810-0
Fax: (07531) 5810-44
Internet: www.ley-gmbh.de
E-Mail: info@ley-gmbh.de
Marken: Aral, bft

**Ludwig Dalacker & Sohn
GmbH & Co. KG**

Schönberger Str. 16
74405 Gaildorf-Unterroth
Tel.: (07971) 96500
Fax: (07971) 965026
Internet: www.aral-heizoel.de/
partner/ludwigdalacker
E-Mail: vertrieb@dalacker.de
Marke: Aral

M**Maier Mineralöle GmbH**

Passauer Straße 30
94474 Vilshofen
Tel.: (08541) 9676-90
Fax: (08541) 9676-97
Internet: www.maierkorduletsch.de/
tankstellen
E-Mail: info@maierkorduletsch.de
Marke: Shell

Metank GmbH

Oldendorfer Straße 37–39
49324 Melle
Tel.: (05422) 9420-0
Fax: (05422) 9420-20
Internet: www.metank.de
E-Mail: info@metank.de
Marke: Metank

MHB Mineralölhandel GmbH

Hansestraße 34
38112 Braunschweig
Tel.: (0531) 21032-0
Fax: (0531) 21032-28
Internet: www.mhb-mineraloel.de
E-Mail: info@mhb-mineraloel.de
Marken: Aral, LEO, Shell

**Minera Kraftstoffe – Mineralölwerk
Rempel GmbH**

Rhenaniastraße 130–132
68219 Mannheim
Tel.: (0621) 8994-0
Fax: (0621) 8994-209
Internet: www.minera.de
E-Mail: mail@minera.de
Marke: AVIA

Mönneke Mineralöle GmbH & Co. KG

Hilsstraße 51c
31073 Delligsen
Tel.: (05187) 3004-0
Internet: www.moenneke.de
E-Mail: info@moenneke.de

Mr. Wash Autoservice AG

Westendstraße 8
45143 Essen
Tel.: (0201) 220880-0
Fax: (0201) 220880-40
Internet: www.mrwash.de
E-Mail: kontakt@mrwash.de

MTV Förster GmbH & Co. KG

Brüder-Grimm-Straße 22–24
63450 Hanau
Tel.: (06181) 92356-0
Fax: (06181) 92356-13
Internet: www.foerster-oel.de
E-Mail: info@foerster-oel.de
Marken: Aral, bft, Shell

**Mundorf Mineralölhandels
GmbH & Co. KG**

Luisenstr. 127–131
53721 Siegburg
Tel.: (02241) 5408-0
Fax: (02241) 5408-99
Internet: www.tanken-und-mehr.de
E-Mail: info@mundorf.de
Marken: Mundorf Tank,
SB-Tank am HIT, Shell

O**Öl-Ankele GmbH**

August-Lämmle-Straße 16–22
72766 Reutlingen
Tel.: (07121) 1499-0
Fax: (07121) 1499-39
Internet: www.oel-ankele.de
E-Mail: info@oel-ankele.de
Ansprechpartner: Dieter Ankele
Marke: Aral

**Oel-Heimburger GmbH**

Schramberger Straße 40
78628 Rottweil
Tel.: (0741) 499-0
Fax: (0741) 499-70
Internet: www.heimburger.de
E-Mail: a.mauch@heimburger.de
Ansprechpartnerin: Andrea Mauch
Marken: Aral, Shell, bft

Oest Tankstellen GmbH & Co. KG

Georg-Oest-Str. 4
72250 Freudenstadt
Tel.: (07441) 539-301
Fax: (07441) 539-305
Internet: www.oest.de
E-Mail: tankstellen@oest.de
matthias.pape@oest.de
Ansprechpartner: Matthias Pape
Marke: AVIA



OIL! Tankstellen GmbH & Co. KG

Koreastraße 7
20457 Hamburg
Tel.: (040) 37004-0
Fax: (040) 37004-7117
Internet: www.oil-tankstellen.de
E-Mail: info@oil-tankstellen.de
Marke: OIL! frei & flott

OKTAN Mineraloel-Vertrieb GmbH

Alsterarkaden 27
20354 Hamburg
Tel.: (040) 355190-0
Fax: (040) 355190-99
Internet: www.oktan.de
E-Mail: info@oktan.de



OMV Deutschland GmbH

Haiminger Str. 1
84489 Burghausen
Tel.: (08677) 960-0
Fax: (08677) 960-2265
Internet: www.omv.de
E-Mail: info.tankstellen.de@omv.com
Marken: OMV, Avanti



ORLEN Deutschland GmbH

Kurt-Wagener-Straße 7
25337 Elmshorn
Tel.: (04121) 4750-0
Fax: (04121) 4750-43000
Internet: www.orlen-deutschland.de
www.star.de
E-Mail: info@orlen-deutschland.de
Marken: star, ORLEN

**OTD OIL Trading
Deutschland GmbH**

Freistraße 22
06295 Lutherstadt Eisleben
Tel.: (03475) 6369-60
Fax: (03475) 6369-66
Internet: www.gulf.de
E-Mail: info@gulf.de
Marke: Gulf

Otto Fricke & Co. GmbH

Kaiserstraße 36
33330 Gütersloh
Tel.: (05241) 100-40
Fax: (05241) 100-4440
Internet: www.fricke-oil.de
E-Mail: info@fricke-oil.de
m.dreisoerner@fricke-oil.de
Ansprechpartner: Matthias
Dreisörner
Marke: AVIA

Q



Q1 Energie AG

Rheinstraße 82
49090 Osnabrück
Tel.: (0541) 602-0
Internet: www.q1.eu
E-Mail: m.koeser@q1.eu
Ansprechpartner: Marc Köser
Marken: Q1, bft

R

Raiffeisen Centralheide eG

Celler Straße 58
29614 Soltau
Internet: www.centralheide.de
E-Mail: centralheide@centralheide.de
Marke: Raiffeisen

**Raiffeisen-Warengenossenschaft
Stendal eG**

Am Wasserturm 1
39576 Hansestadt Stendal
Tel.: (03931) 6691-0
Fax: (03931) 6691-12
Internet: www.raiffeisen-stendal.de
E-Mail: info@raiffeisen-stendal.de
Marke: Raiffeisen

**Retail Operating
Company Deutschland GmbH**

Caffamacherreihe 5
20355 Hamburg
Tel.: (040) 6393-0
Fax: (040) 6393-2406
Internet: www.roc-deutschland.de
E-Mail: roc.germany.recruiting@
exxonmobil.com
Marke: Esso

Rheinland Kraftstoff GmbH

Auf dem Schollbruch 24–26
45899 Gelsenkirchen
Tel.: (0209) 50802-0
Fax: (0209) 50802-55
Internet: www.rheinland-kraftstoff.de
E-Mail: info@rheinland-kraftstoff.de
Marken: SB-Tank, West-Tank, bft

Rödl GmbH

Nürnberger Straße 41
92318 Neumarkt
Tel.: (09181) 4848-0
Fax: (09181) 4848-22
Internet: www.roedl-energie.de
E-Mail: zentrale@roedl-energie.de
Marke: AVIA

Rommel Energie GmbH

Bergmannstraße 2
88471 Laupheim
Tel.: (07392) 93011
Internet: www.rommel-energie.de
Marke: AVIA

S

**Schöpfer & Knoll –
Taubertal GmbH**

Am Igelsbach 19
91541 Rotenburg o. d. Tauber
Tel.: (09861) 9499-0
Fax: (09861) 9499-94
Internet: www.schoepper-knoll.de
E-Mail: info@schoepper-knoll.de
Marke: AVIA

**SCORE-Tankstellen und
Mineralölhandels-GmbH**

Petkumer Straße 86
26725 Emden
Tel.: (04921) 9776-0
Fax: (04921) 9776-27
Internet: www.score-emden.de
E-Mail: info@score-emden.de
Marke: SCORE

Shell Deutschland Oil GmbH

Suhrenkamp 71–77
22335 Hamburg
Tel.: (040) 6324-0
Fax: (040) 6321-051
Internet: www.shell.de
E-Mail: kontakt@shell.com
Marke: Shell

Sit Freie Tankstellen Singer e. K.

Spirkersberg 6
84427 St. Wolfgang
Tel.: (08085) 9161
Fax: (08085) 9163
Internet: www.msg-singer.de
E-Mail: sit-zentrale@t-online.de
Ansprechpartner: Manfred Singer
Marke: AVIA

Sprint Tank GmbH

Kurfürstendamm 26a
10719 Berlin
Tel.: (030) 322941300
Fax: (030) 322941330
Internet: www.sprint-tank.com
E-Mail: info@sprint-tank.de
Marke: Sprint

**Staack Pooltankstellen
GmbH & Co. KG**

Kattwykstraße 12
21107 Hamburg
Tel.: (040) 317617-0
Fax: (040) 317617-17
Internet:
www.staack-pooltankstellen.de
E-Mail:
info@staack-pooltankstellen.de

**Straßenverkehrsgenossenschaft
Hessen eG**

Breitenbachstraße 9
60487 Frankfurt am Main
Tel.: (069) 97963-100
Fax: (069) 97963-222
Internet: www.svg-hessen.de
E-Mail: info@svg-hessen.de
Marken: Shell, Aral, Esso

**Straßenverkehrsgenossenschaft
Niedersachsen/Sachsen-Anhalt eG**

Lister Kirchweg 95
30177 Hannover
Tel.: (0511) 9626-01
Fax: (0511) 9626-196
Internet: www.svg-hannover.de
E-Mail: zentrale@svg-hannover.de
Marken: Shell, SVG, TOTAL

**Straßenverkehrsgenossenschaft
Nordrhein eG**

Oerschbachstraße 152
40591 Düsseldorf
Tel.: (0211) 7347-0
Fax: (0211) 7347-264
Internet: www.svg-nordrhein.de
E-Mail: info@svg-nordrhein.de
Marke: SVG

**Straßenverkehrsgenossenschaft
Pfalz eG**

Burgstraße 40
67659 Kaiserslautern
Tel.: (0631) 71003-0
Fax: (0631) 71003-58
Internet: www.svg-pfalz.de
E-Mail: info@svg-pfalz.de
Marken: Shell, SVG

**Straßenverkehrsgenossenschaft
Schleswig-Holstein eG**

Ilssahl 1
24536 Neumünster
Tel.: (04321) 3009-0
Fax: (04321) 3009-15
Internet: www.svg-sh.de
E-Mail: info@svg-sh.de

Südramol GmbH & Co. KG

Ulmer Straße 29
89331 Burgau
Tel.: (08222) 4007-0
Fax: (08222) 4007-88
Internet: www.ran-tankstellen.de
E-Mail: info@ran-tankstellen.de
Marke: RAN

**Süd-Treibstoff
Mineralölhandelsgesellschaft mbH**

Klenzestraße 99
80469 München
Tel.: (089) 20242173
Fax: (089) 20242171
Marke: Süd-Treibstoff

**SUPOL Tank
Dipl.-Kfm. Paul Böhm e. K.**

Neumeyerstr. 70
90411 Nürnberg
Tel.: (0911) 97544-200
Fax: (0911) 97544-388
Internet: www.supol-tank.de
E-Mail: info@supol-tank.de
Marke: SUPOL

SWE Südwestenergie GmbH

Klumpensee 14
75177 Pforzheim
Tel.: (07231) 154092-0
Fax: (07231) 154092-21
Internet: www.suedwestenergie.de
E-Mail: info@suedwestenergie.de

T**Tankhof Grün Otto Rieth e. K.**

Am Elzdamm 48-49
79312 Emmendingen
Tel.: (07641) 93347-0
Fax: (07641) 93347-99
Internet: www.tankhof-gruen.de
E-Mail: info@tankhof-gruen.de
Ansprechpartner: Felix Danberg
Marke: Tankhof Grün

tankpool24 GmbH

Stiftsallee 53
32425 Minden
Tel.: (0800) 8766524
Internet: www.tankpool24.de
E-Mail: info@tankpool24.de
klaus.meyer@tankpool24.de
Ansprechpartner: Klaus Meyer
Marke: tankpool24

Tankstelle Hollmotz

Dorfstraße 101
99510 Obertrebra
Tel.: (03644) 554814
Fax: (03644) 560821
Internet: www.tankstelle-hollmotz.de
E-Mail: info@tankstelle-hollmotz.de
Marke: bft

**Tankstellen-Netz-Deutschland
GmbH (TND)**

Davenstedter Str. 138
30453 Hannover
Tel.: (0511) 21990-0
Fax: (0511) 21990-22
Internet: www.tank-netz.de
E-Mail: info@tank-netz.de

**team energie GmbH & Co. KG**

team Allee 22
24392 Süderbrarup
Tel.: (04641) 9860-1015
Internet: www.team.de
E-Mail: arnd.luther@team.de
Ansprechpartner: Arnd Luther
Marke: team

**TESSOL Kraftstoffe, Mineralöle
und Tankanlagen GmbH**

Kornbergstraße 36
70176 Stuttgart
Tel.: (0711) 2047-503
Fax: (0711) 2047-549
Internet: www.tessol.de
E-Mail: info@tessol.de
Marke: AVIA

**TOTAL Deutschland GmbH**

Tour TOTAL, Europacity
Jean-Monnet-Straße 2
10557 Berlin
Tel.: (030) 2027-60
Fax: (030) 2027-8833
Internet: www.total.de
E-Mail: kommunikation@total.de
Marke: TOTAL

W**Westfalen****Westfalen AG**

Industrieweg 43
48155 Münster
Tel.: (0251) 695-0
Fax: (0251) 695-194
Internet: www.westfalen.com
E-Mail: info@westfalen.com
n.lohkamp@westfalen.com
Ansprechpartnerin: Nicole Lohkamp
Marken: Westfalen, Markant

Wilhelm Hoyer GmbH & Co. KG

Rudolf-Diesel-Straße 1
27374 Visselhövede
Tel.: (04262) 797
Fax: (04262) 4040
Internet: www.hoyer-tankstellen.de
E-Mail: info@hoyer-tankstellen.de
Marke: Hoyer

W. Kleffmann KG

Berliner Straße 111
51063 Köln
Tel.: (0221) 9642660
Fax: (0221) 643949
Internet: www.kleffmann-koeln.de
E-Mail: info@kleffmann-koeln.de
Marke: Aral

Z**ZIEGLMEIER Tankstellen GmbH**

Gerolsbacher Straße 9
86529 Schrobenhausen
Tel.: (08252) 90962-0
Fax: (08252) 90962-29
Internet: www.zieglmeier.de
E-Mail: info@zieglmeier.de
Marke: Zieglmeier

Alles für Ihre Tankstelle

Der Sprit+ Einkaufsführer



Die besten
Anbieter der
Branche finden

[sprit-plus.de/
einkaufsfuehrer](http://sprit-plus.de/einkaufsfuehrer)


Der Online-Einkaufsführer von Sprit+

Der **Sprit+** Einkaufsführer ist die Online-
Informationsquelle für die gesamte
Tankstellenbranche und führt schnell und
zuverlässig zum gesuchten Anbieter.

sprit-plus.de/einkaufsfuehrer



Sprit+

ist eine Marke von:  Springer Automotive Media