

Tankstelle der Zukunft

Mögliche Szenarien
für die Branche

Bezahlen der Zukunft

Neue Verträge mit weiteren
Anbietern von pay@pump

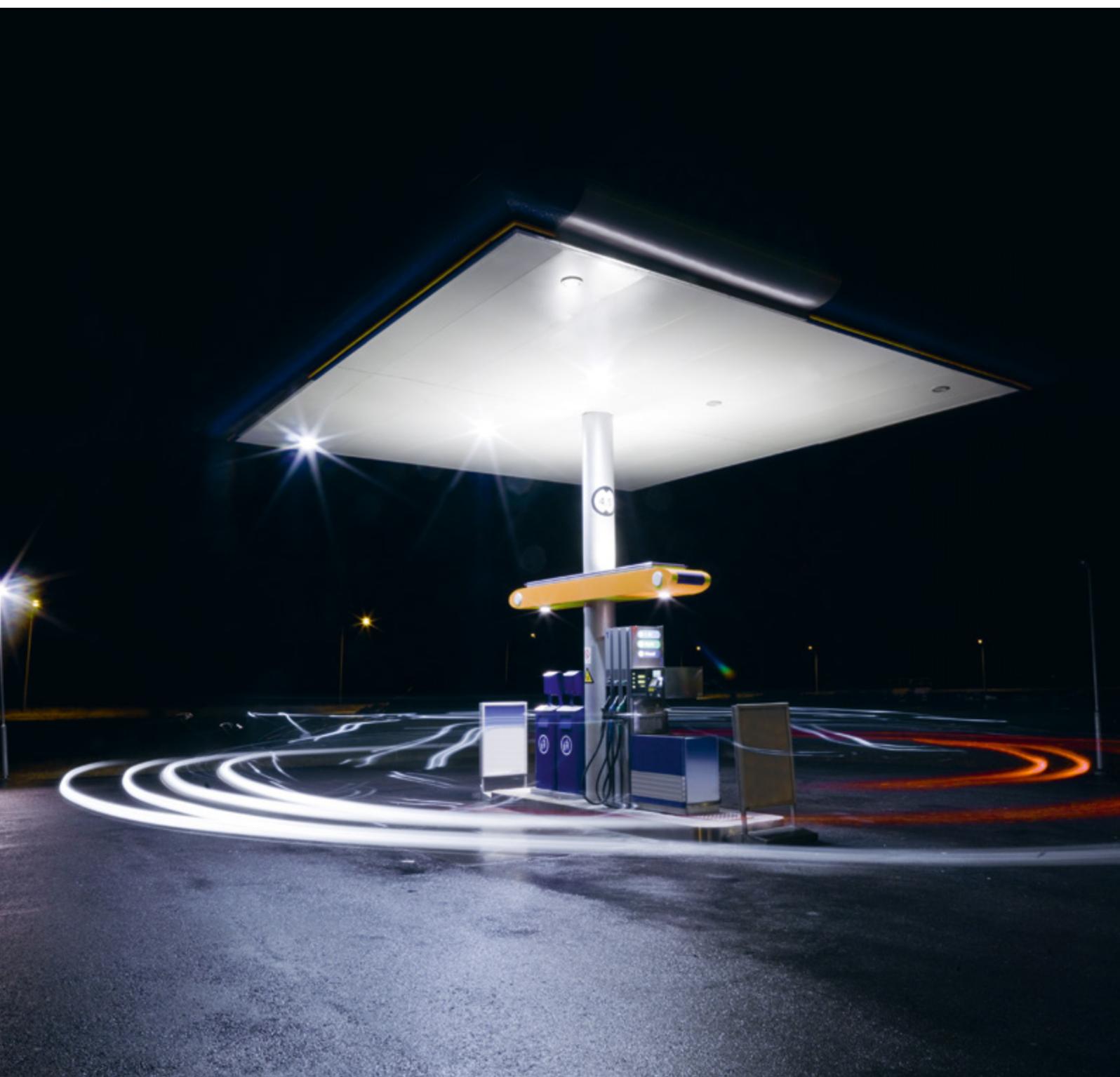
Wäsche der Zukunft

Clever Waschen baut das
Angebot sukzessive aus

bft

NACHRICHTEN

KOSTENLOSES MITGLIEDERMAGAZIN • AUSGABE 6 • DEZEMBER 2021 • JAHRGANG 28



*Das Verbrennerverbot,
was immer damit gemeint ist,
ist ein populäres Instrument,
umweltpolitischen Tatendrang
zu beweisen.*

Stephan Zieger, bft-Geschäftsführer



© René Schwerdtel

Sehr geehrte Damen und Herren,

Wenn Ihnen diese Ausgabe vorliegt, ist das Jahr fast vorbei. Vieles ist passiert. Vieles hat sich verändert. Eine Übersicht über die aus unserer Sicht wichtigen Dinge finden Sie in unserem Jahresbericht, den wir gemeinsam mit dieser Ausgabe an Sie verschickt haben.

Eine neue Bundesregierung ist in Aussicht oder zum Erscheinungsdatum der bft-Nachrichten vielleicht schon im Amt. Unabhängig davon, wer diese Bundesregierung stellen wird, kündigen sich massive Änderungen für unsere Branche an. Die E-Mobilität ist nicht aufzuhalten. Das Verbrennerverbot, was immer damit gemeint ist, ist ein populäres Instrument, umweltpolitischen Tatendrang zu beweisen. Da gibt es sicherlich noch zwei oder drei populistische Positionen, mit denen man zum echten Macher mutieren könnte. Gut fanden wir es, dass die Bundesregierung in Glasgow wegen der fehlenden Berücksichtigung der E-Fuels noch nicht in die allgemeine Ächtung eingestimmt hat. Wir wissen, dass der Klimawandel nicht ohne E-Fuels zu bewältigen ist.

Von der Zukunft der Mobilität und damit von der Zukunft der Tankstellen handelt unser erster Beitrag. Damit wollen wir eine Diskussion auslösen. Schreiben Sie uns, wie Sie sich die Zukunft vorstellen wollen. Autoren für unsere bft-Nachrichten können wir gar nicht genug haben.

Ebenfalls um die Zukunft dreht sich unser Beitrag über die bft-Tankstelle Neumann in Bramsche. Das Familienunternehmen wollte als Familienunternehmen weiter im Markt bleiben. Deswegen wird es jetzt in der dritten Generation von den beiden Töchtern gemeinsam geführt. Und das mit großem Erfolg.

Von der Zukunft handeln auch die Beiträge über die Digitalisierung des Kartengeschäfts und der Beitrag über die Aktivitäten der bft-Akademie. Wir helfen Ihnen, Ihr Geschäft in die richtige Richtung zu führen. Dazu gehört, dass wir den Zahlungsdiensteanbietern unseren Teil der Branche erklären und in ihnen das Interesse wecken, mit uns

zum gemeinsamen Erfolg zusammenzuarbeiten. Die neuen Rahmenverträge mit Logpay und Pace sind Ausdruck dieser Arbeit.

Weiterbildung ist ein wichtiger Baustein im Unternehmen. Unsere Akademie bietet Ihnen ausgesuchte Seminare zu wichtigen Themen rund um die Tankstelle an. Die Seminare sind erprobt. Sie dürfen sich bei der Buchung eines Seminars darauf verlassen, dass Sie hier wertvolle Informationen für Ihre Mitarbeiter und damit Ihr Unternehmen erhalten. Und Sie können sich sicher sein, dass es sich für Sie auszahlt.

Das EU-Programm „Fit-for-55“ wird uns im Jahr 2022 sehr stark beschäftigen. Wir werden Ihnen viel zu berichten haben. Wir werden aber sehr oft auch auf Ihre Expertise zurückgreifen, damit wir praxisnah im Brüsseler und Berliner Betrieb intervenieren können.

Woran wir nur wenig ändern können, ist die Corona-Pandemie. Sie lässt uns jetzt im zweiten Jahr nicht los. Für eines werben wir an fast jeder Stelle. Nutzen Sie die Chancen, die Ihnen eine Impfung bietet. Damit wir endlich gemeinsam unseren Freedom-Day begehen können.

Und wenn Sie ein wenig zur Ruhe kommen, wünschen wir Ihnen schon jetzt ein entspanntes Weihnachtsfest und einen guten Übergang ins neue Jahr mit dem dazugehörigen Erfolg für Sie, Ihre Mitarbeiter und Ihr Unternehmen.

Bleiben Sie negativ. Für den Rest des Jahres 2021 und darüber hinaus. Dann sehen wir uns am 2. und 3. März auf der zweiten Ausgabe unseres Kongresses „Digitale Lösungen – Zukunft Tankstelle“ in Essen und am 20. September 2022 auf unserer Jahreshauptversammlung in Erfurt.

2022 wird gut.



Die wichtigsten Informationen auf einen Blick!

bft-Nachrichten online

Sie möchten die bft-Nachrichten mobil und online lesen? Kein Problem, einfach den QR-Code mit Ihrem Tablet oder Smartphone scannen und schon können Sie das Mitgliedermagazin auf Ihrem Gerät lesen. Hier finden Sie alle bisherigen Ausgaben zum Nachblättern. Link: www.bft.de/aktuelles/bft-nachrichten



TANKSTOP online

Alle zwei Monate können Sie den TANKSTOP neben der Druckversion auch kostenfrei als E-Paper erhalten. Der große Vorteil: Sie können das Magazin lesen, wo immer Sie gerade sind. Senden Sie dazu einfach eine E-Mail mit Ihrer vollständigen Firmenadresse an: marketing@eft-service.de, Stichwort: TANKSTOP online. Der Versand erfolgt jeweils zum Erscheinungstag.

Das aktuelle TANKSTOP-E-Paper ist seit 14. Dezember online: www.eft-service.de/leistungen/tankstop-das-magazin

Rund um die eft

- Alles zu Coronahilfen, Steuererleichterungen, Fördergeldern für Ihre Station, Kurzarbeitergeld etc. finden Sie hier: www.eft-service.de/microsites/corona-2020
- Sie suchen Anbieter und Dienstleister von A wie Abscheider bis Z wie Zapfsäulenhersteller? Dann schauen Sie hier bei den eft/bft-Partnern und Empfehlungslieferanten. Fragen Sie als bft-Mitglied nach Sonderkonditionen: www.eft-service.de/partner
- Kostenlose Veröffentlichung von Kleinanzeigen für bft-Mitglieder – Inserieren Sie schnell und unkompliziert in den bft-Nachrichten und im TANKSTOP. Schicken Sie Ihre vollständigen Kontaktdaten, ein Foto der angebotenen Ware (gern auch ein Handybild), einen kurzen Beschreibungstext und natürlich den Verkaufspreis per Mail an: redaktion-tankstop@eft-service.de

Save the date

- Kongress „Digitale Lösungen – Zukunft Tankstelle“ am 2./3. März 2022 in Essen
- bft-Jahreshauptversammlung am 20. September 2022 in Erfurt





Inhalt

Titelthema

06 Tankstelle der Zukunft

Aus der Branche

- 10 News
- 14 Chancen und Herausforderungen der Elektromobilität

Aus dem Verband

- 16 Rahmenverträge mit Logpay und Pace
- 20 Neues aus Berlin – Umsatzsteuerliche Behandlung von Tankkarten
- 22 **BDWi** – Kommentar zu den Koalitionsverhandlungen
- 24 **MEW** – Energiewende in der deutschen Gesetzgebung
- 25 **UPEI** – UPEI-Studie zur Energiewende
- 26 **Schnell den Verband gefragt** – Wissenswertes zur AU-Bescheinigung
- 28 Clever Waschen testet an der bft-Tankstelle Wildetaube
- 30 **Im Porträt** – Anika und Maike Neumann
- 34 **bft-Akademie** – Verkauf und Reklamation von Fahrzeugwäschen

-
- 38 eft-Empfehlungslieferanten
 - 40 eft-Onlineshop
 - 42 Kolumne
 - 43 Impressum

6



Zwischen Flugtaxis und Ladesäulen

Szenarien für die Tankstelle der Zukunft

Googelt man den Ausdruck „Tankstelle der Zukunft“, erscheint zusätzlich zu den Suchergebnissen die Liste „Ähnliche Fragen“. Darunter: Wie lange wird es noch Tankstellen geben? Was so banal klingt, ist letztendlich die alles entscheidende Frage für die Mineralölbranche. Denn dass das Geschäftsmodell der vergangenen Jahrzehnte angesichts des drohenden Verbrennerverbots in der Form nicht mehr ewig funktionieren wird, ist klar. Die Tankstelle muss sich also neu erfinden.

Mögliche Zukunftsszenarien für die Tankstelle der Zukunft hat Aral gemeinsam mit dem Institut für Verkehrsforschung des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR) in einer Studie ermittelt und 2020 vorgestellt. Miteingeflossen sind Faktoren wie die Bevölkerungsstruktur, die Entwicklung der Antriebsformen und des Fahrzeugbestands, die Fahrleistung von Pkw und Lkw und die Infrastruktur. Herausgekommen ist eine Vision der Tankstelle im Jahr 2040, die nach vier unterschiedlichen Raumtypen unterteilt ist:

Großstadt – serviceorientiertes Mobilitätszentrum:

Im dichten Großstadtverkehr bündelt die Tankstelle viele Angebote neuer Mobilitätstrends wie E-Bikes oder autonome Sharing- und Pooling-Fahrzeuge. In diesem Raumtyp rechnet Aral sogar mit der Existenz von Lufttaxis, die an der Tankstelle während ihrer Standzeit geladen beziehungsweise gewartet werden können. Für Wartende hält das Bistro frische, verzehrfertige Speisen und Getränke bereit. Eine mehrgeschossige Bauweise ermöglicht zusätzliche Angebote wie etwa Konferenzräume für Geschäftsmeetings.

Städtisch geprägter Kreis – Umsteigeplatz mit

Rundumversorgung: In diesem Raumtyp wird die Tankstelle zum Drehkreuz zwischen den umliegenden Gebieten einer Großstadt und dem Zentrum, an dem die Pendler von privaten auf kollektive Verkehrsmittel wie autonome Pooling-Fahrzeuge umsteigen. Betreiber autonomer Flotten finden an der Station einen umfassenden Service: von der Wäsche über ultraschnelles Laden bis hin zu kleineren Wartungsarbeiten. Private Autofahrer können ihr Fahrzeug waschen, sich im Shop mit Frische- und Convenience-Produkten versorgen, Wartezeiten im Bistro überbrücken oder die Packstation nutzen.

Ländlicher Kreis – Umschlagplatz mit Nahver-

sorgung: Im ländlichen Raum bleibt das eigene Auto zentral für die Mobilität, zumal die zu fahrenden Strecken aufgrund einer sich ausdünnenden Infrastruktur immer länger werden. Tankstellen können als sozialer Treffpunkt mit einem größeren Shopangebot und Paketdienstleistungen den ländlichen Raum bereichern. Neu ist ein kombinierter Personen-Güterverkehr: Handwerker oder Pflegedienste nehmen von der Paketstation an der Tankstelle Lieferungen für ihre Kunden oder Patienten mit und entlasten damit Paketdienstleister von Fahrten in entlegene Gebiete.

Autobahn-Station – Services für Güter- und

Fernverkehr: Laut den Studienmachern wird der Güterverkehr bis 2040 weiter wachsen und auf vordefinierten Autobahnrouen automatisiert. An autobahnnahe Tankstellen erfolgt der Wechsel von autonomen auf fahrergeführte Lkw für den





Save the date

Eine zentrale Herausforderung der Tankstelle der Zukunft ist die zunehmende Digitalisierung. Nach dem erfolgreichen Auftakt unseres Kongresses „Digitale Lösungen – Zukunft Tankstelle“ Anfang 2020 in der Messe Essen laden wir Sie deshalb herzlich zur zweiten Ausgabe der Veranstaltung am 2. und 3. März 2022 ein. Medienpartner ist die Fachzeitschrift Sprit+. Neben spannenden Referenten werden uns auch einige bft-Mitglieder davon berichten, wie sie ihre Tankstellen und Prozesse erfolgreich digitalisiert haben.

Ein weiteres Highlight wird wie schon 2020 der Kampf um den Digital Solutions Award sein. Hier können sich Unternehmen aus allen Bereichen rund um die Tankstelle bewerben, die dem Publikum ihre digitale Lösung live auf der Bühne präsentieren. Die Herausforderung: Die Bewerber haben jeweils nur fünf Minuten Zeit, danach geht das Mikrofon aus. Direkt im Anschluss an die Pitches werden die Anwesenden per App über den Gewinner abstimmen. Die Verleihung erfolgt im Rahmen der Abendveranstaltung am ersten Kongresstag auf der Messe Essen. Interessierte Bewerber können sich bei Annika Beyer unter presse@bft.de melden. Der Digital Solutions Award wird gesponsert von der BayWa Mobility Solutions, von DKV Mobility, eurodata, Sprint Tank und Weat.

Weitere Informationen und die Anmeldemöglichkeit unter www.zukunft-tankstelle.de.

Stadtverkehr. Die Station bietet zudem ultraschnelle Lademöglichkeiten für elektrische Nutzfahrzeuge bis 3,5 Tonnen und Fernreisende. Erweiterte Gastronomieangebote und funktionelle Übernachtungsmöglichkeiten für Lkw-Fahrer sind weitere Angebote für den Nutzfahrzeugverkehr.

Vier relevante Transformationspfade

Auch das 1998 gegründete Zukunftsinstitut beschäftigt sich im Mobility Report 2022 von Dr. Stefan Carsten mit der Frage, wie die Tankstelle der Zukunft aussieht. „Die Optionen bewegen sich zwischen den Dimensionen Energiesystem und Mobilitätssystem: fossile und postfossile Träger (inklusive Batterien und Wasserstoff) auf der einen Seite – fahrzeuggestützte Konzepte und Mobilitätsdienste auf der anderen“, schreibt dazu der

Experte für die Zukunft der Mobilität. Wie Aral hat Dr. Carsten vier Szenarien entwickelt:

Tankstelle 2.0: Im ersten Szenario wird die Tankstelle zum „erweiterten Straßenraum, in dem sich Vergangenheit und Zukunft – Verbrenner und innovative Antriebstechnologien – treffen“. Die Stationen sind vor allem am Stadtrand und im ländlichen Raum zu finden und bieten für die Verlängerung der Reichweite vereinzelt Ladestationen für Elektroautos an. Auch wenn es sich hierbei im Idealfall um Schnelllader handelt, wird es sich laut Dr. Carsten aufgrund der hohen Investitionskosten in der Regel um Normallader handeln. Die Tankstelle 2.0 wird noch lange gebraucht, um den Übergang zur vollständigen Elektrifizierung zu überbrücken.



Ladepark: In diesem Szenario spielen neben der Ladeinfrastruktur vor allem Wasserstoff-tankstellen eine Rolle. Da der Umbau teuer ist, werden wohl nur die großen Mineralölkonzerne und Ladeanbieter diesem Szenario folgen. „Die Ladeparks der Antriebswende werden vor allem für gewerbliche Akteure sehr wichtig, da hier die technischen Bedingungen und Kapazitäten für schnelles Laden und Betanken mit Wasserstoff vorhanden sein werden“, schreibt Dr. Carsten. Als Standorte macht er Einkaufszentren und Freizeiteinrichtungen an den Rändern der Städte aus. Ladeparks in peripheren Lagen sollen die Reichweitenängste zerstreuen. Tankstellen entlang der Autobahnen und Fernstraßen versorgen den Schwerlastverkehr, dessen nachhaltige Zukunft auf grünem Wasserstoff basiert.

Kiosk: An den Kiosk-Tankstellen in den Innenstädten kann zwar weiterhin getankt werden, aber vor allen Dingen sieht Dr. Carsten in ihnen einen „lokalen Gemischtwarenhandel für Energie, Post und Soziales“. Diese Stationen können viele Funktionen übernehmen: Trinkhalle, Späti, Bistro oder Drive-in sowie Zwischen- und Abhollager für Pakete aller Art. Zudem können sie mit Waschanlage oder Bankomat ausgestattet sein. Kiosk-Tankstellen übernehmen also eine soziale Funktion im Stadtteil, sie sind „Kulturräume, die die Stadt atmen lassen“.

Mobility Hub: In diesem Szenario wandeln sich Tankstellen zu Mobilitätszentren mit hoher Kundenfrequenz und verschiedenen Mobilitätsangeboten, die durch ihre attraktive Lage punkten. Diese Knotenpunkte haben laut Dr. Carsten „das Potenzial, die Elektrifizierung der städtischen Mobilität voranzutreiben – und gleichzeitig die Überlastung auf der letzten Meile zu verringern, die durch den Transport von Waren und Menschen verursacht wird“. Ladeinfrastrukturen gibt es allerdings nur für Sharing-Fahrzeuge, das private Laden findet im öffentlichen Raum oder zu Hause statt. Die Standorte bieten neben einem gastronomischen Angebot beispielsweise Möglichkeiten zum Tauschen von Batterien, Zugang zu Sharing-, Miet- und Abo-Modellen, im besten Fall kombiniert mit ÖPNV- und/oder Fernreiseoptionen.

Am Ende dieses Textes wollen wir Ihnen natürlich nicht die Antwort vorenthalten, die Google auf die alles entscheidende Eingangsfrage ausspielt: „Auch 2030 werden Tankstellen noch Benzin verkaufen, aber deutlich weniger als heute. Mit der Zunahme der Elektroautos und dem Ausbau der Lademöglichkeiten werden Tankstellen nach und nach obsolet. Richtig spannend wird es dann 2050.“

Annika Beyer

Anzeige

bft Premium-Qualität die überzeugt
Scheiben- und Kühlerfrostschutz

KUTTENKEULER
LUBRICANTS

MADE IN GERMANY

Kuttenkeuler Mineralölhandels- und Tankstellenbetriebs GmbH Dieselstraße 10 D - 50996 Köln
Telefon +49 (0) 2236 96203-0
Telefax +49 (0) 2236 96203-27
vertrieb.schmierstoffe@kuttenkeuler.com
vertrieb.treibstoffe@kuttenkeuler.com
www.kuttenkeuler.de

Nachhaltige Antriebsformen im Fokus der Deutschen

Nachhaltige Mobilitätsformen bleiben im Jahr 2021 das beherrschende Thema für die Studienteilnehmenden, wenn sie nach der Mobilität der Zukunft gefragt werden. Das ergab eine repräsentative Online-Umfrage unter 1.010 Autofahrern aus Deutschland, die das Meinungsforschungsinstitut forsa im Auftrag des Technologieunternehmens Continental durchgeführt hat. 81 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass nachhaltige Antriebsformen für die zukünftige Mobilität stärker im Fokus stehen sollten. Mehr als zwei Drittel (70 Prozent) sehen eine Ausbaunotwendigkeit bei flexiblen Angeboten im Personenverkehr, bei denen im Verlauf eines Weges verschiedene Transportmittel genutzt werden.

Andere Megatrends wie die Vernetzung von Fahrzeugen (33 Prozent) und autonom fahrende Transportmittel (29 Prozent) werden deutlich schwächer bewertet. Allerdings sehen Männer hier eine größere Bedeutung als Frauen. Auffällig ist, dass die jüngeren Umfrageteilnehmenden zwischen 18 und 29 Jahren den abgefragten Aussagen zur Mobilität der Zukunft prozentual am deutlichsten zustimmen: Ganze 90 Prozent wollen den Fokus stärker auf nachhaltige Antriebsformen legen, während mehr als die Hälfte (57 Prozent) der Befragten aus dieser Altersgruppe sich wünschen, dass Sharing-Angebote vorangetrieben werden. Unter allen Teilnehmenden waren es nur 45 Prozent.

Viele Autofahrer setzen aber bereits jetzt hin und wieder auf andere Verkehrsmittel als das Auto. Am häufigsten kommt in diesem Fall das Fahrrad zum Einsatz. Weiterhin unverändert: 32 Prozent der Befragten nutzen nach wie vor keine weiteren Mobilitätsmöglichkeiten neben dem Pkw. Außerdem bleibt die zusätzliche Nutzung von Bahn (15 Prozent) sowie Bus (12 Prozent) auf einem niedrigen Niveau.



Zwei-Marken-Strategie bei Orlen Deutschland

Die Orlen Deutschland GmbH expandiert und setzt auf eine Zwei-Marken-Strategie in Deutschland. In naher Zukunft können Kunden sowohl an star- als auch an Orlen-Tankstellen tanken. Das Unternehmen betreibt derzeit fast 600 Tankstellen in ganz Deutschland. Die überwiegende Mehrheit der Stationen wird unter dem Namen „star“ geführt, nun kommen immer mehr Orlen-Tankstellen mit dem roten Adlerkopf an der Attika dazu.

PM Pfenning's erweitert Tankstellenetz

PM Pfenning's hat zum 1. September 2021 den kompletten Betriebsteil Tankstellen mit insgesamt 18 Shell- und TAP-Station sowie den Verwaltungssitz der Firma Pflipsen in Mönchengladbach übernommen. Durch den Erwerb des Bremer Mineralölhandels (BMÖ) von der HGM-Holding in Bremen, die sich zukünftig auf das Mineralölhandelsgeschäft fokussieren möchte, sind nicht nur weitere 35 Tankstellen vorwiegend in Norddeutschland dazugekommen, sondern auch das von der BMÖ geführte Schmierstoffgeschäft. BMÖ-Geschäftsführer Ronald Rose wird weiterhin das operative Geschäft leiten. Insgesamt wächst das Netz von PM Pfenning's damit von 70 auf 123 Stationen. PM Pfenning's ist ein in der dritten Generation geführtes Familienunternehmen mit insgesamt rund 270 Mitarbeitern und einer der größten Shell-Markenpartner in Deutschland. Im Zuge des Unternehmensausbaus wurde auch die Zusammenarbeit mit Shell auf zehn Jahre verlängert. Außerdem wurden neben Andrea und Fred Pfenning's zusätzlich Vanessa Pfenning's und Josef Busch zu neuen Geschäftsführern bestellt.



Neues Shopkonzept bei Sprint

Der Tankstellenshop als lebendig gewordenen dreidimensionalen Plakat – das ist die Grundidee des neuen Shopkonzepts von Sprint. Bausteine waren fünf Farben (Rot, Orange, Schwarz, Weiß und Grau) sowie einzelne Elemente aus der Corporate Identity (CI) von Sprint. Diese kennt der Kunde von Plakatwerbung und Produkten der Eigenmarke. Farben und CI-Elemente wurden von Shopseinrichtungen s-iQ dann auf das Design des Shops übertragen. „Die Bausteine haben wir kombiniert mit dem modernen Industrial Look. Dabei war uns wichtig, dass in unseren Tankstellen trotz des sehr klaren, vielleicht sogar auf den ersten Blick kühl wirkenden Stils eine Wohlfühlatmosphäre entsteht“, erklärt Benjamin Kraatz, Marketingleiter bei Sprint. Umgesetzt ist das Konzept inzwischen an vier Straßentankstellen sowie am neuen Autohof im südbrandenburgischen Klettwitz.

Kurz gemeldet

→ Rekordabsatz bei Biokraftstoffen

Biodiesel, Bioethanol und Biomethan haben im Jahr 2020 rund 13 Millionen Tonnen CO₂ eingespart. Damit konnten Biokraftstoffe so viel Treibhausgase mindern wie noch nie zuvor in Deutschland. Das geht aus den vom Hauptzollamt veröffentlichten vorläufigen statistischen Angaben über die Erfüllung der Treibhausgasquote hervor. Den weitaus größten Anteil an den Minderungen hatte Biodiesel. Bei Gesamteinsparungen von 14,2 Millionen Tonnen CO₂ lag die Elektromobilität mit 13.636 Tonnen CO₂-Reduzierung bei rund 0,1 Prozent.

→ Kritik vom Bundeskartellamt

Das Bundeskartellamt hat sich für einen stärkeren Wettbewerb beim Ladestrom für Elektrofahrzeuge eingesetzt. In der jetzigen Phase des Aufbaus der Infrastruktur müsse man für einen offenen und diskriminierungsfreien Marktzugang sorgen, erklärte Behördenchef Andreas Mundt in einem Zwischenbericht zur Infrastruktur bei Ladesäulen. In dem Papier kritisiert das Kartellamt gleichzeitig die Art und Weise, wie die Bundesregierung ein „Deutschlandnetz“ von Schnellladesäulen fördern will. Die vorläufigen Ermittlungsergebnisse zeigten, dass das Instrument der öffentlichen Ausschreibung von Flächen insbesondere auf kommunaler Ebene bisher zu wenig genutzt werde.

DKV Mobility baut sein Mobile-Payment-Netz weiter aus

Mit der Bezahlfunktion DKV App&Go der DKV Mobility App können Kunden von DKV nun auch an allen Team-Tankstellen in Deutschland vom Fahrzeug beziehungsweise der Zapfsäule aus per Smartphone ihren Tankvorgang begleichen. Damit wächst das Mobile-Payment-Netz von DKV Mobility auf rund 1.400 Stationen in sechs europäischen Ländern. Technologisch basiert die App auf der Connected Fueling Plattform von Pace – einem Karlsruher Unternehmen, an dem DKV seit September 2020 beteiligt ist.

bp, Daimler und BMW kooperieren

bp ist nach dem erfolgreichen Abschluss der M&A-Transaktion der dritte Shareholder der Digital Charging Solutions GmbH (DCS) geworden. Im Zuge einer Kapitalerhöhung erwarb das Energieunternehmen einen Anteil von 33,3 Prozent. Die BMW Group und die Daimler Mobility AG behalten jeweils ihre 33,3 Prozent-Beteiligungen bei. Alle drei Shareholder der DCS GmbH beabsichtigen, die Elektrifizierung voranzutreiben und den Weg für nachhaltige Mobilität zu ebnen.

Nach der erfolgreichen Transaktion können sich DCS-Kunden auf eine verbesserte Abdeckung und einen höheren Ladekomfort freuen, da sie über das europäische Ladenetz von bp Zugang zu zusätzlichen 9.000 schnellen und ultraschnellen (mehr als 150 kW) Ladepunkten erhalten. Dazu zählen Aral pulse in Deutschland und bp pulse in Großbritannien. Zudem werden bp und DCS gemeinsam Zugang zu fortschrittlichen Lade-Services wie der Plug & Charge-Technologie bieten. Diese ermöglicht Ladevorgänge ohne den Gebrauch von Apps oder Ladekarten und wird zunächst ab Anfang 2022 in Deutschland an den ultraschnellen Ladepunkten von Aral pulse zugänglich sein.



Mit Ryd und MCS mobil im Tankstellenshop einkaufen

Ryd und MCS digitalisieren erstmals auch den Tankstellenshop. Kunden können mit Ryd in Zukunft Sprit mobil bezahlen und zusätzlich im Shop einkaufen. Autofahrer klicken auf das neue Shop-Icon, wählen und bezahlen digital und müssen die Bestellung nur noch abholen. Ermöglicht wird das durch die exklusive Integration der MCS click and collect-Lösung in das Ryd-Netzwerk. Torsten Eichinger, Geschäftsführer von MCS, sieht in der Kooperation die perfekte Symbiose: „Der Mittelstand ist nicht nur für MCS, sondern auch für Ryd von entscheidender Bedeutung. Die sich daraus ergebenden Synergieeffekte ermöglichen eine schnelle Integration und Bekanntheit der Web-Shops für die gemeinsamen Tankstellenpartner beider Unternehmen.“

WERBE AN DEINER TANKSTELLE WIE EIN PROFI!

dooh-it - ist Dein Rund-Um-Sorglos **CONTENT MANAGEMENT SYSTEM**
für die digitale Werbung der Zukunft.
Heute erfolgreich, morgen mit noch mehr Möglichkeiten.



dooh-it KANN NOCH MEHR!

Als **dooh-it** Kunde kannst Du auf den ersten branchenbezogenen Media-baukasten **adwork** zurückgreifen.

adwork 
COMING
SOON

Schnelle Individualisierung Deiner Angebote für viele Bereiche Deiner Tankstelle. Kostengünstiger, effizienter und schneller hast Du Deine Bildschirme noch nie bespielt!

DAS UNSCHLAGBARE DOPPEL FÜR INDIVIDUELLE WERBUNG AN DEINER TANKSTELLE:

dooh-it UND **adwork** 



NEUGIERIG GEWORDEN?
www.doohit.de



SCAN
ME

Mobilitätszentrum Tankstelle

Chancen und Herausforderungen der E-Mobilität

Gastbeitrag von has-to-be: Mit der umfassenden Software be.ENERGISED und verschiedenen E-Mobilitäts-services bietet has-to-be alles, was Unternehmen für den Erfolg mit der E-Mobilität benötigen: vom skalierenden Betrieb von Ladeinfrastrukturen bis hin zum kompletten Management weltweiter Mobilitätsangebote. Mehr als 120 Mitarbeiter arbeiten in der Zentrale im Land Salzburg und den Niederlassungen in München und Wien.

Etwa 14.500 Tankstellen gibt es aktuell in Deutschland. In den 1980er-Jahren waren es noch knapp 20.000, in den 1970er-Jahren sogar über 46.000. Der Trend ist eindeutig, die Schlussfolgerung liegt auf der Hand: Die Tankstellenbranche verändert sich, das klassische Kraftstoffgeschäft wird an Bedeutung verlieren, neue Geschäftsfelder sind gefragt. Die Zapfsäulen um Lademöglichkeiten zu ergänzen, kann deshalb für viele Standorte eine spannende Option sein.

installieren. Verbrenner und innovative Antriebstechnologien werden noch längere Zeit parallel existieren, bis der Übergang zur vollständigen Elektrifizierung vollzogen ist. In einem anderen Szenario werden Tankstellen zu sogenannten Mobility Hubs. Als Knotenpunkte und Mobilitätszentren mit hoher Kundenfrequenz bündeln sie verschiedene Mobi-



Bereits 2019 stand in einem Bericht der Süddeutschen Zeitung zu lesen: „Das Erdölzeitalter scheint an seine Grenzen zu stoßen“. Heute, zwei Jahre später, ist aus dem Konjunktiv ein Indikativ geworden. Die Mobilität der Zukunft wird von Faktoren wie der wachsenden öffentlichen und politischen Bedeutung des Klimaschutzes, steuerlichen Vorteilen, Richtlinien zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes auf EU-Ebene und nicht zuletzt dem wachsenden E-Mobilitätsmarkt selbst weiter vorangetrieben. Bis Ende des Jahres soll die Marke von einer Million zugelassener rein batterieelektrischer Fahrzeuge in Europa erreicht oder sogar überschritten werden. Das alles führt zu einer Conclusio für Tankstellenbetreibende: Um Flächendeckung beim Aufbau von Ladeinfrastruktur zu erreichen, werden Tankstellen mit ihren gut gelegenen Standorten als Anbieter dringend benötigt.

Verschiedene Szenarien

„Die Zukunft der Tankstellen wird so vielfältig wie die mobile Gesellschaft selbst“, ist im Mobilityreport 2022 des Zukunftsinstituts zu lesen. Der Mobilityreport skizziert vier verschiedene Szenarien hinsichtlich dieser Zukunft. In einem Szenario wird die Tankstelle 2.0, die sich am Stadtrand oder in ländlichen Gebieten befindet, nur vereinzelt Ladestationen

litätsangebote. Der E-Autofahrer erwartet neben einem Lade- ein umfassendes Zusatzangebot, das er während des Ladevorgangs nutzen kann.

Was aber sind die Chancen für Betreiber? Allen voran die Möglichkeit, das eigene Unternehmen nachhaltig, modern und visionär zu positionieren. Tankstellen können dabei ihre großen Stärken wie lange Öffnungszeiten und Personal vor Ort ausspielen. Die Standorte punkten zudem beim E-Mobilisten mit hoher Sichtbarkeit, ihre Marken sind etabliert und es ist bereits ein Kundenstamm

Executive Summary

Der Mobilitätswandel bringt große Veränderungen für Tankstellen mit sich. „Energy Places“ rücken in den Fokus – Mobilitätszentren, die den Kunden viele verschiedene Services bieten. Tanken oder Laden ist nur einer davon. Die Gesellschaft der Zukunft ist nicht mehr auf Tankstellen angewiesen, um mobil zu bleiben. Dessen müssen sich Tankstellenbetreiber klar sein – und reagieren. Wie gelingt der Einstieg? Was erwarten E-Autofahrer künftig von Tankstellen? Und welche Chancen bieten sich für Tankstellenbetreibende? Die Executive Summary „E-Mobilität für Tankstellen“ von has-to-be geht diesen und weiteren Fragen nach. Einfach den QR-Code einscannen und direkt zum Download kommen.



vorhanden. An diesen kann angeknüpft werden, zum Beispiel indem der Unternehmer neben der klassischen Tankkarte nun auch Ladekarten ins Portfolio aufnimmt. Außerdem entstehen Syner-

- Eine durchdachte Rollout-Strategie ist wichtig. Auch die Investitionen in die Infrastruktur anhand des aktuellen Bedarfs und abnehmenden Technologiepreinsniveaus müssen vorausschauend geplant werden.
- Die Infrastruktur muss im Kleinen wie im großen Maßstab gewinnbringend und kosteneffizient betrieben werden können.
- Die limitierte Verfügbarkeit der Energienetze muss beachtet werden. Deshalb ist es notwendig, frühzeitig mit Energieversorgungsunternehmen in Kontakt zu treten.
- Es muss eine sinnvolle IT-Systemintegration bedacht werden.
- Die Kompatibilität von Hardware und Software ist grundlegend.
- Last but not least: Unternehmer müssen Wissen und Expertise im Bereich E-Mobilität aufbauen. Hilfreich kann dabei externes Know-how sein. Denkbar ist ein Schritt-für-Schritt-Einstieg mit Testläufen, bevor das gesamte Tankstellennetz mit Ladeinfrastruktur ausgestattet wird.



gien zu den bestehenden Bereichen Shop und Bistro sowie Automobilservices wie Fahrzeugwäsche. Ladekunden können während des Ladevorgangs das Bistro für eine entspannte Pause oder die sanitären Anlagen nutzen und anschließend noch das Fahrzeug waschen. Das ist bei unbemannten Ladestationen an der Straße nicht möglich.

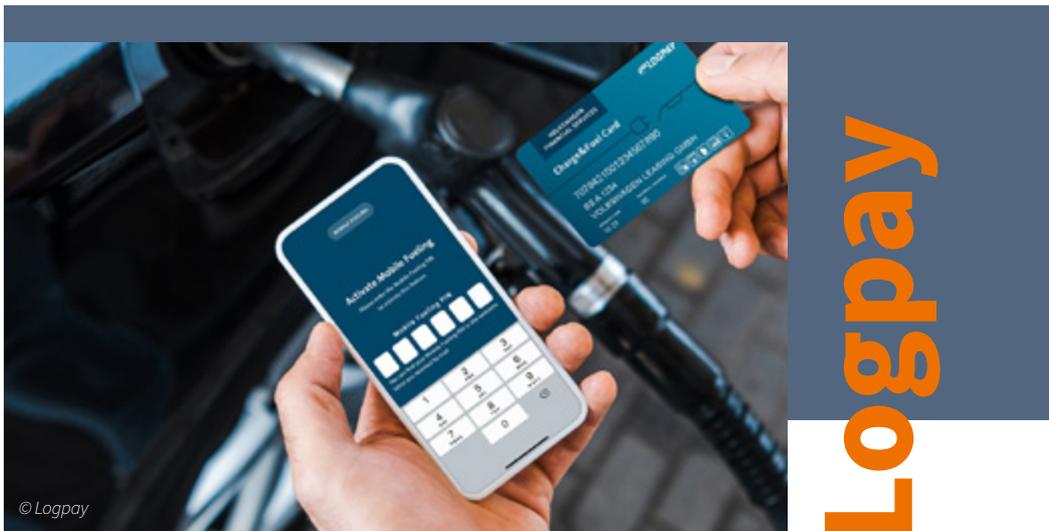
Welche Herausforderungen gibt es?

Neben Chancen müssen sich Unternehmer Herausforderungen stellen, die sie beim Einstieg in die E-Mobilität beachten sollten:

Fest steht: Die Zukunft der Mobilität ist da. Eine Erweiterung des Geschäftsmodells von Tankstellen ist nicht nur „Nice-to-have“, sondern aus unserer Sicht eine elementare Fortbestandssicherung des gesamten Tankstellennetzes. Auch klar ist: Tankstellen waren über Jahrzehnte hinweg die wichtigsten Mobilitätsanbieter. Die Politik wird den Durchbruch der E-Mobilität nicht erreichen, ohne die Branche miteinzubeziehen.

bft schließt Rahmenverträge mit Logpay und Pace ab

Inzwischen gibt es einen bunten Blumenstrauß von Anbietern rund um das Thema pay@pump. Um unsere Mitglieder bei der Einführung von innovativen Bezahlmethoden an ihren Tankstellen zu unterstützen, haben wir nun nach Ryd und Fillibri auch mit Logpay und Pace entsprechende Rahmenverträge abgeschlossen.



Die Marke Logpay dürfte den meisten bft-Mitgliedern bereits aus dem klassischen Tankkartengeschäft bekannt sein. Der Mobilitäts-Finanzdienstleister der Volkswagen Financial Services ermöglicht es den Inhabern seiner Tank- und Servicekarten, in Europa bargeldlos in 26 Ländern an über 50.000 Tankstellen zu tanken, in 16 Ländern an über 257.000 Ladepunkten Strom zu beziehen und in 19 Ländern den Zugang zum mautpflichtigen Straßennetz zu nutzen.

Das Unternehmen mit Sitz in Eschborn hat das Bezahlen mit der physischen Karte um ein digitales Angebot erweitert: Mit der Logpay Charge&Fuel-App können Pkw-Fahrer nicht nur problemlos die passenden Lade- und Tankakzeptanzen finden, sondern auch detaillierte Tankstelleninformationen sowie tagesaktuelle Kraftstoffpreise abrufen. Zudem wird aktuell die Charge&Fuel-App um das neue pay@pump-Feature Mobile Fueling erweitert. Logpay-Kunden können somit den Tankvorgang ganz bequem und sicher über die App direkt an der Zapfsäule bezahlen. An welchen Stationen des Partnernetzes das digitale Bezahlen einsetzbar ist, zeigt die App an.

Im Herbst haben wir einen Rahmenvertrag mit der Volkswagen-Tochter geschlossen, der den bft-Mitgliedern den Zugang zum exklusiven Kundenkreis von Logpay-Kunden ermöglicht. Dazu gehören unter anderem Dienstwagenfahrer von Volkswagen, Seat und Audi sowie Fahrer von Lkw der Marken MAN und Scania. Ihnen wird die

Logpay-Karte bereits bei Kauf beziehungsweise Leasing des Fahrzeuges angeboten. Sie können damit Kraftstoffe sowie fahrzeugbezogene Waren und Services an den teilnehmenden Tankstellen des Rahmenvertrags mit ihrer Tank- und Servicekarte und nun auch mit der App bezahlen. Zu den ersten Kooperationspartnern zählen die Deutsche Tamoil, team energie und Hoyer.

Basis des Rahmenvertrags ist das sogenannte Reseller-Modell, das heißt sowohl bei einer B2B- als auch bei einer B2C-Transaktion findet ein Reihengeschäft statt. Vereinfacht gesagt: Das bft-Mitglied liefert gegen einen Liternachlass an Logpay und Logpay wiederum an den Karteninhaber. Die Integration von Mobile Fueling ist an allen gängigen Kassen umsetzbar, am Anschluss an das Bungalski-System wird aktuell noch gearbeitet. Nach Unterzeichnung des Akzeptanzvertrags muss das Mitglied lediglich die Freischaltung beim Kasshersteller und Netzbetreiber veranlassen, dann ist der Einsatz der Logpay Tank- und Servicekarten sowie der App möglich.

„Mit Logpay ist in den vergangenen Jahren ein weiterer namhafter Anbieter im Bereich der markenunabhängigen Flottenkartenanbieter entstanden, der gleich eine eigene digitalisierte Version seiner Karte mitbringt. Wir freuen uns, unseren Mitgliedern mit dem nun geschlossenen Rahmenvertrag den Zugang zum großen Kundenkreis zu erleichtern“, kommentiert Eike Mönneke, im bft-Vorstand für das Thema Bezahlen zuständig, die Kooperation.

Pace



© Pace

Bezahlen mit der Smartwatch

Den zweiten Rahmenvertrag haben wir mit Pace Telematics, laut eigenen Angaben Europas führende, offene und unabhängige Plattform für mobiles Bezahlen an Tankstellen sowie für damit verbundene Connected Services, geschlossen. Als erster Anbieter in Europa ermöglicht Pace den Kunden die Tankfüllung direkt an der Zapfsäule nicht nur mit dem Smartphone zu bezahlen, sondern einfacher auch mit der Apple Watch oder Android Smartwatch. Der Autofahrer muss dafür lediglich die Pace Drive App auf seiner Smartwatch installieren, beim Tanken die Säulennummer auswählen, nach Abschluss des Tankvorgangs den Betrag autorisieren und kann dann weiterfahren. Der Beleg wird ihm digital per E-Mail zugeschickt.

Die Connected Fueling Plattform erreicht über die Pace Drive App, Partnerapps, Telematiklösungen und Fahrzeugintegrationen mehrere Millionen User.

Die App beinhaltet einen Tankstellenfinder mit Echtzeit-Preisvergleich, Navigation zur nächsten Tankstelle inklusive Informationen über Services und Öffnungszeiten sowie digitale Belege. Als Zahlungsmöglichkeiten können die App-Nutzer PayPal, Kreditkarte, Apple Pay und giropay/paydirekt oder Tankkarten wie Roadrunner, DKV App&Go, die HoyerCard oder die ZGM Card hinterlegen. Die Anzahl der angebotenen Tankstellen in Europa liegt aktuell bei 3.000 Stück. Dazu zählen in Deutschland zum Beispiel die Stationen von Anton Willer, Baywa, zahlreiche rein bft-gebrandete Stationen, Calpam, HEM, Honsel, Hoyer, MTB, Pickelmann, Q1, Raiffeisen Energie Nord und RHV, team energie, Varo oder Zieglermeier.

Mit dem nun vereinbarten Rahmenvertrag können weitere Mitglieder ihre Stationen im Handumdrehen um eine Akzeptanz der digitalen Bezahlmethoden erweitern. Zum einem akzeptiert

der Partner dann die Pace Drive App oder bft-Mitglieder digitalisieren in nur wenigen Schritten mit Unterstützung von Connected Fueling die eigene Tankkarte im Corporate Design des Unternehmens.

Das System ist mit allen gängigen Kassensystemen kompatibel und muss lediglich beim Hersteller in Verbindung mit einer erweiterten Lizenz und einem Kassen-Update freigeschaltet werden. Für die Verarbeitung von Tankkarten wie etwa von DKV zahlt der Partner eine Transaktionsgebühr. Für die Akzeptanz von Privatkunden über Connected Fueling gewährt der Partner einen Discount, eine weitere Transaktionsgebühr entfällt.

„Connected Fueling verbessert den Zugang zu den Endkunden und kann sowohl zur Kundenbindung als auch zu deutlicher Neukundengewinnung beitragen. Anbieter wie Pace mit Connected Fueling,

die eine Marktplatzstrategie verfolgen und nicht ihre eigene Applikation und Marke in den Vordergrund stellen, bieten hier immenses Potenzial“, erläutert Mönneke.

„Durch die mit der Digitalisierung einhergehende steigende Zahl an Anbietern von Zahlungsdienstleistungen stellen wir in diesem Bereich ein wachsendes Interesse unserer Mitglieder fest. Deshalb sehen wir es als unsere Aufgabe, den Unternehmen einen Überblick zu verschaffen und den Zugang durch die Kontaktvermittlung zu vereinfachen“, ergänzt Mönneke. Dabei können sie zudem davon ausgehen, dass die Angebote der Rahmenverträge weitgehend marktkonform sind, auch wenn der Verband auf einzelvertragliche Vereinbarungen natürlich keinen Einfluss haben könne.

Annika Beyer

Anzeige

> eurodata

- > edarchiv**
Vollautomatische Archivierung von Kassendaten
- > edtime**
Zeiterfassung zuverlässig und einfach inkl. Mitarbeiter-App
- > edpep**
edtime plus Personaleinsatzplanung für alle Stationen
- > edtas**
Mit System zum Erfolg Ihrer Tankstelle – von der Planung bis zur Analyse
- > edoil**
Das ERP-System für mehr Integration und Automatisierung

> Sichere Cloudlösungen für DAS DIGITALE BÜRO im Tankstellenbusiness

Unabhängig von Ort und Zeit, damit Sie immer einen Schritt voraus sind.

Mehr Informationen: www.eurodata.de/handelsnetze

Wieder Wirbel um das Tankkartengeschäft

Umsatzsteuerliche Behandlung von Tankkarten im Fokus des Bundesfinanzministeriums

Der Thematik umsatzsteuerliche Behandlung von Tankkarten liegt das sogenannte VEGA-Urteil des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) vom 15. Mai 2019, C-235/18 VEGA International Car Transport and Logistic, zugrunde. Der Sachverhalt des Urteils stellte sich wie folgt dar: Die Klägerin, VEGA International, ist eine österreichische Holding, die unter anderem ihrem Tochterunternehmen VEGA Poland über einen Tankkartenherausgeber Tankkarten zum Zweck des Autotransports zur Verfügung gestellt hatte. Die polnische Finanzverwaltung hatte der VEGA International den Vorsteuerabzug verweigert, weil sie keine Lieferung von Kraftstoff tätige, sondern Finanzierungsdienstleistungen an die VEGA Poland erbringe. Die VEGA International hatte mit ihrem Tochterunternehmen eine Vereinbarung über die Bereitstellung von Tankkarten, nicht aber über die Lieferung von Kraftstoffen geschlossen.

Da bereits vereinbarungsgemäß keine Kraftstofflieferung vorlag, hatte der EuGH zu bewerten, ob die Mineralölgesellschaften die Befähigung, über den Kraftstoff wie ein Eigentümer zu verfügen, faktisch an VEGA International oder VEGA Poland übertragen hatten. Dies hatte der EuGH im Ergebnis verneint und für den Fall eine Kreditgewährung angenommen. Als Folge hatte die VEGA International den Vorsteuerabzug verloren, da eine Kreditgewährung eine von der Umsatzsteuer befreite Dienstleistung nach Artikel 24 Absatz 1 Buchst. b in Verbindung mit Artikel 135 Absatz 1 Buchst. b der Richtlinie 2006/112 darstellt.

Auswirkungen auf Deutschland

Das Bundesministerium für Finanzen (BMF) hat das VEGA-Urteil offenbar zum Anlass genommen, die umsatzsteuerliche Behandlung von Tankkarten einer grundsätzlichen Neubewertung zu unterziehen. Dazu hat das Ministerium den Entwurf eines BMF-Schreibens (BMF-Schreiben sind Verwaltungsanweisungen an die Finanzverwaltung) mit Datum vom 7. Oktober 2021 vorgelegt. Die betroffenen Branchenverbände konnten im Rahmen der Verbändeanhörung bis zum 2. Dezember 2021 Stellung nehmen. Auch der bft hat diese Chance genutzt. Denn die Auswirkungen des Entwurfs des BMF-Schreibens betreffen nicht nur wie im VEGA-Urteil internationale Holdings, sondern jegliche Tankkartenherausgeber im Reihengeschäft, auch beispielsweise Crossakzeptanzen zwischen den Mineralölunternehmen, die ebenfalls als Reihengeschäfte ausgestaltet sind.

Der Entwurf des BMF-Schreibens sah vor, künftig danach zu entscheiden, ob als Regelfall ein Finanzierungsgeschäft zwischen Tankkartenherausgeber und Tankkartennutzer oder ausnahmsweise ein Reihengeschäft im Sinne einer Kraftstofflieferung vorliegt. Die vom BMF im Entwurf vorgesehenen Abgrenzungskriterien zwischen dem nunmehr als Regelfall geltenden Finanzierungsgeschäft und der neuerdings nur noch ausnahmsweise vorliegenden Kraftstofflieferung sind allerdings praktisch ausgeschlossen. Eine vom BMF geforderte Bedingung für das Vorliegen eines umsatzsteuerlichen Reihengeschäfts war es, dass der Tankkartenherausgeber „über Qualität und Menge und den Ort und den Zeitpunkt der Lieferung“ frei entscheiden können muss.

Sarah Schmitt

Dagegen hat sich der bft in seinem Positionspapier gewendet. Denn die vermutlich zugrunde gelegte Annahme, dass die Vertragsparteien die Vertragsbestandteile Qualität, Quantität, Ort und Zeit frei aushandeln müssten, damit umsatzsteuerrechtlich ein Liefervertrag im Reihengeschäft zustande kommt, konnte nicht überzeugen. Diese Möglichkeit ist bei einem „normalen“ Tankvorgang mit Kartenzahlung ohne Tankkarte bereits nicht gegeben, da der Kunde Menge, Ort und Zeitpunkt des Betankens, von der Öffnungszeit der Tankstelle einmal abgesehen, immer nahezu autark festlegt, während Qualität und Preis des Kraftstoffs relativ einseitig von der Mineralölgesellschaft festgesetzt werden. Wenn dies also schon beim „normalen“ Tankvorgang ohne Tankkarte faktisch nicht möglich ist, überzeugt es nicht, solche Vorgaben bei der Zwischenschaltung eines Tankkartenherausgebers zu fordern.

Auch das Feststellen eines Regel-/Ausnahmeverhältnisses an sich aufgrund des Urteils hat der bft in seiner Stellungnahme kritisiert. Denn ein solches Regel-/Ausnahmeverhältnis lässt sich aus dem Urteil nicht herleiten. Damit würde man auch mit den bisherigen Grundsätzen über den umsatzsteuerrechtlichen anerkannten Liefervertrag im Reihengeschäft brechen, ohne dass das VEGA-Urteil dazu Anlass bietet oder ohne dass dies aus umsatzsteuerlicher Sicht notwendig ist. Über die Beweggründe des Ministeriums ist uns bislang nichts bekannt.

Über den weiteren Verlauf dieses Vorgangs halten wir Sie selbstverständlich auf dem Laufenden.

Sarah Schmitt, Leiterin des bft-Hauptstadtbüros

Anzeige

Forecourt & Shop

Per Klick im Onlineshop



Eiskratzer



Brötchentüten bft-Design



Ein- und Ausfahrtpoller



Starthilfekabel



Abzieher



Wasserkannen



Abfalleimer



Dieselhandschuhe



Luftentkeimungsgerät



Zellstoffrollen / Handschutzb.



Einkaufskorb



Fahnen neutral + bft-Design



Schlauchroller



Kundendienstimer



Reinigungsgeräte

... und Vieles mehr

- weitere Produkte im Onlineshop www.eft-service.de/shop
- alle Abbildungen beispielhaft



WWW.EFT-SERVICE.DE/SHOP



Im Bundesverband der Dienstleistungswirtschaft (BDWi) vertreten 20 Branchenverbände aus dem Dienstleistungssektor gemeinsam ihre Interessen gegenüber der Politik – von der Altenpflege über Autovermieter, Tankstellen bis zur Zeitarbeit.

Die Vielfalt macht den Verband stark. Der BDWi ist Dienstleister für seine Mitglieder. Er organisiert Gespräche mit politischen Entscheidern, Veranstaltungen und bundesweite Aktionen wie zum Beispiel „Praxis für Politik“. Er bündelt die Positionen seiner Mitglieder und unterstützt sie bei ihren ureigenen Anliegen.

Mehr Infos: www.bdwi-online.de

22

Die Ampel steht auf grün – mit einer Reformagenda?

Es ist keine Überraschung, dass die Konstellation SPD, Bündnis 90/Die Grünen und FDP für viele Unternehmerinnen und Unternehmer nicht die Wunschkonstellation war. Rückblickend war es aber eine rot-grüne Regierung, die mit den Hartz-Reformen die letzte nennenswerte Wirtschaftsreform in Deutschland durchgesetzt hat.

Die Wahlprogramme der drei Parteien in Einklang zu bringen, ist eine Mammutaufgabe.* Vielfach wird jetzt ein gemeinsames Projekt für die nächste Bundesregierung heraufbeschworen. Bei Formelkompromissen dürfe es nicht bleiben. Da ist etwas dran. Für die großen Herausforderungen wie den Klimaschutz und eine wettbewerbsstarke Wirtschaft, den demographischen Wandel und funktionstüchtige Renten- und Sozialversicherungssysteme, die Stellung Deutschlands und Europas im Systemwettbewerb der USA mit China und natürlich der Zusammenhalt der Gesellschaft lassen sich innerhalb weniger Wochen keine schnellen Lösungen finden. Wichtig ist es aber, dass die beteiligten Parteien in den Koalitionsverhandlungen die Voraussetzungen schaffen, damit die nächste Bundesregierung all das effektiv und wirksam in Angriff nehmen kann.

Damit die Bundesregierung auf diesem Weg erfolgreich sein kann, muss sie auf die Unternehmen und ihre Belegschaften setzen. Hier sind die Kreativität, das Kapital und die Kompetenz, um Probleme zu lösen. Dass die Unternehmen von einer Gewinnerzielungsabsicht angetrieben sind, ist nicht verwerflich. Es ist vielmehr Voraussetzung für Erfolg.

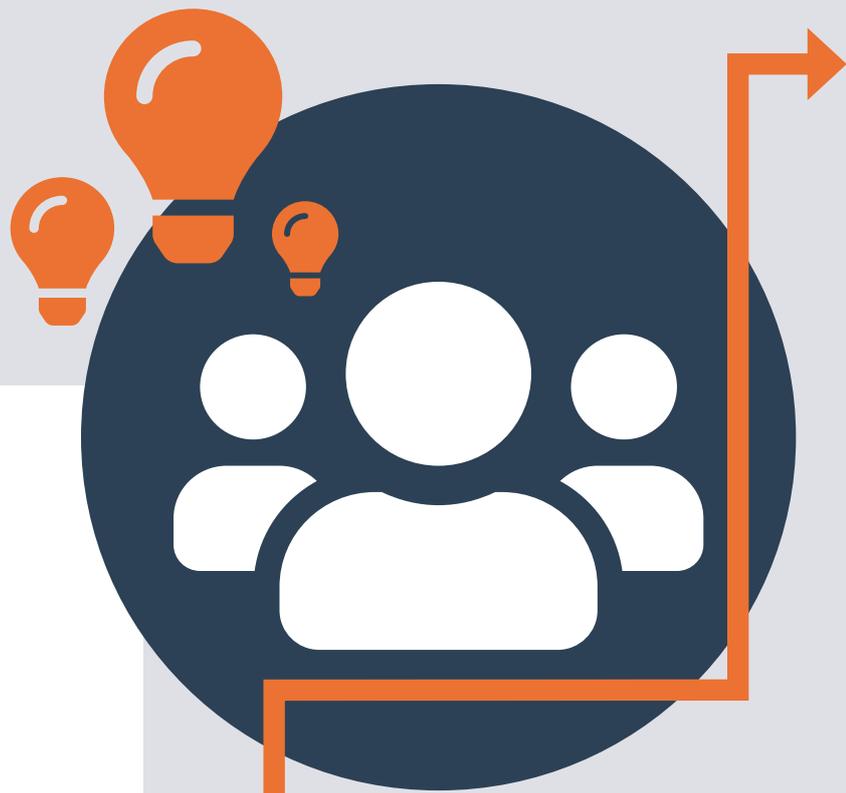
Steuern, Anreize, Subventionen und Regulierung – jede politische Maßnahme beeinflusst das Geschehen auf den jeweiligen Märkten. Die Auswirkungen politischer Maßnahmen lassen sich niemals konkret voraussagen. Wenn der Entscheidungsspielraum für Unternehmen eingeschränkt wird oder Kosten deutlich ansteigen, schwächt das die betroffenen Betriebe. Darum ist der Austausch zwischen Wirtschaft und Politik so wichtig, auch wenn man am Ende eines Gespräches nicht einer Meinung ist.

Matthias Bannas, Leiter Verbandskommunikation

* Zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses waren die Koalitionsgespräche noch nicht abgeschlossen.

Weiter- bildung

für den Tankstellenmittelstand



Infos zu Seminaren,
Referenten, Terminen
und Orten gibt es hier:





Der Dachverband MEW Mittelständische Energiewirtschaft Deutschland e.V. ist die starke Stimme der unabhängigen Mineralöl- und Energiewirtschaft in Deutschland. Wir stehen für Vielfalt und fairen Wettbewerb im Mineralöl- und Energiemarkt. Gemeinsam mit unseren Mitgliedsverbänden bft, AFM+E, UTV und FPE repräsentieren wir in Deutschland unter anderem rund 2500 freie Tankstellen, 70 Prozent der oberirdischen Kraftstoff-Tanklagerkapazität, 34 Prozent der Importe von Diesel und Heizöl sowie rund 20000 Arbeitnehmer. In Berlin vertreten wir die Interessen unserer Mitglieder gegenüber der Politik und begleiten aktiv aktuelle politische Entwicklungen und Gesetzgebungsvorhaben.

Flüssige klimaneutrale Brenn- und Kraftstoffe: unabdingbar für die Energiewende

24

Die Energiewende wird teuer, muss aber bezahlbar bleiben. Deshalb ist es sinnvoll, die vorhandene Infrastruktur für flüssige Energieträger weiterhin zu nutzen. Außerdem muss der aktuelle Fahrzeugbestand auf grüne Kraftstoffe umgestellt werden. Die Liste der notwendigen politischen Maßnahmen aus dem „Fit-for-55“-Paket der EU betreffen auch alle deutschen Gesetzgebungen rund um Sprit & Co.:

1. Zu den wesentlichen Regulierungsinstrumenten für die Kraftstoffwirtschaft gehört die Erneuerbare-Energien-Richtlinie. In Deutschland sind Kraftstoffinverkehrbringer nach der geltenden Richtlinie verpflichtet, eine Minderung der Treibhausgasquote von aktuell sechs Prozent umzusetzen, die bis auf 25 Prozent im Jahr 2030 ansteigt.

2. Aus deutscher Sicht bedarf es einiger Korrekturen: Nachhaltige Biokraftstoffe aus Anbaubiomasse, die nicht in Konkurrenz zu Nahrungs- und Tiermittelversorgung stehen, sollten entsprechend dem aktuellen Status quo verwendet werden dürfen. Statt der 4,4 müssen wieder 5,3 Prozent zur Anrechnung zugelassen werden.

3. Zusätzlich müssen die relevanten Verordnungen modernisiert werden, damit endlich normgerechte nachhaltige Kraftstoffe in größerem Umfang bei-

gemischt werden können. Außerdem sollte E10 in Deutschland Hauptsorte werden.

4. Synthetische Kraftstoffe müssen mit einer verpflichtenden Mindestquote beigemischt werden, um die Investitionen in den Aufbau von Produktionsanlagen zu beschleunigen. Wir brauchen den Import erneuerbarer Energien aus Wind und Sonne aus Weltregionen, in denen sie unerschöpflich für die Produktion von E-Fuels zur Verfügung stehen.

5. Deutschland hat als einziges EU-Mitglied einen nationalen CO₂-Emissionshandel im Verkehr eingeführt. Notwendig ist jedoch ein EU-einheitliches System, von dem klimaneutrale Kraftstoffe von Beginn an ausgenommen sind.

6. Die mittelständischen Tankstellenbetreiber benötigen im Wettbewerb mit Stromlieferanten und Netzbetreibern gleiche Bedingungen, besonders mit Blick auf die Netzanschlüsse für Ladestrom.

Die Herausforderungen für die neue Bundesregierung sind sehr komplex, erfordern Mut und zugleich Vertrauen in diejenigen, die die Energiewende umsetzen sollen. Es ist an der Zeit, aus den Ankündigungen ins Handeln zu kommen.

Matthias Plötzke, Hauptgeschäftsführer



UPEI – The Voice of Europe's Independent Fuels Suppliers UPEI vertritt fast 2000 europäische Importeure, Groß- und Einzelhändler von Energieerzeugnissen für den Verkehrs- und Heizungssektor, die die europäischen Kunden unabhängig von den großen Energieerzeugern beliefern. Die Händler sind Schnittstelle zwischen Herstellern und Verbrauchern und nutzen ihre eigene Infrastruktur und Flexibilität, um die bestehende Nachfrage von konventionellen und erneuerbaren, flüssigen Kraftstoffen sowie von nicht flüssigen Alternativen im Rahmen der Energiewende zu liefern. Sie stellen mehr als ein Drittel der aktuellen Nachfrage in Europa dar. Die Organisation bringt nationale Verbände und Lieferanten in ganz Europa zusammen.

Neue Studie von UPEI und FETSA zur Energiewende

Der Einsatz erneuerbarer und kohlenstoffarmer Kraftstoffe ist ein zentraler Punkt der politischen Diskussionen über die Klimaziele der EU. Angesichts dieser ehrgeizigen Ziele muss die bestehende Infrastruktur für fossile Brennstoffe aufgerüstet und einer anderen Nutzung zugeführt oder abgebaut werden. UPEI hat dafür die Studie „Implikationen der Energiewende für die europäische Speicher-, Kraftstoffversorgungs- und Verteilungsinfrastruktur“ veröffentlicht, die die Energie- und Wirtschaftsberatung Trinomics erstellt hat.

Die Studie bewertet Auswirkungen der Energiewende auf Terminals, Pipelines, Tanks und Depots, Kraftfahrzeuge, Schiffe und den Einzelhandel. Zudem beantwortet sie in elf Fallstudien, welche Herausforderungen sich in der Lieferkette stellen, wenn konventionelle Kraftstoffe ersetzt werden. Berücksichtigung finden dabei die räumliche Konfiguration, Sicherheitsaspekte, die Ausrüstung sowie die Kosten.

Der größte Teil der bestehenden Infrastruktur lässt sich demnach auf erneuerbare und kohlenstoffarme Kraftstoffe anpassen, die somit sowohl technisch- als auch kosteneffizient für den

Endverbraucher zur Verfügung gestellt werden können. Die meisten Anlagen im Einzelhandel sind kompatibel. So können nachhaltige Kraftstoffe die Wirtschaft in einem klimaneutralen Europa ankurbeln. Zu beachten sind jedoch die potenziellen Veränderungen im täglichen Betrieb wie unterschiedliche Sicherheitsverfahren und die Tatsache, dass Tankstellen eine breitere Produktpalette anbieten müssen, um die Bedürfnisse der Kunden zu decken.

Obwohl Investitionen zur Anpassung der Ausrüstung erforderlich sind, entsprechen diese den normalen Modernisierungserwartungen. Bei bestimmten Lieferketten wie bei Wasserstoff sind wahrscheinlich höhere Investitionen erforderlich, um neuen Lieferwegen und Produkteigenschaften gerecht zu werden. Letztendlich qualifiziert Logistikunternehmen das Know-how im Umgang mit flüssigen Energieträgern inklusive verflüssigten Gasen, um in der kohlenstoffarmen und erneuerbaren Zukunft erfolgreich sein zu können.

Link zur Studie: www.ypei.org/library (Publications)

Cécile Nourigat, Secretary General

Schnell den Verband gefragt

Bemerkenswert merkwürdig – Wissenswertes rund um die Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung

Manchmal sind Abläufe vom Zufall geprägt, manchmal kommen sie einem auch merkwürdig vor. Über einen solchen merkwürdigen Fall hatte das Bundesarbeitsgericht (BAG) jetzt zu urteilen.

Als am 8. Februar 2021 der Arbeitgeber kündigte, legte die Arbeitnehmerin prompt eine Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung (AU-Bescheinigung) vor, die den gesamten Kündigungszeitraum abdeckte. Der Arbeitgeber wollte sich damit nicht abfinden und verweigerte die Entgeltfortzahlung. In den Klageverfahren vor den Untergerichten war die Klägerin erfolgreich. Die Gerichte verliehen sich auf die Beweiswirkung der AU. Tatsächlich geht von ihr ein sehr hoher Beweiswert aus. Sie ist, wie das Gericht ausführt, das amtlich zugelassene Beweismittel.

In solchen Fällen kann nur ein sehr hoher Zweifel die Wertigkeit der Bescheinigung erschüttern. Gravierend ist ein Zweifel dann, wenn er mit hoher Wahrscheinlichkeit auch einen anderen Geschehensablauf nahelegt. Juristen nennen dies

einen substantiierten Vortrag. Und nahe lag hier ein anderer Geschehensablauf. Zuerst erfolgte eine Kündigung und dann postwendend eine Krankmeldung, die den gesamten Kündigungszeitraum abdeckte.

Das sah das Bundesarbeitsgericht ebenfalls so und forderte die Klägerin auf, die Beweiskraft der Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung nachhaltig zu untermauern. Allerdings

ist nach solch substantiiertem Vortrag nicht gleich das Gegenteil erwiesen. Der Arbeitnehmer hat weiterhin Gelegenheit, den Nachweis der Arbeitsunfähigkeit zu erbringen. Der Beweis kann insbesondere durch Vernehmung des behandelnden Arztes nach entsprechender Befreiung von der Schweigepflicht erfolgen. Die Klägerin hat im entschiedenen Fall diesen Vortrag nicht erbracht. Von daher war für das Arbeitsgericht klar, dass die Klage abzuweisen war. Der Arbeitgeber hatte im vorliegenden Fall die Glaubwürdigkeit der Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung nachhaltig erschüttert.

Der Fall zeigt, dass der Arbeitgeber nicht immer schutzlos gegenüber solchem Vorbringen ist. Er ist allerdings gehalten, sehr genau und sehr exakt vorzutragen. (Bundesarbeitsgericht, Urteil vom 8. September 2021, Aktenzeichen 5 AZR 149/21)

Diese Regeln gelten

Übrigens: Rund um die Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung ranken sich einige Legenden und Falschinformationen. Es ist falsch zu denken, die Krankmeldung müsse erst ab dem dritten Krankheitstag beim Arbeitgeber erfolgen. Das Gegenteil ist der Fall. In § 5 des Entgeltfortzahlungsgesetzes steht zum Zeitpunkt der Krankmeldung Folgendes: „Der Arbeitnehmer ist verpflichtet, dem Arbeitgeber die Arbeitsunfähigkeit und deren voraussichtliche Dauer unverzüglich mitzuteilen.“ Unverzüglich bedeutet ohne schuldhaftes Zögern, also – soweit möglich und zumutbar – vor Beginn der Arbeitszeit.

§ 5 des Entgeltfortzahlungsgesetzes sagt darüber hinaus Folgendes: „Dauert die Arbeitsunfähigkeit länger als drei Kalendertage, hat der Arbeitnehmer eine ärztliche Bescheinigung über das Bestehen

26



Stephan Zieger



der Arbeitsunfähigkeit sowie deren voraussichtliche Dauer spätestens an dem darauffolgenden Arbeitstag vorzulegen.“ Heißt im Klartext: Am vierten Tag muss der Arbeitgeber im Besitz der AU-Bescheinigung sein.

Apropos Tag: Bei der Dreitagesfrist der Krankmeldung in Form der AU nur Arbeitstage zu zählen, ist falsch. Das Gesetz spricht hier von „Tagen“ und nicht von Arbeitstagen. Bei der Berechnung der Frist für die Vorlage der Bescheinigung spricht das Gesetz von Arbeitstagen. Das heißt, dort wo von Tagen die

Rede ist, müssen sowohl Samstag, Sonntag und auch Feiertage mitgerechnet werden.

Zur Benachrichtigung der Erkrankung reichen nach vielfacher Rechtsprechung Fax oder E-Mail aus. Besser ist das Telefon. Für die Übermittlung der Bescheinigung genügt eine E-Mail und ein Fax. Verlangt der Arbeitgeber allerdings die Originalbescheinigung, ist diese unverzüglich nachzureichen.

Stephan Zieger, bft-Geschäftsführer

Anzeige

WEAT-MPH

DER NEUE MOBILE PAYMENT STANDARD AN TANKSTELLEN

Der MPH standardisiert das Zahlen per App und ermöglicht somit sehr einfache App-Akzeptanzen: „Pay at the pump“ - aber auch im Shop. Der MPH integriert automatisch die App-Zahlströme in die vorhandenen Abrechnungssysteme und Reportings. **Wir beraten Sie gerne.**

...Beispiele integrierter Apps; im B2B und B2C Bereich

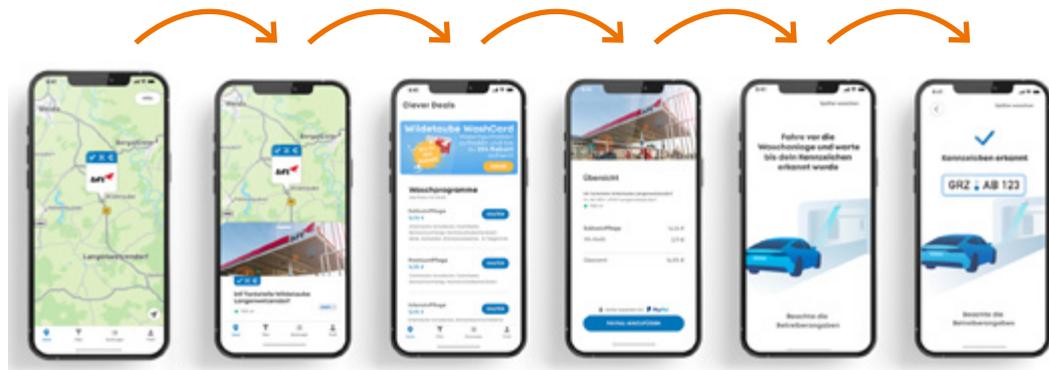


WEAT-MPH bei allen wichtigen Systemherstellern realisiert



Der Nutzer der App Clever Waschen kann in wenigen Schritten seine Wäsche mit dem Smartphone bezahlen.

© Clever Waschen



Clever waschen, clever zahlen

bft-Tankstelle Wildetaube als Pilot von Clever Waschen

Seit Clever Waschen im Januar 2020 den Digital Solutions Award unseres Kongresses „Digitale Lösungen – Zukunft Tankstelle“ gewonnen hat, ist viel passiert: Inzwischen wurde die App nicht nur einem optischen Relaunch unterzogen. Das Produkt aus dem Hause Axel Springer ist ausgelegt auf alle drei Use Cases Waschstraße, Portalwaschanlage und SB-Waschbox. Dafür lief in den vergangenen Monaten ein Pilotprojekt an unserer Mitgliedstankstelle Wildetaube.

Pay@pump mag zwar noch kein Standard sein, ist aber inzwischen vielen Tankkunden bekannt. Dass man aber auch die Fahrzeugwäsche im Auto mit dem Smartphone bezahlen und auslösen kann, dürften dagegen nur wenige wissen. Vorreiter auf diesem Gebiet ist Clever Waschen, ein Produkt von Axel Springer und Gewinner unseres ersten Digital Solutions Awards 2020. Das Team um Co-Founder Nicolas Meibohm hat sich bereits vor zwei Jahren auf den Weg gemacht, um dieses Geschäftsfeld zu erobern.

Herzstück ist die App Clever Waschen, die kostenlos für iOS im Apple Store und für Android im Google Play Store zum Download bereitsteht. Der

Nutzer findet hier – ähnlich wie bei der Schwester-App Clever Tanken – eine Übersicht aller Waschanlagen in Deutschland sowie deren spezielle Angebote. Doch damit nicht genug: In einem nächsten Schritt haben die Macher die App so weiterentwickelt, dass man nun an allen angeschlossenen Waschanlagen mit der App bezahlen kann.

Dafür registriert sich der Autofahrer mit seinem Kfz-Kennzeichen und hinterlegt eine Zahlungsmöglichkeit, entweder eine Kreditkarte oder Paypal. Eine Kamera am Eingang zur Waschanlage erfasst das Kennzeichen, wandelt es in eine Textdatei um und gleicht dieses mit den im System hinterlegten Daten daraufhin ab, ob das Fahrzeug bei Clever Waschen registriert ist. Ist das der Fall, kann der Kunde die Wäsche wählen und durch die Anlage fahren. Ist er nicht registriert, löscht das System das Kennzeichen umgehend datenschutzkonform.

Umgesetzt werden kann Clever Waschen an allen Anlagen von WashTec, Christ und anderen namhaften Herstellern. „Für die Installation benötigen die speziell von uns geschulten Teams der Hersteller bei Waschstraßen zwischen sechs und acht Stunden, bei Portalanlagen zwischen zweieinhalb

und vier Stunden“, erläutert Meibohm. Neben der Kamera wird zudem die etwa schuhkartongroße Masterbox des finnischen Partners Superoperator für die Steuerung angebracht und alles mit der Software der Waschanlage und von Clever Waschen verbunden. Die Kosten für den Betreiber hängen unter anderem ab vom Hersteller, von Art und Alter der Anlage sowie der Höhe der Umsatzprovision für Clever Waschen.

Alle drei Use Cases

Pilotprojekt von Clever Waschen waren im Sommer 2020 die Waschstraßen von CleanCar. In diesem Sommer hat das Team den zweiten Use Case, die Portalwaschanlage, in Angriff genommen. Als Testpartner hat sich unser Mitglied Familie Prandi, Eigentümer der bft-Tankstelle Wildetaube im thüringischen Langenwetzendorf, zur Verfügung gestellt. Ursprünglich wollte Lucas Prandi die neue Waschanlage SmartCare von WashTec einfach nur in der Clever-Waschen-App registrieren, dann kam die Anfrage, ob er nicht Pilotkunde werden wolle. „Die Technik wurde dann im Mai 2021 bei uns eingebaut und getestet, im November sind wir live gegangen“, erzählt er.* Die Installation erfolgte laut Prandi absolut problemlos: „Die Teams kamen, besprachen sich kurz und innerhalb weniger Stunden war die Hardware installiert und funktionierte auf Anhieb. Das hat uns sehr begeistert.“

Besonders überzeugt haben Prandi die unkomplizierte Zusammenarbeit und das Marketing rund um die App, das Clever Waschen durch die

Einbettung in den Axel-Springer-Konzern und dessen Publikationen wie die Bild-Zeitung oder Auto-Bild anbieten kann. Zudem werden die Partner von Clever Waschen in der Clever-Tanken-App angezeigt, die monatlich mehr als fünf Millionen Nutzer hat. Dabei sind für den Nutzer die aktuellen Clever Deals, also die betreiberspezifischen Waschangebote, einsehbar. „Ein so breites Marketingpaket wäre für uns als Einzel-tankstellenbetreiber gar nicht leistbar“, betont er. Da er bereits mit der pay@pump-Lösung von Ryd gute Erfahrungen gemacht hat, hofft er mit dem neuen Angebot neue Kunden an seine Station zu bringen und mehr Wäschen zu generieren.

Ausbau des Angebots

Als dritten Use Case plant Clever Waschen gemeinsam mit einem Hersteller von SB-Waschboxen aktuell ein Pilotprojekt. Ebenfalls in Arbeit befindet sich ein Flatrate-Konzept, so dass der Waschkunde für einen monatlichen Beitrag so oft waschen kann wie er will. „Wir sind davon überzeugt, dass da die Zukunft des Waschens liegt und wir es so schaffen, noch mehr Kunden an die Anlagen unserer Partner zu bringen“, betont Meibohm.

Annika Beyer

Lucas Prandi von der bft-Tankstelle Wildetaube war sofort überzeugt von dem Angebot.



© Prandi

**Zum Redaktionsschluss lagen noch keine aussagekräftigen Zahlen zur Nutzung von Clever Waschen vor.*

Anzeige

300.000 km/s

MIT UNS WERDEN SIE GESEHEN.



Anfang 2020 haben die Schwestern Anika und Maike Neumann die bft-Tankstelle in dritter Generation übernommen.

Schwester

Anika und Maike Neumann im Porträt

Die eine hat mehrere Jahre in der Tourismusbranche gearbeitet, die andere hat Politikwissenschaften studiert. Trotzdem haben sich Anika und Maike Neumann vor eineinhalb Jahren dazu entschieden, in dritter Generation die bft-Tankstelle ihrer Eltern im niedersächsischen Bramsche zu übernehmen. Ein Porträt zweier Schwestern, die nach Umwegen ihre berufliche Erfüllung im Familienbetrieb gefunden haben.

„Natürlich rasselt man mal aneinander, aber im Großen und Ganzen sind wir uns einig, wie was zu laufen hat“, mit diesen Worten beschreiben Anika und Maike Neumann ihre Zusammenarbeit. Die 37-Jährige und die 34-Jährige sind Schwestern und haben vor eineinhalb Jahren die bft-Tankstelle im niedersächsischen Bramsche von ihren Eltern übernommen. Die beiden kennen zwar das Tankstellengeschäft von Klein auf und haben während der Schule und in den Semesterferien auch mal Tankdienst gemacht. Dass sie eines Tages einmal gemeinsam die Leitung der Station übernehmen werden, war allerdings nicht abzusehen.



Anika Neumann ist mit 18 ins Ausland gegangen und hat dort Politikwissenschaften in Maastricht, Niederlande, und Bradford, England, studiert. „Ich

habe diese Zeit sehr genossen, bin aber immer wieder gerne in Bramsche zu Besuch gewesen“, erzählt sie.

Diese Auslandsaufent-

halte seien keine Flucht gewesen, sondern einfach das „Interesse an der großen weiten Welt“. 2017 ist Anika Neumann dann mit ihrem Mann zurück nach

Bramsche gezogen, weil sie einen Sohn erwartete. Inzwischen hat sie noch eine Tochter bekommen, die heute zwei Jahre alt ist.

Die jüngere Schwester hatte es ebenfalls zunächst in die Ferne gezogen. Nach dem BWL-Studium in Nordhausen arbeitete Maike Neumann in einer Werbeagentur und im Tourismus, unter anderem auf einem Kreuzfahrtschiff und im Hotelbereich in Portugal und auf den Kapverdischen Inseln im Atlantischen Ozean. Sie verschlug es 2018 wegen der Liebe zurück nach Bramsche, weil ihr Lebens-

„Wenn wir uns nicht dazu entschieden hätten, hätten unsere Eltern die Tankstelle Ende 2019 verkauft.“

ernbetrieb

gefährte ebenfalls aus dem 30.000 Einwohner großen Ort nördlich von Osnabrück stammt.

Beschluss des Familienrats

„Zu diesem Zeitpunkt stand die Zukunft der Tankstelle im Raum. Und dann führte eben eines zum anderen“, erinnert sich Maike Neumann. Der Familienrat tagte und die Schwestern beschlossen, die Station zusammen weiterzuführen. „Wenn wir uns nicht dazu entschieden hätten, hätten unsere Eltern die Tankstelle Ende 2019 verkauft. Das konnte ich mir nicht vorstellen“, sagt die 37-Jährige. Und die jüngere Schwester ergänzt: „Mir ging es ähnlich. Dadurch, dass wir mit dem Betrieb aufgewachsen sind, wäre es seltsam gewesen, wenn plötzlich jemand Fremdes in unseren Räumen sitzt.“

Bevor sie den Betrieb formal übernommen haben, waren die beiden Unternehmerinnen zunächst angestellt. So konnten sie das Geschäft von allen Seiten kennenlernen, damit die Übernahme reibungslos verläuft. „Und dann haben wir Anfang 2020 sozusagen alles einmal gedreht: Wir haben die Geschäfts-

führung übernommen und unsere Eltern sind noch angestellt“, erzählt Anika Neumann. Insgesamt arbeiten inklusive Familie Neumann zwölf Personen an der Station.

Die anfangs gelobte gute Zusammenarbeit hat auch deshalb so gut funktioniert, weil die Schwestern die Aufgaben entsprechend ihrer Stärken aufgeteilt haben: Anika Neumann ist schwerpunktmäßig für die Organisation der Tankstelle aus dem Büro heraus zuständig. Maike Neumann gilt als die innovationsfreudigere und kümmert sich vor allem um den Shop und das Marketing. „Wenn man unsere beiden unterschiedlichen Ansichtsweisen zusammennimmt, dann finden wir eigentlich immer einen realistischen Mittelweg“, sind sich die Unternehmerinnen einig.



Maike Neumann



Beiden gemeinsam ist die große Freude, mit der sie die Station leiten. „Das Schöne am Tankstellenbetrieb ist ja, dass es unglaublich abwechslungsreich ist. Das würden Außenstehende vermutlich gar nicht denken. Jede Woche gibt es neue Herausforderungen. Das macht es für mich so spannend und erfüllend“, sagt Maike Neumann. Und ihre Schwester ergänzt: „Ich mag den Kontakt zu den Kunden und Mitarbeitern. Wir haben viele Stammkunden und Lieferanten, mit denen wir schon Jahre zusammenarbeiten. Und ständig passieren spannende Geschichten. Kein Tag ist wie der andere.“

Spannend wird auch die Zukunft, sind die Neumanns überzeugt. Im nächsten Jahr wollen sie den Shop erweitern und eine E-Schnelladesäule installieren. Die Voraussetzungen dafür sind gegeben, ergab eine Prüfung, nun müssen sie sich noch für einen Anbieter entscheiden. „Trotzdem hoffen ja alle in unserer Branche auf die E-Fuels“, sagt Anika Neumann.

„Wenn ich zurückdenke, wie unsere Station vor zehn Jahren aufgestellt war, da hat sich schon viel verändert“, ist die jüngere Schwester überzeugt. Wenn man künftig nur auf den regulären Tankstellenbetrieb setze, dann werde man schlechte Karten haben. Man müsse das Geschäft neu definieren und neue Standbeine aufbauen. „Wir finden es spannend, was die Zukunft bereithält, und werden die Zeit nutzen, uns darauf einzustellen. Aber Sorgen um die Tankstelle machen wir uns nicht“, sind sich die Neumanns einig.

Annika Beyer



Anika Neumann



© Neumann

In dritter Generation

Großvater und Firmengründer Karl Neumann strandete 1947 nach der Kriegsgefangenschaft in Bramsche und eröffnete nach seiner Kfz-Meisterprüfung eine kleine Werkstatt, die er Ende der 50er Jahre um den Verkauf von Benzin erweiterte. 1964 erwarb er das Grundstück in der Lindenstraße 56 und baute dort eine für damalige Verhältnisse sehr moderne Tankstelle mit Kfz-Werkstatt und Waschhalle, die 1966 den Betrieb aufnahm (siehe Bild). Im Alter von 80 Jahren startete Neumann 1996 die größte Umbauaktion inklusive neuer Erdtanks, Zapfsäulen und einem Wetterschutzdach mit Lichtkuppel. 2003 übergab er die Tankstelle an seinen Stiefsohn Dieter Hein-Janke. Im Juli 2012 übernahmen schließlich Anita und Peter Neumann, der Sohn des Firmengründers, die Tankstelle. In diesem Jahr modernisierten die Bramscher den Shopbereich und die Kassenanlage und rüsteten die Beleuchtung auf LED um. Seit Anfang 2020 leiten die Schwestern Anika und Maike Neumann das Familienunternehmen in dritter Generation. Seit März 2020 können die Kunden der Freien Tankstelle Neumann AdBlue an der neu installierten Zapfsäule tanken.

A woman with blonde hair, wearing a white knit hat and a pink sweater, is smiling. She is in a snowy mountain landscape. In the background, there is a grey van with skis on the roof rack. The sky is blue.

*Im Winter hilft
Bei Eis und Schnee
dem Auto Frostschutz
und Dir Kaffee.*

Bestellen Sie jetzt
das neue
Winterplakat

Zu bestellen unter
www.eft-service.de/shop

frei und fair – Ihre freie Tankstelle

Fit für das Waschgeschäft



Bei Feldhaus Energie wird das Thema Waschen groß geschrieben: Die Fachzeitschrift „Tankstelle“ hat den Standort in Vechta in diesem Jahr mit dem Preis „Tankstelle des Jahres“ in der Kategorie „Waschstraße“ ausgezeichnet.

Schulung der bft-Akademie bei Feldhaus Energie

Wie verkaufen Ihre Mitarbeiter erfolgreich Fahrzeugwäschen? Wie lässt sich dabei der Umsatz etwa durch Zusatzangebote steigern? Und wie gehen Sie mit unzufriedenen Kunden und Reklamationen um? Diese Fragen beantwortete Waschexperte Eike Koebe in einem Praxisseminar der bft-Akademie bei Feldhaus Energie.

„Ich verkaufe jetzt jedem Kunden bei der Wäsche noch Nanowachs dazu“, verkündete ein Mitarbeiter von Feldhaus Energie hochmotiviert am Ende des eintägigen Seminars in der Zentrale von Feldhaus Energie im niedersächsischen Visbek. „Der Kollege brannte richtig und hätte am liebsten gleich an der Waschanlage losgelegt“, freute sich Felta-Geschäftsführer Marcus Feldhaus. Ein besseres Ergebnis könne man sich nach einer Schulung gar nicht wünschen.

Aber von vorne: Bis es zu dieser enthusiastischen Aussage des Mitarbeiters kam, durchlief er gemeinsam mit zwei Verkäuferinnen und drei Kollegen von der Waschstraße die Schulung „Verkauf und Reklamation im Waschgeschäft“ bei bft-Akademie-Trainer Eike Koebe. Dabei lag dem Experten ein Punkt besonders am Herzen: „Kunden erwarten heute nicht nur ein sauberes Auto, sondern sie wollen wahrgenommen und ordentlich behandelt werden.“ Das fängt bei einem so simplen Verhalten an, wie den Kunden freundlich zu begrüßen und ihm während des Gesprächs ins Gesicht zu schauen.

Fachliche Basis schaffen

Dann ging es ans Eingemachte: Im ersten Block erläuterte Koebe den Teilnehmern zunächst die fachlichen Grundlagen der Fahrzeugwäsche. Dabei ging er nicht nur auf die Unterschiede zwischen der Handwäsche und einer maschinellen Wäsche ein, sondern erklärt auch, warum zweitens schonender für das Auto ist. Ebenfalls Bestandteil des ersten Tages

waren die verschiedenen Pflegeprodukte wie Waschchemie und Wachsarten und wie diese auf den Lack wirken. „Der Mitarbeiter muss wissen, wie die Fahrzeugwäsche funktioniert, damit er sie erfolgreich anbieten und kompetent auf Nachfragen von Kunden reagieren kann“, betonte Koebe.

Im zweiten Teil erfuhren die Teilnehmer, wie sie mehr Fahrzeugwäschen verkaufen und damit den Umsatz steigern können. „Wichtig ist: An der Waschanlage stehen keine Kassierer, sondern Verkäufer. Einem Kassierer ist es egal, was der Kunde macht. Ein Verkäufer versucht dagegen, aktiv Einfluss auf die Entscheidung der Autofahrers zu nehmen“, führte Koebe aus. Dabei müsse es schnell gehen, denn in der Regel habe der Verkäufer nur 20 bis 30 Sekunden Zeit, um dem Kunden zu erklären, was er bekommen kann und welchen Nutzen er davon hat.

Koebe riet dabei zu einem Trick: Statt zu versuchen, auf Zwang eine teurere Wäsche an den Mann zu bringen, könne der Mitarbeiter beispielsweise eine Zusatzoption wie Nanowachs anbieten und den Vorteil davon beschreiben. „Dann redet man dem Kunden nichts aus und gibt ihm nicht das Gefühl, ihm etwas aufzuschwatzen. Man verkauft sozusagen ein Upgrade zum nächsten Programm, aber ohne es so zu nennen“, war der Referent überzeugt.

Als drittes großes Thema widmete sich Koebe der Reklamation. „Das Wichtigste ist, dass man das Verhalten des Kunden nicht persönlich nimmt und immer ruhig bleibt, auch wenn der Gegenüber aufgebracht ist oder sich arrogant und hochnäsiger verhält. Das ist die hohe Kunst!“, sagte der Seminarleiter. Wenn der Kunde mit der Leistung nicht

zufrieden ist, also das Auto aus seiner Sicht nicht richtig sauber wurde, dann könne man ihm vorschlagen, noch einmal durch die Anlage zu fahren. Bei bestimmten Verunreinigungen wie Teerflecken, die bei einer



© Feldhaus Energie



Eike Koebe ist Spezialist für die Bereiche Betrieb und Gebäude an der bft-Akademie.

weiteren Wäsche nicht weggehen würden, sollte man dem Kunden allerdings gleich klar machen, dass ein erneuter Durchgang keine Aussicht auf Erfolg haben wird.

Schwieriger ist es, bei der Reklamation von Schäden richtig zu reagieren. Denn in den

wenigsten Fällen ist die Waschanlage dafür verantwortlich, was der Kunde aber häufig nicht akzeptieren will. „Laut AGB fährt er auf eigene Verantwortung durch die Anlage, nur bei vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachten Schäden haftet der Betreiber oder der Waschanlagenhersteller“, betonte Koebe. Umso wichtiger sei es, die Herstellervorschriften einzuhalten, regelmäßig die Anlage zu prüfen und alles zu dokumentieren.

Komme es trotzdem zu einem Schaden, sollte man den Kunden immer ernst nehmen und ihm ruhig zuhören – schon alleine, um in der Situation deeskalierend zu wirken. In vielen Fällen lasse sich leicht nachweisen, ob der Schaden schon vorher bestand, wie beispielsweise ein Kratzer, oder ob das Fahrzeug zumindest einen Vorschaden hatte.

Einen detaillierten Schadensbericht inklusive Bilder sollte der Mitarbeiter in jedem Fall anfertigen. Je nach Einzelfall müsse dann entschieden werden, ob der Waschanlagenbetreiber dafür aufkommt oder nicht. Manchmal sei das das kleinere Übel, um den guten Ruf des Unternehmens in der Region zu wahren. Ist man dagegen zu kulant, lockt das gegebenenfalls auch Betrüger an.

Rollenspiele für die Praxis

Um das theoretische Wissen zu verfestigen, animierte Koebe während des Tages immer wieder zu Rollenspielen, in denen die Gesprächssituationen geübt werden konnten. „Dabei haben alle begeistert mitgemacht“, freute sich der Trainer. Das sei bei Inhouse-Seminaren seiner Erfahrung nach leichter, denn die Kollegen kennen sich untereinander. Bei Kursen mit Teilnehmern aus verschiedenen Unternehmen seien die Hemmungen dagegen häufig größer. Die Zurückhaltung löse sich dann aber meistens auf, wenn die ersten angefangen haben, weiß Koebe aus Erfahrung.

Sie wollen Ihre Mitarbeiter ebenfalls im Rahmen eines Inhouse-Seminars fit für das Waschgeschäft machen? Die bft-Akademie erstellt Ihnen gerne das passende Angebot (Tel.: 030/55 237 537, E-Mail: info@bft-akademie.de).

Annika Beyer

Kurse der bft-Akademie

- Aktiver Verkauf & Reklamation im Waschgeschäft: 24./25.1.2022 in Sulingen
- Tatort Tankstelle (Präsenz, Seminarorte folgen): 19.1./16.2./16.3.2022
- Tankstellen Sicherheit & Technik – Grundkurs: 22./23.3.2022 in der Nähe von Hannover
- Arbeitsrecht richtig angewandt (online): 9./10.2.2022

Weitere Termine und die Anmeldemöglichkeit finden Sie unter www.bft-akademie.de.

Mobiles Bezahlen an der Zapfsäule

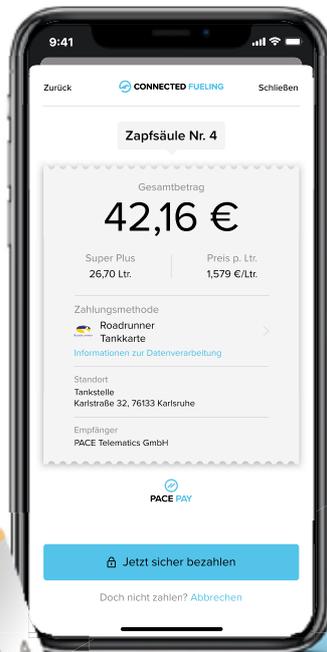
Ermöglichen Sie Ihren Kunden eine neue Art des Tankens

**Wir digitalisieren Ihre Tankkarte
schnell und sicher**

Bereits integrierte Tankkarten:



... Und viele mehr



**Wir bringen Ihnen neue Kunden
durch die Integration vielfältiger
Bezahlmethoden**



**Werden Sie Teil der Connected
Fueling Plattform auf Basis des
neuen bft Rahmenvertrages!**

Mehr Infos im bft Newsletter

Jetzt Rahmenvertrag ausfüllen 



Gerne steht Ihnen unser Sales Team unter sales@pace.car
oder telefonisch unter **+49 721 276 664-0** zur Verfügung.

Mehr erfahren unter: www.connectedfueling.com

Ihr Vorteil – die eft / bft-Empfehlungslieferanten für Ihre Station

Als Dienstleister für den Bundesverband Freier Tankstellen (bft) bündelt die Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen (eft) seit 1974 Know-how und Tankstellen-Kompetenz zum Nutzen und wirtschaftlichen Erfolg des Tankstellenmittelstandes. Durch den bundesweit stark aufgestellten Tankstellenverbund und die Gemeinschaft der freien Tankstellen werden bei den hier gezeigten Empfehlungslieferanten der Industrie und Zulieferfirmen attraktive Leistungen und Konditionen für Pächter und Betreiber von freien Stationen erzielt. Heute im Portrait eft / bft-Partner aus den Branchen:

Telefonkarten

■ EDEKA Convenience/

EDEKA C+C großmarkt GmbH

EDEKA C+C großmarkt GmbH zählt zu den führenden Großhändlern in Deutschland und ist mit EDEKA Convenience auf die ganzheitliche Versorgung von Convenience-Shops in Deutschland spezialisiert. Das moderne unternehmerische Denken und Handeln führt seit vielen Jahrzehnten zu Wachstum in einem wachsendem Markt. Die erfahrenen Mitarbeiter beraten Kunden, entwickeln Ideen, erkennen Trends, implementieren Konzepte und schaffen Infrastrukturen. Die Leitidee: Mit EDEKA Convenience sind Kunden rundum gut versorgt. www.edeka-convenience.de

■ Lekkerland SE

Lekkerland ist der Spezialist für den Unterwegskonsum und bietet innovative Dienstleistungen, maßgeschneiderte Logistik und ein breites Großhandelssortiment an. Dabei stehen die Bedürfnisse der Kunden und der Verbraucher im Mittelpunkt. Lekkerland betreut deutschlandweit rund 63.200 Verkaufspunkte. Seit 2020 gehört das Unternehmen zur REWE Group. www.lekkerland.de

■ Max Lüning GmbH

Die seit 160 Jahren bestehende mittelständische Lüning-Gruppe, an der sich die Edeka Minden-Hannover seit über 25 Jahren mit 49% beteiligt, ist Vertragspartner verschiedener Mineralölgesellschaften und beliefert darüber hinaus viele Betreiber freier Tankstellen. Sie alle nutzen die Einkaufs- und Marketingleistungen, die wir ihnen als starker Großhandelsverband bieten können. Dazu zählt

der Zugriff auf unser 15.000 Artikel zählendes Sortiment und eine zeitnahe, bequeme Lieferung. Auf diese Weise kann sich das einzelne Unternehmen mit einem selbst bestimmten, zielgruppenorientierten Sortiment profilieren und seinen Kunden attraktive Einkaufsmöglichkeiten bieten. Neben der Warenversorgung zählen auch eine professionelle Beratung und Begleitung zu unserem Leistungsspektrum. www.luening.de

■ MCS - Marketing und Convenience-Shop System GmbH

Die MCS (Marketing und Convenience-Shop System GmbH), ein Verbund mittelständischer Lebensmittelgroßhandlungen, beliefert rund 12.500 Kunden wie Tankstellen, Kioske, Bäckereien oder Lebensmittelgeschäfte mit einem kompletten Sortiment. Die Partner des Netzwerkes sind Bartels-Langness (Neumünster+Eibstadt), Naschwelt (Geeste), Cames (Neuss), Utz (Ochsenhausen) & Handelshaus Rau (Pfarrkirchen). www.mcs.eu

■ tabacos GmbH

Die tabacos ist ein Zusammenschluss von 36 Tabakwarengroßhändlern. 1.400 Mitarbeiter, 650 Fahrzeuge versorgen rund 16.000 Rechnungskunden und 62.000 Zigarettenautomaten. Bundesweite Belieferung mit allen Tabakartikeln und E-Zigaretten. Zu unseren Kunden zählen Tankstellen-Shops, Kioske und Convenience-Stores. Neben der Warenversorgung zählen auch eine professionelle Beratung und Begleitung zu unserem Leistungsspektrum. www.tabacos.de



BerufsBekleidung

DIE KOLLEKTION



Regenjacke unisex



Loopschal 2 Farben / 4 Designs



Fleecejacke 4 Farben



Jeanshemd / Bluse



Langarmpolo Da 8 Farben



Steppweste Da 2 Farben



Strickfleece Da / He



Warnjacke Softshell



Strickpullover Da / He 2 Farben



Sweatshirt 8 Farben



Softshelljacke Da 4 Farben



T-Shirt Da / He 8 Farben



Langarmpolo He 8 Farben



Parka He 2 Farben



Wendeweste Da

- Veredelung mit Logo und / oder Name möglich
- Alle Größen und Farben online
- Weitere Berufsbekleidung Da / He im Shop





Infos auf eft-service.de/shop
oder unter 0228-910290

1



2



3



4



5



Alle Preise verstehen sich zzgl. ges. MwSt. und Versand.

1.

Aktion im November & Dezember 2021

Damen-Strickfleecejacke

Farbe: anthrazit meliert, Größen: XS – 3XL

Material: Strickfleece und Softshell aus 100% Polyester

Preis: € 54,99* minus 10 Prozent

Herren-Strickfleecejacke

Farbe: grau meliert, Größen: S – 3XL

Material: Strickfleece und Softshell aus 100% Polyester

Preis: € 54,99* minus 10 Prozent

Veredelung möglich; Veredelte Ware ist vom Umtausch ausgeschlossen!

www.eft-service.de/shop → Rubrik: Berufsbekleidung | Standard

2.

Kundenstopper Standard (klassischer doppelseitiger Plakatträger)

Größe: für Plakate DIN A 1, Preis: € 70,20*, Art.-Nr.: 10019

www.eft-service.de/shop → Rubrik: Süßwaren

3.

Plakat Kaffeepause im Retrostil

Größe: DIN A 1, Preis: € 19,69*, Art.-Nr.: 10379b

www.eft-service.de/shop → Rubrik: Werbung / Plakate

4.

Steppweste Herren in zwei Farben

Material: 100 % Polyester, Farben: schwarz und marine

Größen: XS bis 3XL, Preis: € 19,69*, Art.-Nr.: 89700WESH

Veredelung möglich; veredelte Ware ist vom Umtausch ausgeschlossen

www.eft-service.de/shop → Berufsbekleidung / Berufsbekleidung Standard

5.

Ankündigung im Januar & Februar 2022

bft-Fahnen – Hissflaggen und Fahnen

Ausführung: „bft-Design“, VE: 1 Stück

Aktionspreis: 10 % Rabatt auf die ausgewiesenen Preise im Aktionszeitraum

www.eft-service.de/shop/fahnen-masten

→ Rubrik: Betrieb & Gebäude | Fahnen & Masten

Jung gefragt

Wie sieht die Tankstelle der Zukunft aus?



42

Julia Eberhardt
Tobias Lanzerstofer

„ Berlin und Brüssel scheinen aktuell gegenüber der Mineralölbranche die Ampel auf Rot zu schalten. Schlagwörter wie Green Deal, „Fit-for-55“-Paket oder die Beschlüsse der Klimakonferenz in Glasgow lassen vermuten, dass das aktuelle Geschäftsmodell der Tankstelle mit quietschenden Reifen vor dieser Ampel zum Stillstand kommt. Folgt man den Aussagen der Politik und der Medien, stecken wir mitten in einer Revolution, die zum Aussterben der Tankstelle führen wird. Dieser Sichtweise können wir allerdings nicht ganz folgen.

Denn einer der wichtigsten Aspekte wird nicht ausreichend berücksichtigt: der Mensch selbst, also unser Kunde. Alle erfolgreichen Technologiekonzerne haben ihre Geschäftsmodelle auf den Kunden ausgerichtet. Dieser Ansatz sollte auch für unsere Branche gelten. Bevor also die Frage „Wie sieht die Tankstelle der Zukunft aus?“ beantwortet werden kann, sollte daher zunächst eine Antwort auf die Frage „Wer sind die Kunden der Zukunft und was sind deren Bedürfnisse?“ gefunden werden.

Automatisierte Tankvorgänge durch vollautonome Roboter, Zahlungsvorgänge mittels unter die Haut implantierte Micro-Chips, ein Warensortiment, das weit über das eines Vollsortimenters geht, oder doch ein Unterhaltungsangebot für den Kunden wie in einem Freizeitpark? Wie wird die Tankstelle der Zukunft nun tatsächlich aussehen? Wohl eher nicht wie diese – zugegebenermaßen an einen Science-Fiction-Film erinnernde – Vision.

Doch Fakt ist: Eine Evolution im Bereich der Mineralölbranche sowie insbesondere bei Tankstellen ist Realität und keine Zukunftsfiktion mehr. Der politische Wille zur Verstromung der Gesellschaft ist bereits beschlossen. Ob an öffentlichen Ladesäulen, an Supermärkten, am Arbeitsplatz oder Zuhause, der Strom für E-Autos „sprudelt“ künftig aus vielen verschiedenen Quellen. Dabei wird die Dimension, die Leistung der Mineralölindustrie in eine Ladeinfrastruktur zu transformieren, politisch weiterhin unterschätzt. Denn inwieweit diese auf nachhaltigem grünen Strom basieren kann ist fraglich. Dennoch – scheinbar unaufhaltbar und mit einer enormen Geschwindigkeit – bedingen externe Einflüsse in Form von Eingriffen in den Markt wie Subventionen und Steuern eine Neuausrichtung der Mineralölbranche.

In diesem Zusammenhang wurde die „Tankstelle der Zukunft“ ein Muster-Diskussions-Begriff, wenn es um Fragen wie die unmittelbare Umsetzbarkeit durch die Unternehmen sowie die Auswirkungen auf notwendige Investitionen und die damit einhergehenden Finanzierungsmittel geht.

Diese Parameter sind alle unmittelbar miteinander verflochten und beeinflussen sich dementsprechend gegenseitig. Eine separate Betrachtung verbietet sich somit schon von vornherein, was eine zukunftsfähige und -orientierte Planung deutlich erschwert. Ebenso die Tatsache, dass dies nicht allumfassend und für alle Unternehmen gleich adaptiert werden kann. Faktoren wie Unternehmensgröße, Umsatzzahlen und bisherige Ausrichtung im Energiebereich müssen hier individuell betrachtet, überprüft und angepasst werden. Nur so scheint es möglich, dass jeder Händler in Zukunft geschäfts- und handlungsfähig bleibt – durch eigene Konzepte, die sowohl auf den demo- als auch topografischen Bedürfnissen des eigenen Einzugsbereichs beruhen und explizit ausgerichtet sind.

Dass hier die Begriffe Energiemix, Verknüpfung von kundenorientierter Tank- und Erlebnisgastronomie elementare Bausteine darstellen und bereits jetzt einen wichtigen Stellenwert in der Branche besitzen, ist unumstritten. Zudem bedarf eine zukunftsfähige Ausrichtung die Annahme und Implementierung von neuen Software- und IT-Lösungen. Vom kontaktlosen Bezahlen über pay@pump bis hin zur möglichen Zahlung mit neuen Zahlungsmitteln wie Kryptowährungen wird die Branche durch externe Trends und Kundenbedürfnisse beeinflusst. Diese dürfen wir nicht verschlafen, auch wenn die nicht immer vorhandene Kompatibilität mit bestehenden Systemen die Unternehmen hier oftmals ausbremst beziehungsweise die Einführung hinauszögert.

Es gilt demnach umso mehr, frühzeitig die bestehenden und zukünftigen Rahmenbedingungen zu erkennen, diese gemeinsam bestmöglich aufzuarbeiten sowie alltagstaugliche und breitgefächerte Konzepte für unsere Kunden und alle Händler und Unternehmen anzubieten, die dann durch diese individualisiert und auf ihre ganz eigenen Bedürfnisse und Möglichkeiten angepasst werden können. Nur hierdurch schafft es jeder für sich, seine ganz eigene „Tankstelle der Zukunft“ zu erschaffen.



Julia Eberhardt, Geschäftsführerin der Ernst Eberhardt GmbH und Beisitzerin im bft-Vorstand, und Tobias Lanzerstorfer, Geschäftsführer der VEWAG Verwaltungsgesellschaft mbH und Beisitzer im bft-Vorstand

Impressum

bft-Nachrichten Magazin für Mitglieder des bft erscheint 6x im Jahr
Für unverlangt eingereichte Manuskripte wird keine Haftung übernommen.

HERAUSGEBER

Bundesverband Freier Tankstellen
und Unabhängiger Deutscher
Mineralölhändler e.V. (bft)
Tel.: 0228/91029-44 | Fax: 0228/91029-29
www.bft.de | bonn@bft.de

REDAKTION

Stephan Zieger (Chefredakteur, V. i. S. d. P.),
Sarah Schmitt, Annika Beyer (presse@bft.de),
Julia Eberhardt, Tobias Lanzerstorfer, Matthias
Bannas, Matthias Plötzke, Cécile Nourigat

VERLAG

Einkaufsgesellschaft freier
Tankstellen mbH (eft), Bonn

ANZEIGENLEITUNG

Birgit Limbach
Tel.: 0228/91029-0 | Fax: 0228/91029-45
marketing@eft-service.de

ANZEIGENSCHLUSS

Es gilt der Mediaplan 2021.

LAYOUT & SATZ

Kopfstrom GmbH, Bonn

DRUCK

Druckerei Heimbach, Bad Honnef

BEZUGSPREIS

Für bft-Mitglieder im Mitgliedsbeitrag enthalten.

2.700

x in Deutschland



Bundesverband
Freier Tankstellen und
unabhängiger
deutscher Mineralölhändler e. V.

Ippendorfer Allee 1d
D-53127 Bonn
Tel. +49 (0)228/91029-44
Fax +49 (0)228/91029-45
bonn@bft.de