

bft
Bundesverband Freier Tankstellen

Jahresbericht 2025

Impressum

Titelbild
Kuttenkeuler Mineralölhandels- und Tankstellenbetriebsgesellschaft mbH
© Tristan Wagner/PWM GmbH & Co. KG

Redaktion
Anne Grote

Redaktionsschluss
August 2026

Gestaltung und Layout
auf Anfrage.berlin

Druck
primeline print berlin GmbH

Druck auf Naturpapier

Inhalt

Neue Wege, starke Wurzeln 3

Kaddik kommentiert:
Zukunft braucht ein sichtbares Zeichen 4

„Ein modernes Erscheinungsbild,
das auch wirtschaftlich funktioniert.“ 6

Stimmen zum neuen bft-Design 8

Neues Corporate Design des bft 10

Entwicklungen in unserer Branche 2025 12

Der Mittelstand geht bei HVO100 voran 16

Regulatorik und Politik – die Interessen des Mittelstands
erfolgreich vertreten 18

UPEI 20

Rückblick auf ein ereignisreiches Jahr 2025
mit eFUEL-TODAY 22

Mitglieder zum bft 24

Veranstaltungen | Impressionen 26

Termine 36

Der bft-Vorstand 37

Die bft-Geschäftsführung 37

Der bft in Zahlen 38



Carsten Müller
bft-Vorstandsvorsitzender
© Sandra Kühnapfel

Neue Wege, starke Wurzeln

Liebe Mitglieder, liebe Leserinnen und Leser,
Veränderung und Beständigkeit liegen in unserer Branche oft näher beieinander, als es auf den ersten Blick scheint. Genau davon erzählt diese Ausgabe: von einem Tankstellenmarkt, der sich weiterentwickelt, von neuen politischen und technologischen Rahmenbedingungen, von unternehmerischen Chancen – und von einem bft, der diesen Wandel gemeinsam mit seinen Mitgliedern aktiv gestalten will.

Sichtbar wird das zunächst an uns selbst. Mit dem neuen Corporate Design, das unsere Mitgliederversammlung 2025 mit großer Mehrheit beschlossen hat, beginnt für den bft ein neues Kapitel. Logo, Farben, Website und künftig auch die Präsenz an den Stationen werden moderner. Dahinter steht aber mehr als eine optische Veränderung. Wir wollen den bft weiter professionalisieren, seine Wahrnehmung stärken und ihn für die kommenden Jahre zukunftsfest aufstellen. Unsere Wurzeln bleiben dabei dieselben: freie und mittelständische Unternehmer, Wettbewerb und unternehmerische Eigenständigkeit.

Denn auch die Tankstelle selbst verändert ihr Gesicht. Kraftstoffe bleiben ein zentraler Frequenzbringer, gleichzeitig wird das Geschäft vielfältiger. Erneuerbare Kraftstoffe, Elektromobilität, leistungsfähige Shops, Gastronomie, digitale Lösungen, automatisierte Konzepte und zusätzliche Dienstleistungen prägen zunehmend den Alltag unserer Betriebe.

Wie dynamisch dieser Wandel ist, zeigen die Zahlen dieser Ausgabe. Der bft behauptet mit rund einem Fünftel der deutschen Straßentankstellen seine starke Stellung im Markt. Gleichzeitig ist die Zahl der Straßentankstellen 2025 erstmals unter 14.000 gesunken. Beim Kraftstoffabsatz haben Ottokraftstoffe inzwischen Diesel überholt. Und trotz der wachsenden Elektromobilität zeigt der Blick auf den Fahrzeugbestand, dass konventionell angetriebene Pkw weiterhin den weitaus größten Teil der Fahrzeugflotte ausmachen.

Umso wichtiger bleibt unser Einsatz für Technologieoffenheit. In den politischen Debatten des vergangenen Jahres haben wir uns deshalb für faire Wettbewerbsbedingungen, Investitionssicherheit, weniger Bürokratie und eine Mobilitätswende eingesetzt, die nicht nur einen technologischen Weg kennt. Elektromobilität, erneuerbare Kraftstoffe und weitere CO_2-arme Lösungen müssen ihren Beitrag leisten können. Der Mittelstand braucht dafür keine zusätzlichen Hürden, sondern verlässliche Rahmenbedingungen und echte unternehmerische Spielräume.

Wie schnell neue Lösungen angenommen werden können, zeigt HVO100. Nach der Freigabe in Deutschland im Mai 2024 ist die Zahl der anbietenden Stationen deutlich gestiegen – und gerade der Mittelstand gehörte zu den Vorreitern, wie die Erfogsstory zweier Mitglieder in dieser Ausgabe zeigt.

All diese Entwicklungen haben eines gemeinsam: Sie entstehen nicht am Reißbrett. Sie werden an den Stationen ausprobiert. Unsere Mitgliedsunternehmen erkennen Chancen, investieren, testen neue Konzepte und entscheiden vor Ort, was zu ihren Kunden und ihrem Standort passt. Genau darin liegt die Erfolgsstory des freien Tankstellenmittelstands.

Bei aller Veränderung gehört zu dieser Ausgabe aber auch ein persönlicher Blick zurück. Nach mehr als 35 Jahren beim bft haben wir Stephan Zieger verabschiedet. Er hat unseren Verband mit großer Fachkompetenz, Verlässlichkeit und Menschlichkeit geprägt und war für viele Mitglieder weit mehr als nur ein Ansprechpartner. Dafür gebührt ihm unser herzlicher Dank – und für seinen neuen Lebensabschnitt wünschen wir ihm alles Gute.

Neue Wege, starke Wurzeln: Vielleicht beschreibt kaum ein Bild besser, wo wir heute stehen. Wir bewahren, was uns stark gemacht hat, und sind gleichzeitig bereit, Neues auszuprobieren. Das gilt für unsere Tankstellen genauso wie für unseren Verband.

Ich wünsche Ihnen eine interessante und anregende Lektüre.

Carsten Müller
bft-Vorstandsvorsitzender

Kaddik kommentiert:

Zukunft braucht ein sichtbares Zeichen

Ein neues Logo allein macht noch keinen modernen Verband. Aber es kann sichtbar machen, wohin ein Verband will. Mit dem neuen Corporate Design, das unsere Mitgliederversammlung 2025 beschlossen hat, haben wir deshalb weit mehr verändert als Farben, Formen und Schriftzüge. Wir haben einen wichtigen Meilenstein unserer Strategie umgesetzt: den bft weiter zu modernisieren, zu professionalisieren und für die kommenden Jahre zukunftsfest aufzustellen.

Das beginnt ganz konkret dort, wo unsere Marke seit Jahrzehnten sichtbar ist: am Preismast unserer Tankstellen. Das bft-Zeichen steht für freie und mittelständische Unternehmer, für Wettbewerb und unternehmerische Eigenständigkeit. Diese Wurzeln bleiben. Gleichzeitig muss eine Marke mit der Zeit gehen. Sie muss zeitgemäß aussehen, auf dem Smartphone ebenso funktionieren wie am Preismast und den Anspruch widerspiegeln, mit dem ein Verband heute gegenüber Mitgliedern, Politik, Medien und Öffentlichkeit auftritt.



Daniel Kaddik
bft-Geschäftsführer
© Simon Blackley

Genau darum geht es beim neuen Erscheinungsbild: Tradition bewahren, ohne stehen zu bleiben.

Denn auch unsere Branche steht nicht still. Tankstellen verändern sich. Aus klassischen Kraftstoffstandorten werden zunehmend vielfältige Mobilitäts- und Versorgungsorte. Neue Kraftstoffe, Ladeangebote, moderne Shop- und Gastronomiekonzepte, digitale Dienstleistungen, Automatisierung und regionale Angebote kommen hinzu. Dieser Wandel wird nicht irgendwann beginnen – er findet längst statt.

Für mich ist deshalb entscheidend, wie wir darauf reagieren. Wir können uns von politischen Entscheidungen, neuen Technologien und veränderten Kundenbedürfnissen treiben lassen. Oder wir können Veränderung selbst annehmen und gestalten.



Der bft entscheidet sich sehr bewusst für den zweiten Weg.

Dazu gehört auch, dass der Tankstellenmittelstand selbstbewusst auftritt. Der bft vertritt heute rund 20 Prozent aller Straßentankstellen in Deutschland – fast 2.900 Stationen. Hinter diesen Zahlen stehen mittelständische Unternehmen, Familienbetriebe und selbstständige Unternehmerinnen und Unternehmer. Sie sind kein Auslaufmodell, sondern ein wesentliches Korrektiv in einem Markt, der ansonsten stark von großen internationalen Unternehmen geprägt ist.

Und sie sind Innovationstreiber.

Man kann unsere fast 2.900 Stationen auch als fast 2.900 unternehmerische Labore verstehen. Dort wird ausprobiert, was vor Ort funktioniert: ein neues Nahversorgungskonzept auf dem Land, regionale Lebensmittel im Shop, HVO oder andere alternative Kraftstoffe, Ladeinfrastruktur, neue Gastronomieangebote, digitale Bezahllösungen oder ganz neue Dienstleistungen. Was sich bewährt, setzt sich durch. Nicht, weil es zentral vorgeschrieben wurde, sondern weil Unternehmer eine Idee hatten, investiert und Verantwortung übernommen haben.

Genau diese Kreativität ist eine der großen Stärken des Mittelstands.

Unser neues Erscheinungsbild steht deshalb auch für eine Haltung. Es ist kein Abgesang auf die Tankstelle, sondern ein Zeichen für ihre Weiterentwicklung. Wir wissen, dass sich Mobilität verändert. Wir wissen auch, dass niemand heute mit Sicherheit sagen kann, wie eine Tankstelle im Jahr 2040 aussehen wird. Aber wir wissen, dass derjenige bessere Chancen hat, der den Wandel aktiv gestaltet, statt darauf zu warten, von ihm eingeholt zu werden.

Das gilt für unsere Mitgliedsunternehmen. Und es gilt genauso für ihren Verband.

Der bft verändert sich, weil die Branche sich verändert. Wir werden professioneller, sichtbarer und moderner – und bleiben dabei, was wir seit unserer Gründung sind: die Stimme der freien Tankstellen.

„Ein modernes Erscheinungsbild, das auch wirtschaftlich funktioniert."



Carsten Müller
bft-Vorstandsvorsitzender
© Sandra Kühnapfel

Interview mit Carsten Müller, bft-Vorstandsvorsitzender, zum neuen bft-Design

Der bft hat ein neues Corporate Design eingeführt. Was war die Motivation dahinter?

Carsten Müller: Mit dem neuen Corporate Design schärfen wir das Markenprofil des bft. Unser Ziel war es, moderner, frischer und zukunftsorientierter aufzutreten, ohne dabei unsere Werte aus den Augen zu verlieren. Der bft steht für unternehmerische Freiheit, faire Kraftstoffpreise und eine starke Gemeinschaft – und genau das soll sich auch im neuen Erscheinungsbild widerspiegeln.

Bei der Entwicklung spielte ein Arbeitskreis eine wichtige Rolle. Warum war das so wichtig?

CM: Uns war von Anfang an klar, dass ein neues Design nicht nur gut aussehen, sondern vor allem im Alltag funktionieren muss. Denn die kreativen Entwürfe einer Agentur sind das eine – die tatsächliche Umsetzung an den Tankstellen ist etwas anderes. Deshalb haben wir einen praxisorientierten Arbeitskreis gegründet. Dort haben Marketingverantwortliche, bft-Mitgliedsunternehmen, Montagefirmen und Industriepartner gemeinsam an der Umsetzung gearbeitet. So konnten wir sicherstellen, dass die neuen Vorgaben technisch realisierbar, wirtschaftlich sinnvoll und für unsere Mitglieder praktikabel sind.

Welche Aspekte standen dabei besonders im Fokus?

CM: Vor allem die praktische Umsetzung an den Tankstellen. Es ging um Materialien, Konstruktionslösungen, unterschiedliche Standortbedingungen und natürlich die Kosten. Unser Anspruch war, dass kein Mitglied aus wirtschaftlichen Gründen auf eine Modernisierung verzichten muss. Das neue Corporate Design soll ein einheitliches Erscheinungsbild schaffen, gleichzeitig aber bezahlbar und realistisch umsetzbar bleiben. Dieses Ziel haben wir im Arbeitskreis erreicht.





© Kuttenkeuler (2x)



© BMV

Ist die Umsetzung bei bestehenden Tankstellen schwieriger als bei Neubauten?

CM: Ja, definitiv. Bei Neubauten lassen sich die Vorgaben naturgemäß einfacher berücksichtigen. Bestehende Stationen bringen dagegen oft individuelle bauliche Voraussetzungen mit – beispielsweise unterschiedliche Attiken oder andere konstruktive Besonderheiten. Hier sind maßgeschneiderte technische Lösungen gefragt, damit Gestaltung und Wirtschaftlichkeit im Einklang bleiben.

Lässt sich das in der Praxis gut umsetzen?

CM: Aus meiner Erfahrung kann ich sagen: Ja, das ist gut machbar. Wir im Vorstand wollten bei der Umsetzung des neuen Corporate Designs natürlich mit gutem Beispiel vorangehen. Deshalb habe ich die bft-Tankstelle in Neunkirchen-Seelscheid als eine der ersten Stationen umstellen lassen, Jochen Vieler seine z. B. in Letmathe. Die Umsetzung verlief reibungslos und alle Beteiligten haben hervorragende Arbeit geleistet. Wenn Betreiber, Hersteller und Montagepartner eng zusammenarbeiten, funktioniert die Umsetzung effizient und reibungslos. Das Ergebnis ist eine Tankstelle, die nicht nur optisch überzeugt, sondern auch im täglichen Betrieb funktioniert und von den Kundinnen und Kunden positiv wahrgenommen wird.

Welches Fazit ziehen Sie?

CM: Mit dem neuen Corporate Design positionieren sich der bft und seine Mitgliedsstationen modern, frisch und markenstark. Ich freue mich darauf, künftig immer mehr Stationen bundesweit im neuen Erscheinungsbild zu sehen. Das wird die Wahrnehmung der Marke bft nachhaltig stärken und gleichzeitig unseren Mitgliedern eine wirtschaftlich sinnvolle Modernisierung ermöglichen.

Stimmen zum neuen bft-Design



© Kuttenkeuler

David Sommerhäuser

Prokurist, Kuttenkeuler Mineralölhandels- und Tankstellenbetriebsgesellschaft mbH

Umsetzung des neuen Corporate Designs an ausgewählten Tankstellen

Wir haben das neue bft-Logo inzwischen an einigen ausgewählten Standorten umgesetzt. Ein besonderer Fokus lag dabei auf der Gestaltung unterschiedlicher Attiken. An den Beispielen Neunkirchen und Greifswald lässt sich sehr gut erkennen, wie das neue Erscheinungsbild an den Stationen wirkt.

Das neue Design präsentiert sich modern und frisch und wird auch von unseren Kundinnen und Kunden positiv wahrgenommen. Besonders das neue Straßenzeichen wird dabei immer wieder hervorgehoben.



Auch die praktische Umsetzung verlief sehr erfolgreich. Die Zusammenarbeit mit den Firmen PWM sowie der Firmengruppe Hermann Brück funktionierte reibungslos. Beide Unternehmen waren bestens vorbereitet, sodass die Umstellungen vor Ort problemlos durchgeführt werden konnten.

Darüber hinaus haben wir bereits neue Säulen von Tokheim (TSG Deutschland) mit den neuen Logos bestellt. Auch hier verlief die Umsetzung ohne Schwierigkeiten. Gleiches gilt für die entsprechende Folierung bereits bestehender Säulen.

Insgesamt sind sowohl wir als auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor Ort mit dem Ablauf und dem Ergebnis sehr zufrieden. Daher werden wir nun sukzessive weitere Standorte auf das neue Design umstellen.

Das neue Erscheinungsbild ist ein gelungenes **Fresh-up für die Stationen und die Marke bft**: modern, frisch und mit einem hohen Wiedererkennungswert.

Das neue bft-Corporate Design überzeugt durch Modernität und klare Struktur. Im Arbeitskreis konnten wir die praxistaugliche Umsetzung an Preisanzeigen aktiv mitgestalten. Bereits intern kam der frische Look hervorragend an – prägnant, hervorragend lesbar und absolut auf der Höhe der Zeit. Die reibungslose Pilot-Umrüstung in Neunkirchen-Seelscheid hat gezeigt: Das Design sieht nicht nur gut aus, sondern funktioniert im realen Tankstellenalltag und begeistert Partner wie Kunden gleichermaßen.



© PWM

Lars Miketta

Sales Manager Deutschland Süd, PWM GmbH & Co. KG





© Joseph Westiform GmbH

Mike Sauer

Geschäftsführer, Joseph Westiform GmbH

Westiform Geschäftsführer Mike Sauer zum neuen bft-Design:

Unser erster Eindruck vom neuen bft-Design ist insgesamt sehr positiv. Das neue Logo und die Farbwelt wirken modern, klar und zeitgemäß.

Aus unserer Sicht vermittelt das neue Erscheinungsbild eine professionelle und zukunftsorientierte Ausrichtung und wird auch intern als frisch und ansprechend wahrgenommen.



© BMV

Nach der Ratifizierung des neuen Logos durch die Mitgliederversammlung haben wir direkt mit der Umsetzung begonnen und die ersten drei Tankstellen auf den neuen bft-Auftritt umgeflaggt.

Bereits bei der Montage zeigte sich die erste Herausforderung: Die Größenrelationen zwischen den vorhandenen Attiken und der neuen bft-Linse mussten sorgfältig abgestimmt werden. Da die Attikahöhen von Station zu Station unterschiedlich sind, war es notwendig, die Größe der Linse jeweils individuell anzupassen, um ein harmonisches Gesamtbild zu erzielen.

Besonders eindrucksvoll war die Wirkung des neuen Logos am Preismast. Dort kam die moderne Gestaltung sofort zur Geltung – und sie fiel auch unseren Kunden direkt auf. Bereits beim anschließenden Bezahlvorgang im Shop wurden unsere Mitarbeiter mehrfach auf die neue, moderne Ausstrahlung angesprochen.

Die Reaktionen waren durchweg positiv. Viele Kunden bewerteten die Veränderung als gelungen und teilweise sogar als längst überfällig.

Jochen Vieler

BMV Mineralölvertriebs GmbH, Schatzmeister und bft-Vorstand



© Thomas Apel



© BMV

Mit der Montage der ersten neuen Elemente wurde allerdings schnell deutlich, dass das neue Erscheinungsbild weitere Anpassungen erforderlich machte. Die bisherige Farbgestaltung der Behangbleche, Papierkörbe, Waschhallenbeschriftungen und weiterer Elemente harmonierte aufgrund des RAL-Farbwechsels nicht mehr mit dem neuen Auftritt. Daher mussten auch diese Bestandteile konsequenterweise erneuert beziehungsweise angepasst werden.

Nach Abschluss der Arbeiten zeigte sich, wie groß die Wirkung der Umstellung tatsächlich ist: Die Stationen erhielten ein deutlich moderneres, frisches und einheitliches Erscheinungsbild. Das neue Logo und die angepasste Farbwelt vermitteln einen zeitgemäßen bft-Auftritt mit einem hohen Wiedererkennungswert.

Und das Wichtigste: Auch bei unseren Kunden kommt der neue bft sehr gut an. Die unmittelbaren Reaktionen waren eindeutig – **Daumen hoch für den modernen bft-Auftritt!**

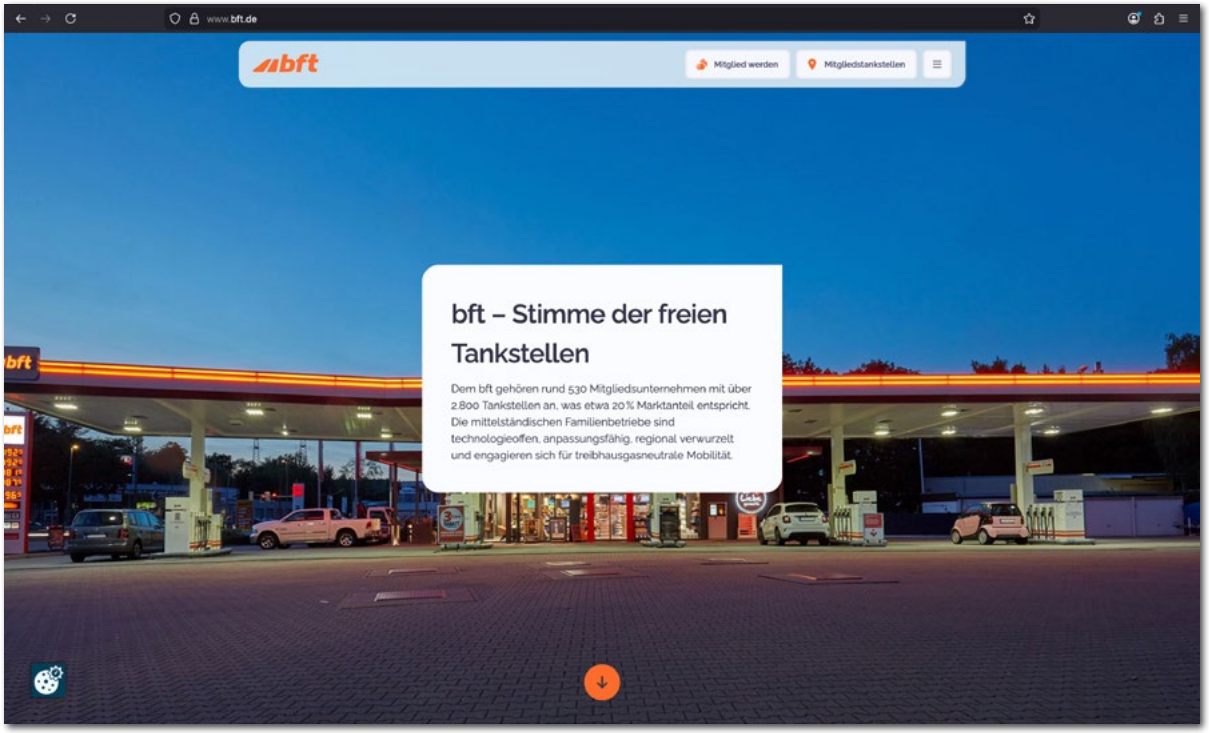
Neues Corporate Design des bft

Gemeinsam mit der Berliner Agentur Raufeld Medien GmbH hat der bft ein neues Corporate Design entwickelt. Das zugehörige CD-Manual entstand unter Einbeziehung praktischer Erfahrungen und im engen Austausch mit Herstellern und Betreibern. Nach der Finalisierung stellen wir das Manual unseren Mitgliedern selbstverständlich zur Verfügung.

Auszüge aus dem CD-Manual:





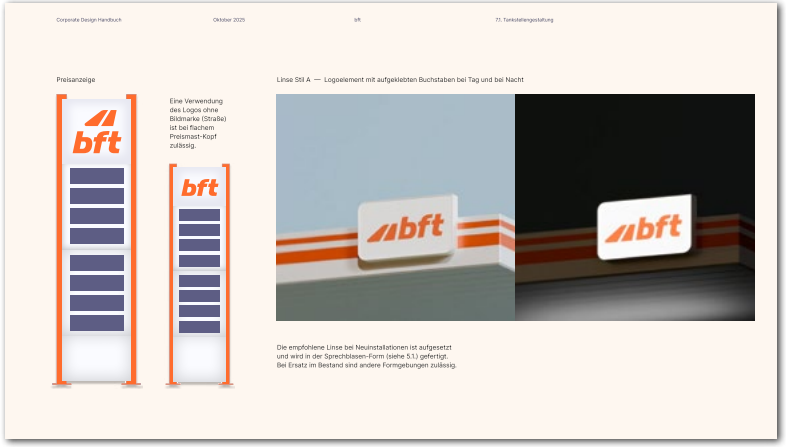


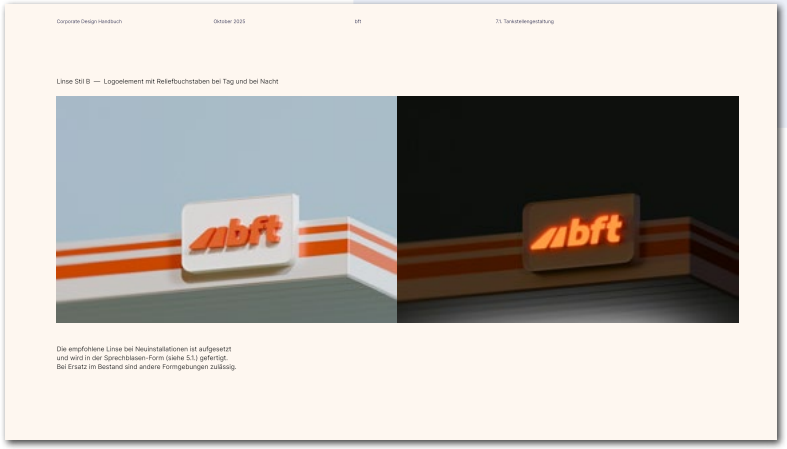
Neuer Internetauftritt des bft

Passend zum neuen Corporate Design präsentiert sich auch der Internetauftritt des bft in einem neuen Erscheinungsbild. Nach einer umfassenden technischen, inhaltlichen und gestalterischen Überarbeitung ist unsere Website nun moderner, übersichtlicher und nutzerfreundlicher. Selbstverständlich ist der neue Auftritt vollständig responsive und damit für die Nutzung auf allen gängigen Endgeräten optimiert.

CD-Manual herunterladen

https://www.bft.de/service-beratung/downloads





Entwicklungen in unserer Branche 2025

Das erste Quartal 2025 war stark von den politischen Entwicklungen in Deutschland geprägt, die Koalitionsverhandlungen für die neue Regierung liefen und der bft brachte sich aussichtsreich mit seinem Positionspapier ein:

Für eine erfolgreiche Mobilitätswende braucht es Technologieoffenheit, faire Wettbewerbsbedingungen und Investitionssicherheit. Klimaschutz kann nur gelingen, wenn neben der Elektromobilität auch erneuerbare Kraftstoffe und weitere CO_2-arme Technologien gleichberechtigt berücksichtigt werden. Gleichzeitig müssen Bürokratie und unverhältnismäßige Kostenbelastungen für den Mittelstand reduziert werden.



© Kuttenkeuler

bft-Tankstelle in Goch

Der bft forderte daher:

- Abschaffung von E5 als Schutzsorte, damit Tankstellen flexibel Super 95 anbieten und zusätzliche Kapazitäten für klimafreundliche Kraftstoffe schaffen können.
- Technologieoffenheit mit einer gleichwertigen Förderung aller CO_2-neutralen Antriebe und Kraftstoffe, insbesondere E-Fuels, Biokraftstoffe und grünen Wasserstoff.
- Marktorientierten Ausbau der Ladeinfrastruktur statt gesetzlicher Ausbaupflichten sowie gleiche Wettbewerbschancen für mittelständische Tankstellenbetreiber.
- Faire Förderprogramme, die dem Mittelstand einen gleichberechtigten Zugang zum Ausbau der Ladeinfrastruktur ermöglichen.
- Rücknahme des Verbrennerverbots sowie klare Regeln für die Anerkennung und Überwachung CO_2-neutraler Kraftstoffe.
- Investitionen in moderne Energie- und Tankstelleninfrastruktur, Digitalisierung, Forschung und Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel.
- Faire Mautregelungen, die die tatsächliche CO_2-Minderung emissionsarmer Kraftstoffe berücksichtigen.
- Bürokratieabbau, insbesondere durch eine mittelstandsfreundliche Umsetzung der CSRD ohne zusätzliche nationale Belastungen.
- Stärkung nationaler und europäischer Bezahlsysteme sowie Unterstützung der Einführung des digitalen Euro.

Innerhalb des bft nahm das neue bft-Design Gestalt an. Die beauftragte Agentur lieferte mehrere Design-Vorschläge für das neue Logo inklusive neuen Farben. Vorstand und erweiterter Vorstand wählten die modernste, passendste Variante, die bei der Mitgliederversammlung in Berlin im September mit großer Mehrheit angenommen wurde. Mit Dienstleistern und Tankstellenbetreibern wurde ein Arbeitskreis ins Leben gerufen, der dafür Sorge trug, dass die Umsetzung des neuen Designs praktikabel und für alle Mitglieder bezahlbar blieb. Ebenfalls im neuen Design wurde die bft-Website relauncht.

Anzahl der Stationen: bft weiter bei 21 Prozent

2025 lag die Gesamtzahl bei 14.314 Stationen und damit leicht unter der 2024er-Zahl mit 14.376 (Quelle: EiD). Die Entwicklung der Tankstellenanzahl ist eng damit verbunden, dass der Pkw-Bestand in Deutschland zwar weiterhin wächst, der Kraftstoffverbrauch durch höhere Reichweiten aber gleichzeitig sinkt. Zudem wird die Nutzung alternativer Antriebssysteme wie Elektroautos mit Fördergeldern vorangetrieben, wodurch ihr Bestand steigt.

Die Marktanteile des bft an der Anzahl der Straßentankstellen in Deutschland lag 2025 bei 21 Prozent und damit vor Aral mit 16 Prozent oder Shell mit 14 Prozent. Die Anzahl der Straßentankstellen (ohne Autobahntankstellen) sank 2025 leicht mit 13.952 zu 14.018 in 2024, aber erstmals unter 14.000.

Geschäftsfeld Kraftsstoffe

Das Kraftstoffgeschäft stellt die zentrale Kernaufgabe der Tankstellen dar und ist der Frequenzbringer. 2025 gab es einen Rückgang des Bruttoverdienstes über alle Kraftstoff-Größenklassen der Stationen hinweg von 65.162 Euro in 2024 auf 62.745 Euro in 2025. 2022 lag er bei 57.704 Euro.

Kraftstoffabsatz: Ottokraftstoffe überholen Diesel

Die Entwicklung des Kraftstoffabsatzes an den Tankstellen in Deutschland zeigt, dass Ottokraftstoffe Diesel inzwischen überholt haben.

Im Jahr 2025 setzten die Tankstellen durchschnittlich rund 3.676 Kubikmeter Kraft- und Schmierstoffe ab – davon 1.843,9 Kubikmeter Ottokraftstoffe und 1.777,5 Kubikmeter Diesel. Damit blieb der Gesamtabsatz nahezu konstant gegenüber 2024 (3.668 Kubikmeter). Zum Vergleich: 2022 lag der Durchschnittswert mit rund 3.736 Kubikmetern etwas höher, 2021 mit 3.562 Kubikmetern niedriger (Quelle: Eurodata).

Pkw-Bestand wächst

Die Zahl der Pkw in Deutschland steigt kontinuierlich an. Das Mobilitätsverhalten ist weiterhin stark vom Wunsch nach Individualmobilität geprägt – das Auto bleibt dabei mit Abstand das wichtigste Verkehrsmittel. Laut Kraftfahrt-Bundesamt erhöhte sich der Pkw-Bestand von rund 41,7 Mio. im Jahr 2010 auf rund 49,5 Mio. Anfang 2026, ein Zuwachs von 19 Prozent.

Für die Entwicklung des Kraftstoffabsatzes sind diese Zahlen wichtig: Anfang 2026 entfielen noch 86 Prozent aller Pkw auf Fahrzeuge mit konventionellen Antrieben. Benziner hatten einen Anteil von 59,3 Prozent, Pkw mit Dieselmotor lagen bei 27 Prozent. Damit wurden 42,7 Mio. Pkw zu Jahresbeginn 2026 ausschließlich mit fossilen oder entsprechenden alternativen Kraftstoffen betrieben.

Die Zahl der batterieelektrischen Fahrzeuge (BEV) ist in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen und erreichte Anfang 2026 rund 2,03 Mio. Pkw – das entspricht einem Anteil von 4,1 Prozent am Gesamtbestand. Hinzu kommen 4,4 Mio. Hybridfahrzeuge, davon knapp 1,1 Mio. Plug-in-Hybride, die anteilig elektrisch betrieben werden können. Damit liegt der Anteil der Hybridfahrzeuge gesamt bei 8,8 Prozent.

Andere alternative Antriebe wie LPG oder CNG nehmen kontinuierlich ab: Flüssiggas (LPG) kommt mit 284.455 Fahrzeugen auf 0,6 Prozent, Erdgas (CNG) mit 66.396 Pkw auf 0,1 Prozent und Brennstoffzellenfahrzeuge (Wasserstoff) mit 1.575 Pkw auf einen verschwindend geringen Anteil.

Strom und HVO

Die abgegebenen Strommengen an Tankstellen stiegen 2025 deutlich auf 13.433 kWh-Äquivalente (Durchschnitt, im Vorjahr waren es 8.931.931 kWh.



© BMV

bft-Ladesäulen



© bft-Neumann, Bramsche

Zentraler Faktor für Tankstellen ist die Ladegeschwindigkeit, da sie in Konkurrenz zu vielen Lademöglichkeiten für Kunden stehen, zum Beispiel Supermärkte, öffentliche Ladestationen an Parkplätzen, Hotels oder privat an Wohnhäusern.

Der 29. Mai 2024 stellte für unsere Branche ein überaus wichtiges Datum dar, da an diesem Tag endlich die Freigabe von HVO in Deutschland erfolgte. Während HVO im europäischen Ausland schon seit Jahren etabliert ist – in Skandinavien (Schweden, Finnland) beispielsweise bereits seit über zehn Jahren – war dieser Schritt hierzulande längst überfällig. Der Mittelstand war Vorreiter bei der Einführung von HVO an den Stationen. Anfang Januar 2025 boten bereits 350 Tankstellen in Deutschland HVO100 an, europaweit waren es 5.000 (Quelle: efuelsnow). Ein schnellerer Markthochlauf wäre möglich gewesen, doch bürokratische Hemmnisse bremsten die Entwicklung. Anfang 2026 waren es 605 Stationen in Deutschland, die HVO100 anboten, in Europa waren es bereits 7.410.

Shop-Geschäft

Das Shop-Geschäft ist für den überwiegenden Teil der Tankstellenbetriebe eine zentrale Umsatzsäule. Auch wenn der Tankvorgang nach wie vor der wichtigste Frequenzbringer ist, kommt den Tankstellen-Shops insbesondere im Convenience-Bereich eine bedeutende Rolle zu.

Ein wesentlicher Vorteil des Convenience-Shoppings an Tankstellen liegt in der hohen Kundenfreundlichkeit und Erreichbarkeit. Tankstellen befinden sich häufig an verkehrsgünstigen Standorten, entlang von Autobahnen oder an stark frequentierten Straßenkreuzungen, und sind damit für Kundinnen und Kunden schnell und unkompliziert erreichbar. Sie bieten die Möglichkeit, unterwegs kurzfristig und ohne Umwege Waren des täglichen Bedarfs zu erwerben.

Hinzu kommen die im Vergleich zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel deutlich längeren Öffnungszeiten. Diese ermöglichen Einkäufe auch außerhalb der gesetzlichen Ladenöffnungszeiten, beispielsweise in den Abendstunden sowie an Sonn- und Feiertagen, und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur Nahversorgung.

Das Geschäftsfeld ‚Shop' ist für Tankstellen mit großem Abstand der wichtigste Ertragsbereich – noch vor Kraftstoffen und Services.

Laut Eurodata erwirtschaftet die Durchschnittstankstelle 56 Prozent ihres Bruttoverdienstes über den Shop. Zwar ist die Kundenfrequenz im Vergleich zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel begrenzt, doch die Umsatzentwicklung ist klar positiv: von rund 600.000 Euro im Jahr 1998 auf 1,27 Mio. Euro im Jahr 2025 (Eurodata 2025). Auffällig ist dabei, dass die Verkaufsflächen zugleich rückläufig sind: von 80 m² im Jahr 2022 auf nur noch 72 m² in 2025.

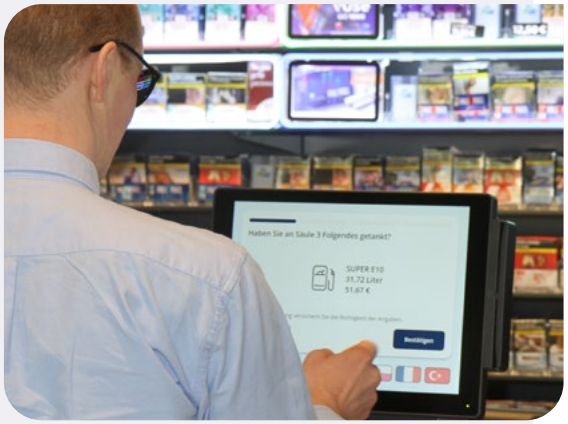
Die Betrachtung der Flächenproduktivität – also des Bruttojahresumsatzes pro Quadratmeter Verkaufsfläche – verdeutlicht die hohe Leistungsfähigkeit von Tankstellenshops. Trotz vergleichsweise kleiner Sortimente gehören sie zu den produktivsten Formaten im stationären Einzelhandel. 2022 lag die durchschnittliche Flächenproduktivität bei 13.982 Euro, 2023 bei 15.575 Euro und 2025 bereits bei 17.579 Euro. Das entspricht einem Anstieg um 25,73 Prozent von 2025 im Vergleich zu 2022. Diese Entwicklung ist sowohl auf steigende Umsätze als auch auf eine effizientere Nutzung der Verkaufsflächen zurückzuführen.

Neben den Umsätzen ist auch der Bruttoverdienst entscheidend: Bei einem durchschnittlichen Shop-Umsatz von rund 1,27 Mio. Euro erwirtschaftete eine Tankstelle im Jahr 2025 einen Bruttoverdienst von 236.490 Euro.

Shop-Innovationen

Chancen im Geschäftsfeld Shop liegen zum Beispiel im Bereich des Außer-Haus-Verzehrs, indem Tankstellen ihr Angebot an Snacks, Getränken oder frisch zubereiteten Speisen erweitern. Vor allem im Bereich von To-Go-Produkten sind sie eine häufig genutzte Anlaufstelle. Diese Stellung können sie nutzen, um das Shop-Angebot zukünftig weiter aufzuwerten.

Weitere Profilierungsmöglichkeiten ergeben sich durch die Einbindung frischer, regionaler oder biologischer Produkte, beispielsweise in Zusammenarbeit mit Bio-Fachgeschäften, landwirtschaftlichen Direktvermarktern oder lokalen Erzeugern. Diese Produktkategorie bietet nicht nur attraktives Margenpotenzial, sondern kann zugleich das Image der Tankstelle nachhaltig stärken. Davon können auch andere Sortimentsbereiche durch positive Ausstrahlungseffekte profitieren. Insbesondere vor dem Hintergrund eines zunehmend werteorientierten und nachhaltigkeitsbewussten Konsumverhaltens eröffnet ein entsprechendes Angebot Chancen zur Erschließung neuer Kundengruppen, zur Stärkung der Kundenbindung sowie zur klaren Differenzierung gegenüber Wettbewerbern.



© HUTH

Self-Checkout-Kasse

Bei den technischen Innovationen sind Self-Checkout-Systeme beliebt: Kunden scannen ihre Artikel an speziellen Kassen selbst und bezahlen mit Karte. Dieses Verfahren ist inzwischen weit verbreitet und soll dazu beitragen, Warteschlangen zu reduzieren und den Einkauf – zumindest aus Kundensicht – zu beschleunigen.

Automatenläden gehen noch einen Schritt weiter: Hier wählen die Kunden ihre Produkte direkt aus einem Automaten und bezahlen sofort. Sie können rund um die Uhr geöffnet sein und benötigen kein Personal. Besonders geeignet sind sie für Snacks, Getränke und andere kleinere Artikel – also genau die typischen Sortimente von Tankstellenshops.

Geschäftsfeld Service

Den dritten Hauptgeschäftsbereich der Tankstellen – neben Kraftstoffgeschäft und Shop – bilden Serviceleistungen rund um das Kraftfahrzeug, wie Autowäsche und -pflege, Reparatur- bzw. Wartungsarbeiten oder weitere Dienstleistungen. Der durchschnittliche Anteil am Bruttoverdienst im Bereich Service lag 2025 bei 29 Prozent.

Der durchschnittliche Gesamtumsatz in diesem Bereich lag laut Eurodata im Jahr 2025 bei 134.938 Euro pro Station und damit deutlich unter dem Niveau von Kraftstoff- und Shopgeschäft.

Die mit Abstand wichtigste Serviceleistung ist die Autowäsche, sowohl in Bezug auf den Umsatz- als auch auf den Margenbeitrag. Autowaschanlagen erzielten im Durchschnitt einen Jahresumsatz von 73.220 Euro und damit 54,3 Prozent des Gesamtumsatzes im Servicebereich. Am Margenbeitrag hatte die Autowäsche einen Anteil von 52,1 Prozent. 2025 führte eine Tankstelle im Durchschnitt 7.230 Autowäschen durch.

Kfz-Wartung und -Reparatur spielen für gewöhnliche Tankstellen inzwischen kaum noch eine Rolle. Neben den hohen Investitionen, in die für moderne Fahrzeugmodelle erforderlichen Spezialwerkzeuge und digitalen Analysetools wird auch entsprechend qualifiziertes Personal benötigt. Für eine klassische Durchschnittstankstelle sind die Kosten für eine vollwertig ausgestattete Werkstatt in der Regel nicht rentabel – zumal Fachkräfte häufig fehlen.

Zunehmend wichtiger werden hingegen zusätzliche Serviceleistungen, etwa die Funktion als Paketstationen. Immer mehr Tankstellen kooperieren mit Paketdienstleistern und fungieren als Abhol- und Versandstellen. Der Vorteil: Über den bestehenden Autofahrerkundenstamm erschließen sie neue Kundengruppen, die Tankstellen zusätzlich als Shops entdecken und nutzen.

Der Mittelstand geht bei HVO100 voran

Sprint knackt die Million Liter HVO100 und treibt Ausbau weiter voran

Mit dem Verkauf des millionsten Liters HVO100 erreicht Sprint einen wichtigen Meilenstein beim Einsatz erneuerbarer Kraftstoffe. Der wachsende Absatz zeigt, dass sich die klimafreundliche Dieselalternative zunehmend im Alltag von Privatkunden etabliert.

Die inhabergeführte Mineralölgesellschaft Sprint hat einen bedeutenden Meilenstein erreicht: An ihren Tankstellen wurde zur Jahreswende 2025/26 der millionste Liter des erneuerbaren Kraftstoffs HVO100 verkauft. Damit leistet Sprint einen messbaren Beitrag zur Reduktion von Treibhausgasemissionen. Die Absatzmenge von 1.000.000 Litern HVO entspricht einer Einsparung von CO_2-Neuemissionen um rund 2.257.222 kg im Vergleich zu konventionellem B7-Diesel.

Aktuell liegt der Anteil von HVO am gesamten Dieselabsatz an den ersten sechs HVO-Stationen kumuliert bei 10,8 Prozent – Tendenz steigend. Prozentualer Spitzenreiter ist derzeit die Sprint Tankstelle in der Blankenburger Straße in Berlin mit einem HVO-Anteil von 14,6 Prozent am Dieselabsatz. Volumetrisch führt die Sprint Tankstelle in der Potsdamer Straße in Berlin mit mehr als 20.000 Litern pro Monat. Beim Gesamtabsatz seit Einführung liegt weiterhin die Sprint Station in der Kniprodestraße in Berlin vorne, an der bislang mehr als 242.000 Liter HVO verkauft wurden. Dieser Standort war zugleich der erste, an dem Sprint im April 2024 mit dem Verkauf von HVO in Reinform gestartet hatte.





© Sprint (2)

In den vorwiegend städtisch gelegenen Tankstellen mit HVO100-Angebot an der Zapfsäule greifen vor allem Privatkunden zur B7-Dieselalternative. „Diese Autofahrer entscheiden sich bewusst für einen Umstieg auf HVO100. Für sie stehen neben dem Nachhaltigkeitsgedanken insbesondere die konkreten Vorteile eines Premiumkraftstoffs im Vordergrund: eine sehr gute Zündfähigkeit, ein ruhigerer Motorlauf und deutlich weniger Ablagerungen im Motor“, sagt Benjamin Kraatz, Leiter Marketing & Kommunikation. Neben Pkw-Fahrern nutzen auch zunehmend Wohnwagen- sowie Bootsbesitzer das Angebot, unter anderem weil der Kraftstoff das Risiko von Dieselpest, also den Befall des Dieselkraftstoffs mit Mikroorganismen bei längeren Standzeiten, minimiert und so Motorschäden verhindert. Angesichts der Vorteile scheint der leicht höhere Preis bei den Verbrauchern nur eine untergeordnete Rolle zu spielen. Dieser liegt etwas über dem von herkömmlichen Diesel. Perspektivisch hofft Kraatz auf ein ähnliches Preisniveau beider Dieselsorten, insbesondere dann, wenn es zu Anpassungen bei der Energiesteuer kommen sollte.

Aufgrund der guten Entwicklung des HVO100-Absatzes seit offizieller Freigabe im Frühjahr 2024 setzt Sprint weiter auf Wachstum des Angebots. Anfang Oktober ist das Netz der Tankstellen mit HVO100 auf sieben Standorte gestiegen. Im ersten Halbjahr 2026 kommen die Stationen in Luckenwalde sowie in Dresden hinzu, wobei Dresden die erste HVO100-Tankstelle außerhalb von Berlin und Brandenburg sein wird. Mit Wildau und Chemnitz sind zudem zwei weitere Standorte in Planung. Insgesamt betreibt Sprint 140 Tankstellen mit Schwerpunkt in der Region Berlin und Brandenburg.

Jede zweite BK-Tankstelle bietet HVO100 an – Mittelstand beschleunigt Kraftstoffwende

Der Ausbau alternativer Kraftstoffe in Deutschland nimmt weiter Fahrt auf – insbesondere der Mittelstand erweist sich dabei als treibende Kraft. Der bayerische Tankstellenbetreiber BK Benzin-Kontor, unabhängiger Betreiber von 36 Tankstellen in Bayern mit Hauptsitz in Herrsching am Ammersee, hat im Dezember 2025 einen wichtigen Meilenstein erreicht.

Bereits jede zweite BK-Tankstelle bietet den erneuerbaren Dieselkraftstoff HVO100 an. Damit zählt BK aktuell zu den am schnellsten wachsenden HVO-Anbietern im deutschen Tankstellenmarkt.

„Für uns ist HVO100 nicht nur ein Produkt, sondern ein klares Bekenntnis zu einer modernen, verantwortungsbewussten Energieversorgung“, betont BK-Vorstand Dietmar Possart. Während große Energieversorger bei der Einführung von HVO100 nur langsam vorankommen, zeigt der Mittelstand, wie gelebte Innovation aussieht. Trotz zahlreicher Hürden bei der Markteinführung eines neuen Kraftstoffs gehen kleinere Betreiber mutig voran – und ihre Kunden ziehen mit.

Nach eigenen Angaben verzeichnen die BK-Tankstellen, die HVO100 anbieten, einen deutlichen Nachfrageanstieg: Der Anteil von HVO100 am gesamten Dieselabsatz liegt dort im Durchschnitt bei rund 10 Prozent. Besonders bemerkenswert ist die Entwicklung in Regionen mit einem hohen Anteil gewerblicher Kunden. Dort erreicht der HVO100-Anteil teilweise bis zu 25 Prozent – ein klarer Hinweis auf die wachsende Bereitschaft mittelständischer Unternehmen, ihre Fuhrparks kurzfristig zu defossilisieren.

In den kommenden Monaten soll HVO100-Diesel an weiteren Stationen angeboten werden.

„Dass wir in so kurzer Zeit jede zweite BK-Tankstelle mit HVO100 ausstatten konnten, zeigt, wie dynamisch der Markt reagiert, wenn ein reales, sofort verfügbares Angebot besteht, das Mobilität, gute Motoreneigenschaften und Klimaschutz vereint“, sagt Philipp Arner, Vorstand von BK Benzin-Kontor. Bundesweit bieten inzwischen über 500 Tankstellen HVO100 an. 18 davon gehören bereits zum Netzwerk der BK-Tankstellen. In den kommenden Tagen wird BK eine weitere Station mit HVO100-Diesel ausstatten.





© Benzin-Kontor AG (2)

Regulatorik und Politik – die Interessen des Mittelstands erfolgreich vertreten

Kaum ein Jahr war von einer vergleichbaren Dichte an regulatorischen und politischen Vorhaben geprägt wie 2025. Mit der Bildung der neuen Bundesregierung, den Koalitionsverhandlungen sowie zahlreichen nationalen und europäischen Gesetzgebungsvorhaben wurden entscheidende Weichen für die Zukunft der Energieversorgung, der Mobilität und des Mittelstands gestellt. Für den bft bedeutete dies ein Jahr intensiver politischer Interessenvertretung. Ziel war es, die Perspektive der unabhängigen Tankstellenunternehmen und des mittelständischen Mineralölhandels frühzeitig und wirksam in politische Entscheidungsprozesse einzubringen und verlässliche Rahmenbedingungen für die Zukunft der Branche mitzugestalten.



Sarah Schmitt
Leiterin Recht, Regulatorik & Governance
© Sandra Kühnapfel

Potenziale aller klimafreundlichen Antriebstechnologien nutzen

Im Mittelpunkt der politischen Arbeit stand dabei ein klares Leitbild: Die Transformation der Mobilität kann nur gelingen, wenn sie technologieoffen, wettbewerbsorientiert und wirtschaftlich tragfähig gestaltet wird. Klimaschutz, Versorgungssicherheit und bezahlbare Mobilität dürfen nicht gegeneinander ausgespielt werden. Dafür hat sich der bft konsequent eingesetzt. Elektromobilität, erneuerbare Kraftstoffe, Wasserstoff und synthetische Kraftstoffe sind aus Sicht des Verbandes keine Gegensätze, sondern notwendige Bausteine eines vielfältigen und resilienten Energiesystems.

Diese Grundüberzeugung prägte die politische Arbeit des gesamten Jahres. Der bft begleitete zahlreiche Gesetzgebungsverfahren und brachte die Erfahrungen seiner Mitglieder mit fundierten Stellungnahmen und Positionspapieren unmittelbar in die politischen Beratungen ein. Schwerpunkte bildeten unter anderem die Weiterentwicklung der Treibhausgasminderungsquote, die Novellierung der Nachhaltigkeitsvorgaben für Biokraftstoffe, Änderungen des Energie- und Stromsteuerrechts, die Reform des Wettbewerbsrechts sowie die Umsetzung der NIS-2-Richtlinie. Ergänzt wurde dies durch eigene Positionierungen zum Ausbau der Ladeinfrastruktur und zur zukünftigen Ausgestaltung der Mobilitäts- und Antriebswende.

bft setzt Impulse

Dabei beschränkte sich der bft nicht darauf, politische Vorhaben zu begleiten, sondern setzte auch eigene Impulse. Mit seinem Positionspapier zur Entwicklung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs veröffentlichte der Verband bereits zu Jahresbeginn ein zukunftsweisendes Konzept für einen fairen und innovationsfreundlichen Payment-Markt. Der bft sprach sich für mehr Wettbewerb, transparente Gebührenstrukturen und diskriminierungsfreie Rahmenbedingungen aus. Moderne und sichere Bezahlsysteme sind längst ein wesentlicher Wettbewerbsfaktor für Tankstellen und ein zentraler Baustein der digitalen Transformation der Branche.

Im politischen Dialog machte der Verband immer wieder deutlich, dass Regulierung nur dann erfolgreich sein kann, wenn sie die Realität mittelständischer Unternehmen berücksichtigt. Neue

Dokumentations-, Nachweis- oder Sicherheitsanforderungen müssen praktikabel, verhältnismäßig und wirtschaftlich erfüllbar bleiben. Gerade die mittelständisch geprägte Tankstellenbranche verfügt über eine hohe Innovationskraft, ist jedoch in besonderem Maße auf verlässliche, verständliche und investitionsfreundliche Rahmenbedingungen angewiesen. Diese Perspektive hat der bft kontinuierlich in Gesprächen mit Bundesministerien, Bundestagsabgeordneten, weiteren politischen Entscheidungsträgern und Stakeholdern eingesetzt.

Tankstellen als leistungsfähige Mobilitäts- und Energiehubs

Ein besonderer Schwerpunkt lag auf der Rolle der Tankstelle im zukünftigen Mobilitätssystem. Der bft setzte sich dafür ein, Tankstellen nicht ausschließlich als klassische Kraftstoffstandorte zu betrachten, sondern als leistungsfähige Mobilitäts- und Energiehubs, an denen unterschiedliche Energieträger und Antriebstechnologien zusammenkommen. Mit einem eigenen Positionspapier zum Ausbau der Ladeinfrastruktur zeigte der Verband auf, welche Voraussetzungen geschaffen werden müssen, damit auch mittelständische Unternehmen in den Ausbau der Elektromobilität investieren können. Im Mittelpunkt standen insbesondere faire Wettbewerbsbedingungen, beschleunigte Netzanschlüsse, investitionsfreundliche Förderbedingungen sowie ein diskriminierungsfreier Zugang zur Infrastruktur.

Auch über einzelne Gesetzgebungsverfahren hinaus verstand sich der bft als Impulsgeber. Bereits im Vorfeld der Koalitionsverhandlungen formulierte der Verband seine Erwartungen an die neue Bundesregierung und setzte sich für Bürokratieabbau, Technologieoffenheit, wettbewerbsfähige Energiepreise und bessere Investitionsbedingungen für den Mittelstand ein. Diese Positionen wurden im weiteren Jahresverlauf konsequent vertreten. Mit einem eigenen Positionspapier zum Bürokratieabbau machte der bft deutlich, dass die Transformation nur gelingen kann, wenn Unternehmen von übermäßigen Dokumentations- und Nachweispflichten entlastet werden und unternehmerische Ressourcen wieder stärker für Investitionen, Innovationen und den eigentlichen Geschäftsbetrieb zur Verfügung stehen. Ergänzend setzte sich der Verband für eine realistische und sozialverträgliche Ausgestaltung der Antriebswende ein und unterstrich damit seinen Anspruch, politische Entwicklungen nicht lediglich zu begleiten, sondern aktiv mitzugestalten.

Mitgliederinformationen, fachliche Bewertungen und direkter Austausch

Politische Interessenvertretung endet für den bft jedoch nicht mit der Abgabe einer Stellungnahme. Ebenso wichtig ist es, regulatorische Entwicklungen für die Mitgliedsunternehmen verständlich aufzubereiten, ihre praktischen Auswirkungen einzuordnen und Orientierung für die betriebliche Umsetzung zu geben. Mit kontinuierlichen Mitgliederinformationen, fachlichen Bewertungen und dem direkten Austausch mit Unternehmen unterstützt der Verband seine Mitglieder dabei, neue Anforderungen frühzeitig zu erkennen und rechtssicher umzusetzen.

Die Vielzahl der im Jahr 2025 veröffentlichten Stellungnahmen und Positionspapiere verdeutlicht die thematische Breite der politischen Arbeit des bft. Gleichzeitig unterstreicht sie den Anspruch des Verbandes, die Interessen des unabhängigen Tankstellenmittelstands mit einer fachlich fundierten, lösungsorientierten und konstruktiven Stimme in Berlin zu vertreten. Gerade in Zeiten tiefgreifender Transformation kommt es darauf an, politische Entscheidungen frühzeitig mitzugestalten und die Erfahrungen der Praxis in die Gesetzgebung einzubringen. Diesen Anspruch hat der bft auch im Jahr 2025 mit Nachdruck verfolgt – als verlässlicher Ansprechpartner für Politik und Verwaltung sowie als starke Interessenvertretung seiner Mitglieder.

Stellungnahmen & Positionen des bft

UPEI

In den Jahren 2025 und 2026 baute die UPEI unter der Leitung ihres Vorstands, darunter Vizepräsident Carsten Müller, ihre Aktivitäten in Brüssel weiter aus, um unsere Mitglieder und Geschäftspartner gegenüber der Europäischen Union (EU) besser zu vertreten.

Das Jahr 2025, das erste volle Jahr der zweiten Amtszeit der von der Leyen-Kommission, war zu Beginn durch die Verabschiedung des überarbeiteten EU-Klimagesetzes geprägt, das eine Reduzierung der Treibhausgasemissionen um 90 Prozent bis 2040 vorsieht. Diese Überarbeitung bildet die Grundlage für die Aktualisierung des gesamten Gesetzespakets „Fit for 55", mit dessen Ausarbeitung die Europäische Kommission Anfang 2026 begann. Gleichzeitig führte der zunehmende Verlust an Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Wirtschaft gegenüber anderen Regionen der Welt dazu, dass eine umfassende Vereinfachung der EU-Rechtsvorschriften in Form sogenannter „Omnibus-Pakete" – einschließlich der Energiegesetzgebung – in Angriff genommen wurde. Drittens hat sich über die Wettbewerbsfähigkeit und den Kurs zur CO_2-Neutralität bis 2050 hinaus ein weiteres wichtiges Thema herauskristallisiert, nämlich die Sicherheit (Brennstoffversorgung, Schutz der Infrastruktur, militärische Mobilität).

Die UPEI war in den Jahren 2025 und 2026 zu diesen drei Themen aktiv: So haben beispielsweise unser Seminar im Europäischen Parlament im Februar 2025 sowie anschließende Treffen mit mehreren Abgeordneten dazu beigetragen, unseren Sektor als Gesprächspartner der EU-Institutionen als ein Thema zu positionieren, das zunehmend an Bedeutung gewinnt.



Pierre Lucas
Secretary General bei UPEI
© François de Ribaucourt

Neue UPEI-Führungsstruktur

Um unsere Lobbyarbeit besser zu unterstützen, hat die UPEI ihre Führungsstruktur neu organisiert, so dass Mitglieder und Geschäftspartner stärker in die Ausarbeitung unserer Positionspapiere einbezogen werden. Während der Vorstand weiterhin die strategischen Leitlinien festlegt, wurden die Ausschüsse durch Workshops und Webinare ersetzt, die ad hoc zu aktuellen EU-Themen organisiert werden:

- Webinare sind Informationsveranstaltungen, die von einem internen oder externen UPEI-Experten geleitet werden, um über einen EU-Rechtsakt oder ein Fachthema zu informieren und eine Bestandsaufnahme vorzunehmen.
- Workshops sind interaktive Veranstaltungen zu in Vorbereitung befindlichen EU-Rechtsakten: Sie zielen darauf ab, möglichst viele Meinungen aus der UPEI-Gemeinschaft einzuholen, um fundierte und gut begründete Positionspapiere zu verfassen.

Webinare und Workshops stehen allen UPEI-Mitgliedern (und deren Mitgliedern) sowie Geschäftspartnern offen, die eingeladen sind, ihre einschlägigen Experten zu den jeweiligen Veranstaltungen zu entsenden.



© Getty-Images/J-Picture

Europäisches Parlament in Brüssel

Auf der Grundlage dieses Modells organisierte die UPEI im Jahr 2025 und in der ersten Hälfte des Jahres 2026 sieben Workshops zum EU-Plan für barrierefreies Wohnen (und insbesondere dessen energetische Dimension), zur Überarbeitung des Klimagesetzes, zur Überarbeitung der Verordnung über CO_2-Emissionsnormen für Pkw und Transporter sowie zur künftigen Überarbeitung der Richtlinie über die Infrastruktur für alternative Kraftstoffe, der Energieeffizienzrichtlinie und der Richtlinie über erneuerbare Energien. Diese Workshops dienten als Grundlage für die Ausarbeitung von Positionspapieren, die veröffentlicht und an die für die jeweiligen Dossiers zuständigen Entscheidungsträger der EU gerichtet wurden.

Insgesamt veröffentlichte die UPEI im Jahr 2025 und in der ersten Hälfte des Jahres 2026 zehn Erklärungen und 25 Positionspapiere, auf deren Grundlage wir Treffen mit relevanten EU-Vertretern organisierten. So war beispielsweise Philippe Lamberts, Klimaberater des Präsidenten der Europäischen Kommission, bei unserer Herbst-Generalversammlung zu Gast, um über die Herausforderungen für die europäische Energie- und Klimapolitik und insbesondere über die rechtlichen Hindernisse für die Technologieneutralität zu diskutieren.

Im zweiten Halbjahr 2026 wird der Schwerpunkt auf der Vorlage von mindestens vier wichtigen Rechtstexten durch die Europäische Kommission liegen, mit denen die Richtlinie über Ölvorräte, die Richtlinie über erneuerbare Energien, die Richtlinie zur Energieeffizienz und die Verordnung über Infrastrukturen für alternative Kraftstoffe überarbeitet werden sollen. Die Kommission wird zudem eine EU-Strategie für Heizung und Kühlung vorlegen. Gleichzeitig wird die UPEI weiterhin zur Arbeit der Ölkoordinierungsgruppe beitragen, in der Vertreter der Kommission, der NATO, der Mitgliedstaaten und von Interessengruppen zusammenkommen, um die Entwicklung der Ölversorgung vor dem Hintergrund der Krise im Nahen Osten zu beobachten. Unsere Generalversammlung am 15. und 16. Oktober in Brüssel wird zahlreiche Gelegenheiten bieten, diese Themen mit politischen Entscheidungsträgern der EU zu erörtern.

Pierre Lucas
Secretary General bei UPEI

Rückblick auf ein ereignisreiches Jahr 2025 mit eFUEL-TODAY

Das Jahr 2025 stand ganz im Zeichen der erneuerbaren Kraftstoffe. eFUEL-TODAY hat die öffentliche Diskussion um das Potenzial der neuen Kraftstoffe mit einer Vielzahl faktenbasierter Informationen, einer kontinuierlichen Berichterstattung zu HVO100, SAF und E-Fuels sowie zahlreichen Fachbeiträgen, Interviews und Hintergrundartikeln unterstützt und sich damit weiter zu einer der wichtigsten deutschsprachigen Informationsquellen rund um erneuerbare Kraftstoffe entwickelt. Im vergangenen Jahr erreichte die Initiative erneut weit mehr als 1 Mio. Menschen.

© eFUEL-TODAY (3)



Frank Obrist von der OBRIST Group tankt e-Methanol

Nachdem HVO100 im Vorjahr offiziell den Weg in den deutschen Markt gefunden hat, stand im Jahr 2025 die praktische Anwendung im Vordergrund. eFUEL-TODAY begleitete Unternehmen, Tankstellenbetreiber und Flottenverantwortliche bei ihren ersten Erfahrungen mit dem neuen Kraftstoff und griff aktuelle Entwicklungen aus Politik, Industrie und Wissenschaft unmittelbar auf.

Von A wie Apotheke über R wie Racing eFuel bis Z wie Zukunft – Erneuerbare Kraftstoffe sind vielseitig!

Ein besonderer Schwerpunkt war die kontinuierliche Berichterstattung über neue Projekte im Bereich HVO100, Sustainable Aviation Fuel (SAF) und synthetische Kraftstoffe, die mit zunehmender Marktdurchdringung immer spannendere Einblicke in die Praxis ermöglichten.

eFUEL-TODAY war nicht nur bei der Einführung der ersten KlimaBenzin95-Zapfsäule in Kirchweyhe vor Ort, sondern auch zu Gast bei der OBRIST Group im Klärwerk Mannheim, die dort erstmals ein vollständig klimapositives Energiesystem auf Basis von e-Methanol vorstellte. Die Veranstaltung markierte einen technologischen und symbolischen Meilenstein: Auf den Spuren von Bertha Benz führte die weltweit erste klimapositive Fahrt zur Stadt-Apotheke in Wiesloch, die im Jahr 1888 durch Bertha Benz als „erste Tankstelle der Welt“ bekannt wurde.



KlimaBenzing5-Zapfsäule in Kirchweyhe

Rasanter ging es hingegen beim Porsche Sports Cup am Hockenheimring zu. Dort durften wir begleiten, wie private Rennteams mit 100 % E-Fuels im Tank die Leistungsfähigkeit erneuerbarer Kraftstoffe unter Beweis stellten und haben in einer Reihe an Interviews über die Bedeutung der E-Fuels für den Rennsport berichtet. Weitere Informationen dazu finden Sie auf unserer Website unter efuel-today.com.

Mehr Sichtbarkeit für HVO100

Auch im Bereich der digitalen Services wurde das Angebot konsequent weiterentwickelt. Die interaktive Tankstellenkarte xtl-finder.com wurde kontinuierlich erweitert und erleichtert Unternehmen sowie Privatpersonen die Suche nach HVO100-Tankstellen in Deutschland.

Gleichzeitig wurden bestehende Informationsangebote am Point of Sale weiter ausgebaut und die nächste erfolgreiche Sticker-Kampagne „HVO100 im Tank“ auf den Weg gebracht. Flyer, Aufkleber und Informationsmaterialien unterstützen Tankstellenbetreiber dabei, die Einführung von HVO100 direkt am POS sichtbar zu machen und Kunden verständlich über die Vorteile des Kraftstoffs zu informieren.

Gemeinsam die Mobilitätswende gestalten

Auch 2025 hat eFUEL-TODAY gezeigt, dass technologieoffene Klimapolitik von fundierten Informationen und einer sachlichen Diskussion lebt. Gemeinsam mit Unternehmen, Verbänden, Wissenschaft und engagierten Partnern werden wir diesen Weg auch künftig fortsetzen.

Unterstützen Sie die Initiative auch weiterhin mit einem freiwilligen Beitrag unter www.efuel-today.com/unterstuetzer-werden/ oder fordern Sie weitere Informationen per E-Mail an info@efuel-today.com an.



HVO-Aufkleber

Mitglieder zum bft



© Verena Müller

v.l.n.r.: Roxanne Ruscheinsky, Daniel Ruscheinsky, Dr. Jessica Böse (geb. Ruscheinsky), Geschäftsführung 24-Autobahn-Raststätten GmbH

„Als Autohofeigentümer schätzen wir am bft besonders die Möglichkeit, über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen und die Entwicklungen der gesamten Tankstellen- und Mobilitätsbranche im Blick zu behalten. Der Austausch mit anderen Mitgliedern liefert wertvolle Impulse und neue Perspektiven. Der bft leistet aus unserer Sicht hervorragende Arbeit, vertritt die Interessen der Branche mit großem Engagement und bringt die richtigen Themen zur richtigen Zeit auf die Agenda. Wir sind stolz, Teil dieses starken Verbands zu sein."

Daniel Ruscheinsky
Geschäftsführer, 24-Autohöfe



© privat

„Was wir am bft besonders schätzen, ist die Hands-on-Mentalität und das Miteinander auf Augenhöhe. Hier sitzt man auch als (noch) kleiner Lieferant am selben Tisch wie große Gesellschaften und Entscheider aus dem Mittelstand.

Wir bei Lichtwart haben dadurch in Lichtgeschwindigkeit unglaublich viel Branchenwissen aufgebaut und gleichzeitig ein starkes Kunden- und Partnernetzwerk entwickelt - ein herzliches Dankeschön dafür!

Letztlich ist es wie bei jeder guten Plattform: Sie lebt davon, dass man sie nutzt und sich aktiv einbringt."

Johannes Mailänder
Co-Founder & CMO, Lichtwart GmbH



© privat

v.l.n.r.: Lars Neumann, Duraid El Obeid, Diana Neumann und Dr. Michael Haberland

„Als kleiner, inhabergeführter Tankstellenbetrieb weiß ich, wie wichtig ein starker Verband ist. Der bft zeigt, dass nicht die Unternehmensgröße zählt, sondern die gemeinsamen Interessen seiner Mitglieder. Besonders schätze ich die persönliche Erreichbarkeit, den praxisnahen Austausch und die engagierte Interessenvertretung. Diese Nähe zu den Mitgliedern macht den bft aus – und sollte auch künftig seine besondere Stärke bleiben."

Lars Neumann

Geschäftsführer, Neumann Tankstelle GmbH



© E100

„Wir sind mit der Zusammenarbeit mit dem bft sehr zufrieden. Besonders schätzen wir die interessanten Veranstaltungen, die einen wertvollen Austausch von Wissen und Erfahrungen ermöglichen, Einblicke in neue Trends geben und eine hervorragende Gelegenheit zum Networking bieten. Man lernt ständig etwas Neues dazu – und vor allem schätzen wir die tolle, familiäre Atmosphäre beim bft."

Adam Dola

Head of Network Development – DACH Region, E100 International Trade sp. z o.o.

Veranstaltungen | Impressionen



Jahreshauptversammlung 2025 in Berlin





© Andre Wagenzik (6)







Stephan Zieger hat den bft über 35 Jahre mit großer Fachkompetenz, Verlässlichkeit und Menschlichkeit geprägt. Mit seiner ruhigen, empathischen Art und einem offenen Ohr für alle Mitglieder war er Ratgeber, Kümmerer und wichtiger Teil der besonderen Gemeinschaft im bft. Er brachte Menschen zusammen, half unkompliziert bei Problemen und gab gerade auch kleineren Mitgliedern wertvollen Rückhalt. Für seinen langjährigen Einsatz und die vertrauensvolle Begleitung gebührt ihm ein herzliches Dankeschön. Alles Gute für die Zukunft, lieber Stephan Zieger!

Die gut besuchte TANKSTELLE & MITTELSTAND ’25 in Essen







© Bernd Fiehöfer (5)



Tankstelle des Jahres 2025, Verleihung im Rahmen der Messe TANKSTELLE & MITTELSTAND '25.



bft meets Politik



© bft (2)

FDP-Parteitag, der Vorsitzende Dürr und die Generalsekretärin Büttner am bft-Stand.



© Tobias Koch

CDU-Parteitag, Bundeskanzler Merz und bft-Geschäftsführer Kaddik.



Zu Gast am bft-Stand: CSU-Generalsekretär Martin Huber und Landtagsabgeordnete Tanja Schorer-Dremel – eingerahmt von bft-Geschäftsführer Daniel Kaddik und bft-Landesgruppenleiter Süd, Christian Amberger.



© privat

v.l.n.r. vorne: MdB Nadine Heselhaus, Andreas Osterkamp (SPD Gescher); hinten: Daniel Kaddik (bft), Reinhard Heidemann (SPD Gescher), Erik Eggenkämper (Pludra)

Bundestagsabgeordnete Nadine Heselhaus bei der Pludra-Tankstelle in Gescher

Wie lässt sich Mobilität im ländlichen Raum auch künftig sichern – und welche Rolle spielen freie Tankstellen dabei? Darüber sprach die SPD-Bundestagsabgeordnete Nadine Heselhaus bei einem Besuch der Pludra-Tankstelle in Gescher mit Vertretern des Unternehmens, der Politik und Daniel Kaddik, Geschäftsführer des Bundesverbands Freier Tankstellen (bft).

Im Mittelpunkt des rund zweistündigen Austauschs standen die Zukunft der Mobilität, alternative Antriebsenergien und Kraftstoffe wie HVO sowie Fragen des Verbraucherschutzes im Tankstellenshop. Deutlich wurde dabei: Gerade im ländlichen Raum sind Tankstellen längst mehr als reine Energieversorger. Sie sind Mobilitätsknotenpunkte, Nahversorger und Orte, an denen gesellschaftliche Entwicklungen unmittelbar sichtbar werden.

Im Zuge eines Praktikums in seinem Wahlkreis Aschaffenburg besuchte MdB Niklas Wagener von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN im Oktober 2025 die Calpam Mineralöl-Gesellschaft mbH erst in der Zentrale und dann an der Tankstelle in Aschaffenburg. Jürgen Wagner, Spartenleitung Tankstellen bei Calpam, und Mitarbeiter der Station erklärten dem interessierten Abgeordneten das System Tankstelle und die vielen To-dos vor Ort. Ein interessanter Tag, der allen viel Spaß machte.



© bft (4)

Pressekonferenz in Berlin zur Vorstellung der Tankstellenstudie





Treffen der Landesgruppen in 2025

Tagung der bft-Landesgruppen Süd und Südwest im Münchner Bergson. Viele spannende Vorträge zur Branche gab es in der tollen Location der Ambergers zu hören, auch Networking wurde großgeschrieben. Herzlichen Dank am die Landesgruppensprecher Julia Eberhardt und Christian Amberger für das informative Event!

Spannendes Treffen der bft-Landesgruppen Mitte und West im Dezember 2025 in der Stiftung Nationales Automuseum The Loh Collection inklusive Führung!

Danke an die Landesgruppensprecher Carsten Müller und Lars Ebert für die top Organisation und die tolle Austauschmöglichkeit – sowie an alle Referenten für die wertvollen Einblicke. Wie immer on point war Sarah Schmitt mit Updates aus Berlin.



Aus den bft-Arbeitskreisen

© bft (4)



Der bft-Arbeitskreis Zahlung & Digitalisierung fand im November 2025 auf Mallorca statt. Ein riesiges Dankeschön an Christian Kast für die starke AK-Leitung, an alle Referenten für die wertvollen Impulse und an alle Teilnehmer für den intensiven Austausch. Und ja: Auch im November ist Mallorca definitiv eine Reise wert.

Beim Präsenztreffen im Juni 2025 des bft-Arbeitskreises Neue Kraftstoffe, Umwelt und Technik in Hagen am Teutoburger Wald standen innovative und nachhaltige Lösungen für Tankstellen im Mittelpunkt.

Von Photovoltaik, Stromspeichern und Kraft-Wärme-Kopplung über die Zukunft von Biokraftstoffen und E20 bis hin zu intelligentem Lichtmanagement mit IoT: Die Veranstaltung zeigte, wie Nachhaltigkeit, Versorgungssicherheit und Wirtschaftlichkeit zusammengedacht werden können.

Vielen Dank an unseren Gastgeber Evoles GmbH, die Referenten und alle Teilnehmenden für die spannenden Einblicke und den regen Austausch!





Spannende Führung bei der Südramol GmbH & Co. KG in der WaschWelt Augsburg-Lechhausen für den **bft-Arbeitskreis Autowäsche im September 2025**. Vielen Dank dafür an Geschäsftsführer Dieter Weißenhorner und das Südramol-Team! Ein großes Dankeschön geht auch an die Referenten für die spannende Vorträge und natürlich an AK-Leiter Johann Thiele für die Organisation der tollen Veranstaltung.



Termine



© Mercedes-Benz Museum

Mercedes-Benz Museum, Stuttgart

September

15. – 17.9. **bft-Jahreshauptversammlung** | Stuttgart

Begrüßungsabend

Treffen der Arbeitskreise, Mitgliederversammlung,
Öffentliche Jahreshauptversammlung mit Panels und Impulsen
im Mercedes-Benz Museum

Golf-Turnier und Golf-Schnupperkurs

23.9. **bft-Oktoberfest mit VEDA** | München

Nachmittags: Moderierter Dialog
Ab 17 Uhr: Wiesn-Abend in der Ochsenbraterei

November

24. – 25.11. **bft-Arbeitstagung** | Kassel

Themen: Neue Kraftstoffe, E-Mobilität, Shop und Digitalisierung,
Payment Solutions, Branding, Autowäsche, Tabak und Getränke

Hotel La Strada, Kassel

Der bft-Vorstand



Carsten Müller
Vorstandsvorsitzender



Marcus Feldhaus
stellvertretender Vorsitzender



Eike Mönneke
stellvertretender Vorsitzender



Julia Eberhardt
Beisitzerin



Tobias Lanzerstorfer
Beisitzer



© Nadine Stegemann

Karsten Reichl
Beisitzer



© Thomas Apel

Jochen Vieler
Schatzmeister

Die bft-Geschäftsführung



© Simon Blackley

Daniel Kaddik
Geschäftsführer



© Sandra Kühnapfel (6)

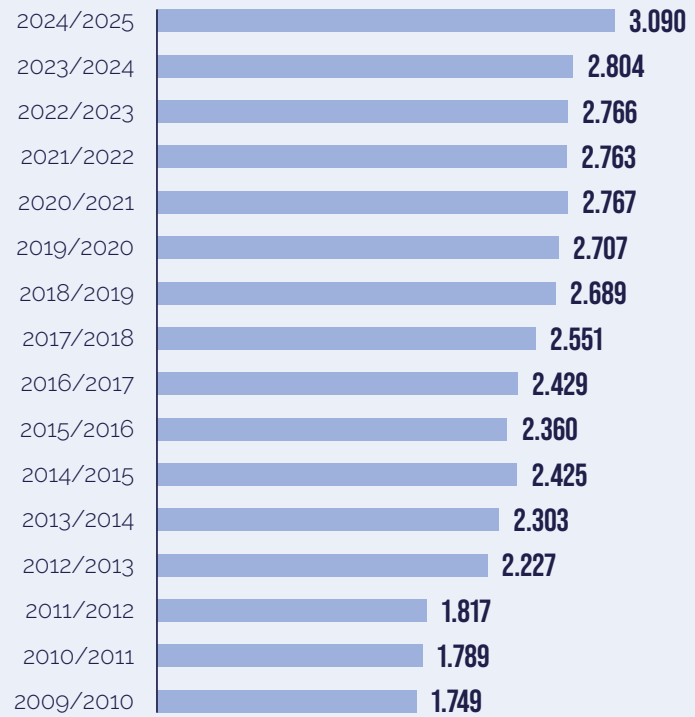
Stephan Zieger
Geschäftsführer

Der bft in Zahlen

Stand: Juli 2026

3.090 **Tankstellen** in 2025

Anzahl der Tankstellen



Verteilung der Tankstellen auf Mitglieder

1 betreibt **228**

348 werden von je **1** Mitglied betrieben

Zahl der Mitglieder und Fördermitglieder

535
2024/2025

530
2023/2024

525
2022/2023

523
2021/2022

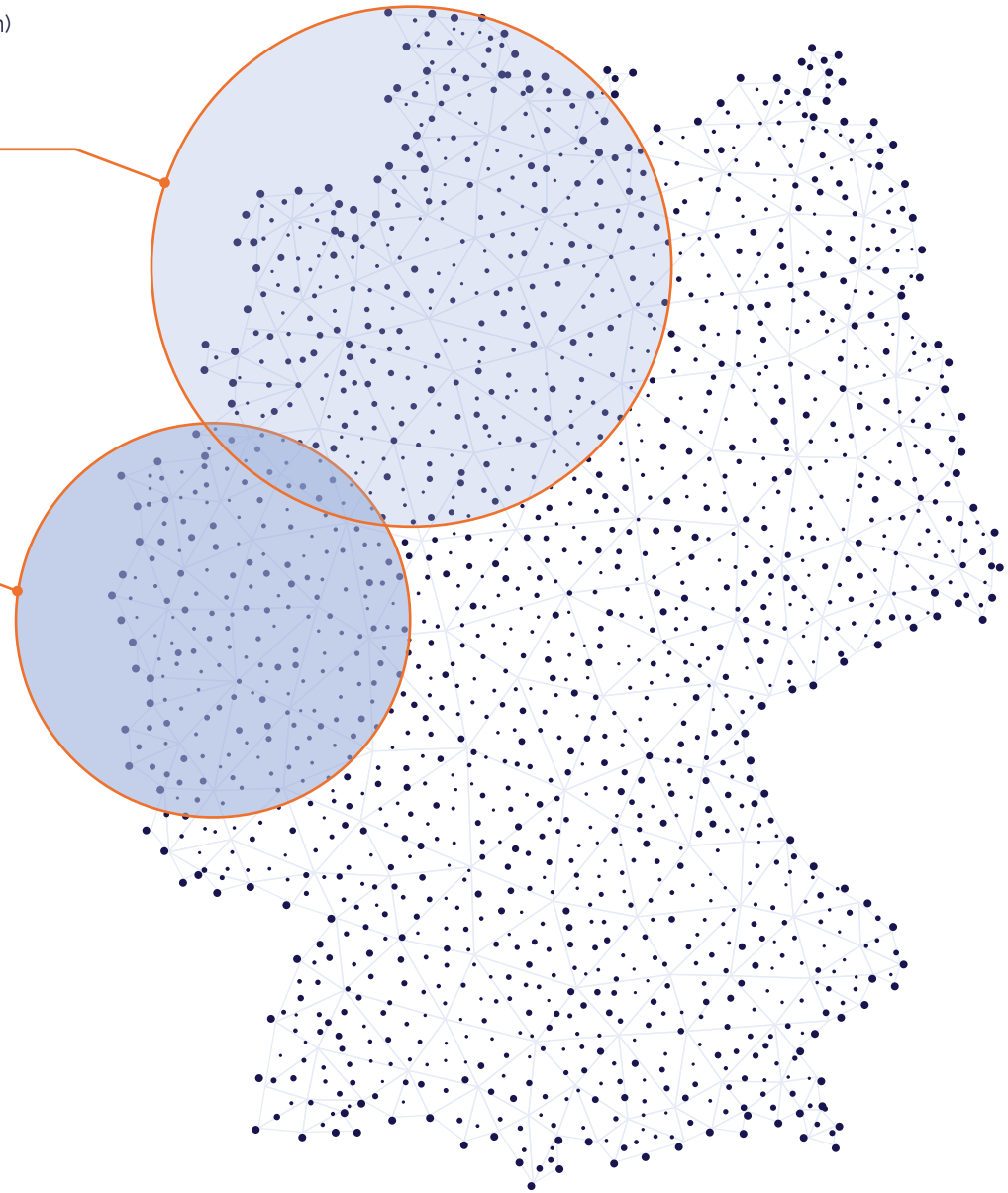
522
2020/2021

516
2019/2020

496
2014/2015

Die Landesgruppe Nord (Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen) vereint mit **1.045 Stationen** die meisten Tankstellen **(Mitglieder: 66)**.

Die Landesgruppe West (Nordrhein-Westfalen) hat mit **117 Unternehmen** die meisten Mitglieder (Anzahl der **Tankstellen: 565**).



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

Geschäftsstelle Berlin

Reinhardtstraße 12
10117 Berlin

Tel. +49 (0)30/233 20 29 10
berlin@bft.de

www.bft.de

