Jahrgang 33

bft-Strategie

Zukunftstagung

bft NACHRICHTEN

2026 | 3

MITGLIEDERMAGAZIN







© Simon Blackley

Gemeinsam Zukunft gestalten

Unsere Branche verändert sich grundlegend. Neue Antriebsformen, politische Vorgaben, verändertes Mobilitätsverhalten und neue Wettbewerber fordern mittelständische Tankstellen heraus. Mit unserer neuen bft-Strategie geben wir darauf eine klare Antwort: Wir wollen die Geschäftsgrundlage unserer Mitglieder langfristig sichern und den bft als starke Interessenvertretung, Netzwerk und Partner weiterentwickeln.

Die Tankstelle hat Zukunft – aber sie verändert sich. Unser Zielbild ist das moderne Reise-, Versorgungs- und Mobilitätszentrum: mit klassischen und neuen Kraftstoffen, Ladeinfrastruktur, Shop, Gastronomie und weiteren Dienstleistungen. Damit unsere Unternehmen diesen Wandel gestalten können, brauchen sie unternehmerische Freiheit und verlässliche Rahmenbedingungen.

Wie wichtig unsere politische Arbeit bleibt, zeigt die aktuelle 12-Uhr-Regel. Wenn wenige technisch notwendige Minuten aus einer Preisumstellung einen Verstoß machen, geht Regulierung an der betrieblichen Realität vorbei. Österreich hat die Regel inzwischen praxistauglich korrigiert – Deutschland sollte daraus lernen. Auch neue Forderungen nach Preisdeckeln lösen nicht die Ursachen hoher Kraftstoffpreise, drohen aber neue Bürokratie zu schaffen. Hier werden wir weiterhin klar, sichtbar und streitbar die Interessen des Tankstellenmittelstands vertreten.

Gleichzeitig ist der Nutzen einer bft-Mitgliedschaft im Alltag spürbar und soll es bleiben. Deshalb stärken wir Weiterbildung, Erfahrungsaustausch und Orientierung bei Regulierung. Mit Beate Gambietz entwickeln wir unsere Veranstaltungen weiter und bauen die bft-Akademie auf. Kadir Noyan verstärkt uns bei Recht, Regulatorik und Governance und damit bei einer Aufgabe, die für unsere Mitglieder immer wichtiger wird.

Auch der Verband selbst entwickelt sich weiter: professionellere Prozesse, besserer Wissenstransfer und ein noch klareres Zusammenspiel von Vorstand, Landesgruppen und Geschäftsstelle. Nach innen setzen wir auf Vertrauen und Zusammenarbeit, nach außen auf eine starke Stimme für unsere Branche.

Denn anders als Goethes Zauberlehrling wollen wir nicht warten, bis jemand den richtigen Spruch findet. Wir wollen den Wandel aktiv mitgestalten.

Gemeinsam sichern wir die Zukunft der mittelständischen Tankstelle – mit einem starken bft an ihrer Seite.



Herzlichst
Ihr Daniel Kaddik

Feedback zu dieser Ausgabe per E-Mail an: presse@bft.de

2026 | 3

Interview | 4

bft-Strategie sichert Zukunft 4

Verbrenner-Aus, E20 und die Zukunft der Tankstellen 6

Zukunftstagung | 8

Ausgangslage und Entwicklungsperspektiven 8

Wenn Gastronomie und Mobilität neue Wege gehen 10

Digitalisierung und Automatisierung in freien Tankstellenshops . . . 12

Die Zukunft gemeinsam möglich machen 14

Energiewende im deutschen Kraftstoffmarkt 16

Neue Kunden gewinnen 18

Regulatorik | 20

UBA präzisiert wasserrechtliche Einstufung –
Erleichterungen im Gefahrgutrecht 20

Personaltagung | 22

Führung ist kein Talent, es ist eine Entscheidung 22

Deutschlands Arbeitsmarkt im Umbruch 24

bft | 25

Kaddik kommentiert
Dem Zauberlehrling schlägt's zwölf 25

Lichtwart und Enity übernehmen die Modul-3-Anträge 26

Wenn Steuerpolitik den Schwarzmarkt füttert 28

Daniel Kaddik in die Global Convenience Vision Group berufen . . . 29

bft-Mitgliedschaft | 30

Die Zukunft – ist die Politik auf dem richtigen Weg? 30

EU-Aktionsplan zur Elektrifizierung 31

bft: Stories | 32

Kadir Noyan ist neuer Referent für Recht,
Regulatorik und Governance 32

Beate Gambietz – Neue bft-Kollegin
für Veranstaltungen und Akademie 33

E20 – Kraftstoff mit großem Zukunftspotential 34

Buntes: News aus dem Mitgliederkreis | 36

Branchentermine | 37

eft: Shop | 38

Impressum | 39

bft-Strategie sichert Zukunft

Interview mit Carsten Müller

Vorstandsvorsitzender des bft



© Sandra Kühnapfel

Carsten Müller
Vorstandsvorsitzender

Redaktion: Warum braucht der bft eine klare Strategie?

Carsten Müller: Unsere Branche verändert sich grundlegend: Politische Vorgaben, neue Antriebsformen, verändertes Mobilitätsverhalten und neue Wettbewerber stellen mittelständische Tankstellen vor große Herausforderungen. Unsere Strategie schafft deshalb einen verbindlichen Rahmen: Sie legt fest, wofür der bft steht, wohin wir uns entwickeln und welche Themen Priorität haben.

Red.: Was sind die wichtigsten Ziele?

CM: Im Mittelpunkt stehen zwei Ziele: Wir wollen die Geschäftsgrundlage mittelständischer Tankstellen langfristig sichern und gleichzeitig den bft als starken, wachsenden und professionellen Verband weiterentwickeln. Dabei wollen wir führende Interessenvertretung der freien Tankstellen und zentraler Ansprechpartner für Politik und Medien sein.

Red.: Welche Zukunft hat die Tankstelle angesichts von Elektromobilität und Transformation?

CM: Die Tankstelle hat Zukunft – aber sie verändert sich. Neben klassischen Kraftstoffen werden Ladeinfrastruktur, Wasserstoff, E-Fuels und CO_2-neutrale Kraftstoffe wichtiger. Gleichzeitig müssen zusätzliche Ertragsquellen entstehen. Unser Zielbild ist deshalb die Tankstelle als modernes Reise-, Versorgungs- und Mobilitätszentrum.

Red.: Was haben die Mitglieder konkret davon?

CM: Der Nutzen einer bft-Mitgliedschaft muss spürbar sein. Dazu gehören eine starke politische Interessenvertretung, Orientierung bei Regulierung, Erfahrungsaustausch und Netzwerke, bessere Konditionen sowie praxisnahe Weiterbildung. Die bft-Akademie, Arbeitskreise und ERFA-Formate werden dabei eine wichtige Rolle spielen.

Red.: Wie will der bft künftig auftreten?

CM: Nach innen setzen wir auf Vertrauen, Zusammenarbeit und Wertschätzung. Nach

außen wollen wir klar, sichtbar und streitbar auftreten. Wir vertreten die Interessen unserer Mitglieder offensiv und faktenbasiert und wollen der mittelständischen Tankstellenbranche ein stärkeres Gesicht geben.

Red.: Muss sich dafür auch der Verband selbst verändern?

CM: Ja. Wir wollen Prozesse, IT und Verwaltung weiter professionalisieren, Wissen besser sichern und gleichzeitig Bürokratie abbauen. Auch Vorstand, Landesgruppen und Geschäftsstelle sollen noch klarer zusammenspielen: Der Vorstand gibt die strategische Richtung vor, die Geschäftsführung verantwortet die operative Steuerung und das Team setzt um.

Red.: Wo soll der bft in einigen Jahren stehen?

CM: Als moderner, wachsender und schlagkräftiger Mittelstandsverband mit einer starken Marke und einer klaren Stimme gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Unser Anspruch ist, dass die bft-Mitgliedschaft für mittelständische Tankstellenunternehmen zum Standard wird – und dass wir unsere Mitglieder dabei unterstützen, die Mobilität von morgen aktiv mitzugestalten.

Red.: Die Strategie in einem Satz?

CM: Gemeinsam sichern wir die Zukunft der mittelständischen Tankstelle – mit einem starken bft als Interessenvertretung, Netzwerk und Partner seiner Mitglieder.

Anzeige



Verbrenner-Aus, E20 und die Zukunft der Tankstellen

Interview mit Jan-Chistoph Oetjen

FDP, Abgeordneter im Europäischen Parlament und Mitglied im Ausschuss für Verkehr und Tourismus



© European Parliament

Jan-Christoph Oetjen
MdEP

bft: Die EU hat das für 2035 geplante Verbrenner-Aus zuletzt zugunsten einer stärkeren Technologieoffenheit relativiert. Reicht dieser Kurswechsel aus, um Arbeitsplätze und die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Automobil- und Zulieferindustrie zu sichern, oder sind weitere Maßnahmen erforderlich?

Oetjen: Was die Unternehmen jetzt brauchen, ist Flexibilität, um in einer der größten Krisen frei agieren zu können. Deshalb reicht der Flexibilisierungsvorschlag der Europäischen Kommission nicht aus, sondern wir müssen weitergehen. Wir brauchen kein Ablaufdatum für bestimmte Technologien, sondern echte Technologieoffenheit. Große Krisen erfordern großes Handeln.

bft: Eine aktuelle Studie kommt zu dem Schluss, dass die Produktionskapazitäten der europäischen Automobilindustrie deutlich über dem Bedarf liegen und zahlreiche Werke langfristig nicht ausgelastet sein werden. Welche industriepolitischen Konsequenzen ziehen Sie daraus? Wie sehen Sie die Zukunft des Automobilstandorts Europa?

Oetjen: Es geht um die Zukunft des EU-Automobilstandortes, wir müssen wieder die besten und innovativsten Produkte auf den Markt bringen. Nach der Antriebsrevolution kommt die digitale Revolution des vernetzten Fahrzeugs, das autonome Fahren und Künstliche Intelligenz im Verkehr. Hier muss Europa Vorreiter werden. Wir müssen dafür die rechtlichen Rahmenbedingungen setzen, sodass wir nicht in dieser technologischen Revolution weiter abgehängt werden, sondern dass wir wieder Technologieführerschaft erreichen können.

bft: Die EU erhebt seit Ende 2024 Ausgleichszölle auf chinesische batterieelektrische Fahrzeuge wegen mutmaßlich wettbewerbsverzerrender Subventionen. Nun wird diskutiert, auch Plug-in-Hybride einzubeziehen. Wie bewerten Sie diesen Eingriff in den freien Wettbewerb – insbesondere aus Sicht der FDP?

Oetjen: Die Wettbewerbsverzerrung ist natürlich da, aber sie ist vor allem ein unterschiedlicher Wettbewerb, der von unterschiedlichen Produktionskosten und Produktionsschnelligkeiten geprägt ist. Wir werden chinesische Autos durch Zölle nicht aus dem europäischen Markt halten können. Gleichzeitig ist China für uns auch nach wie vor ein wichtiger Absatzmarkt. Deshalb halten wir grundsätzlich nichts von diesen Zöllen.

bft: Norwegen erreicht inzwischen einen Anteil von über 90 Prozent batterieelektrischer Fahrzeuge bei den Neuzulassungen. Ist das norwegische Modell auf Deutschland und die übrigen EU-Staaten übertragbar, oder sind die Rahmenbedingungen dafür zu unterschiedlich?

Oetjen: Das System aus Norwegen kann man nicht so einfach übertragen. Norwegen hat eine niedrige Bevölkerungszahl mit hohem individuellem Einkommen. Außerdem werden Kosten für die Elektrisierung auch durch den Staatsfonds aufgefangen. Als EU sind wir vielfältig im Einkommen, der Infrastrukturentwicklung und den geografischen Herausforderungen. Es ist keine feste Kennzahl möglich, die für alle funktioniert. Außerdem müsste man in Deutschland das Steuersystem komplett umkrempeln, um darin Anreize für batterieelektrische Autos zu setzen. Ich sehe nicht, dass das passiert. Wir müssen bei uns flexibel bleiben.

bft: In Deutschland sind rund 43 Millionen Pkw mit Verbrennungsmotor zugelassen. HVO100 steht bereits für Dieselfahrzeuge zur Verfügung, während synthetische Kraftstoffe häufig vor allem im Luftverkehr diskutiert werden. Sollte die Politik den Einsatz erneuerbarer Kraftstoffe auch im Pkw-Verkehr stärker fördern, um den bestehenden Fahrzeugbestand schneller klimafreundlicher zu machen?

Oetjen: Wir müssen den rechtlichen Rahmen so gestalten, dass alternative Kraftstoffe vollumfänglich genutzt werden können. In der CO_2-Flottenregulierung muss die Nutzung von alternativen Kraftstoffen berücksichtigt werden. Wenn wir den Weg zur Klimaneutralität ernst meinen, müssen alle Instrumente, die dazu beitragen, genutzt werden.

bft: Immer wieder wird über die mögliche Einführung von E20-Benzin berichtet. Wie ist der aktuelle Stand auf europäischer Ebene, und halten Sie eine Einführung für sinnvoll?

Oetjen: Eine Einführung von E20 ist sinnvoll, da wir schon heute über das bestehende Netz den Kraftstoff ausrollen könnten und damit sofort ein positiver Beitrag für die Klimabilanz der Bestandsflotte erreicht werden kann. Mit E20 können wir auf einen Schlag die CO_2-Reduktion durch alternative Kraftstoffe deutlich stärken. Eine europaweite Einführung von E20 ist also nicht nur sinnvoll, sondern vor allem auch technisch schnell möglich.

bft: Ladeinfrastruktur entsteht heute nicht mehr ausschließlich an Tankstellen, sondern zunehmend auch an Supermärkten, Parkhäusern oder am Arbeitsplatz. Welche Rolle werden klassische Tankstellen Ihrer Einschätzung nach in 20 bis 30 Jahren noch spielen?

Oetjen: Die klassische Tankstelle wird auch weiterhin existieren. Sie wird aus meiner Sicht in Städten aber zu Mobilitätshubs werden. Da wird es neben Ladeinfrastruktur und Kraftstoffen vielleicht auch Carsharingangebote geben. Es wird wahrscheinlich zu einer Diversifizierung der Tankstellen kommen. Früher gab es an jeder Ecke eine Tankstelle, die wurden zurückgebaut, nur noch die Großen an den Hauptstraßen blieben übrig.. Vielleicht wird es zukünftig wieder kleinere Ladeparks geben. Die klassische Tankstelle mit Wäsche, Kraftstoff und einem kleinen Supermarkt als kleines Dienstleistungszentrum wird aber weiterbestehen und ist ein wichtiger Anlaufpunkt für Pendler und Berufsfahrer. Vor allem im ländlichen Raum erfüllt die Tankstelle auch eine Versorgungsrolle. Für viele Menschen ist die regionale Tankstelle ein wichtiger Anlaufpunkt, ob für kleine Besorgungen oder Fahrzeugwartung. Das wird auch weiterhin bestehen bleiben.

Tankstellenmarkt im Wandel:

Ausgangslage und Entwicklungsperspektiven



© Fabienne Albus

Professorin Hanna Schramm-Klein
Universität Siegen

Stellt man die Frage nach der Zukunft der Tankstellen, dann wird die Diskussion häufig auf Themenfelder wie z.B. die Elektromobilität, alternative Kraftstoffe oder neue Mobilitätsangebote gerichtet. Möchte man jedoch eine umfassende Einordnung vornehmen, so muss auch in die Überlegungen einbezogen werden, auf welche Marktstrukturen, Betreiberkonzepte und wirtschaftlichen Voraussetzungen diese Technologien treffen.

Ende 2025 gab es in Deutschland 14.314 Tankstellen. Eine Besonderheit war dabei, dass die Anzahl der Straßentankstellen mit 13.952 erstmals unter 14.000 lag. Zwar ist der Rückgang seit 2014 mit durchschnittlich rd. 0,3 Prozent pro Jahr vergleichsweise moderat, jedoch stehen hinter der Gesamtzahl deutliche Veränderungen in der Struktur der Tankstellen. Diese kennzeichnen sich v.a. dadurch, dass vermehrt kleinere Standorte geschlossen oder automatisiert werden, größere Standorte an Bedeutung gewinnen und ganze Tankstellennetze die Eigentümer gewechselt haben. Die Marktveränderungen lassen sich deshalb nicht alleine an der Zahl der Tankstellen ablesen.

Antriebs- und Mobilitätswandel

Die heutigen Tankstellen werden noch weitgehend durch konventionelle Kraftstoffe geprägt. Anfang 2026 entfielen bei knapp 49,5 Mio. Pkw rd. 86 Prozent auf Benzin- und Diesel-Pkw. Weitere rd. 9 Prozent waren Hybridfahrzeuge, die einen elektrischen mit einem konventionellen Antrieb verbinden. Damit verfügten rd. 95 Prozent des Pkw-Bestands zumindest teilweise über einen Verbrennungsmotor, während rein batterieelektrische Fahrzeuge einen Anteil von etwa 4 Prozent erreichten. Der Antriebs- und Mobilitätswandel wirkt sich somit zeitverzögert und schrittweise auf das Tankstellengeschäft aus und es zeichnet sich eine längere Übergangsphase ab, in der verschiedene Antriebsformen und Energieangebote parallel von Relevanz sind und entsprechend zusätzliche Investitionen erfordern.

Shop und Service sorgen für Umsatz

Allerdings ist die weiterhin hohe Bedeutung der Verbrennerflotte nicht damit verbunden, dass das Kraftstoffgeschäft in gleichem Maße die Ertragslage der Tankstellen bestimmt. Die Daten von Eurodata (Basis: 6.886 Betriebe) zeigen jedoch, dass im Jahr 2025 der Shop im Durchschnitt den Großteil des Bruttoverdienstes ausgemacht hat. Zwar fassen die Werte unterschiedliche Betreiber- und Vertragsmodelle zusammen und beschreiben keine typische Einzelstation, sie lassen dennoch erkennen, dass Kraftstoffe v. a. Frequenz erzeugen, während Shop und Service in einem wesentlichen Maße zum Ergebnis beitragen. Wie sich diese durchschnittlichen Gewichte der einzelnen Geschäftsfelder auf der Ebene der einzelnen Station darstellen, hängt dabei wesentlich vom jeweiligen Standort ab. Hochfrequentierte Stationen sind oft in der Lage, größere Shop-Flächen, gastronomische Angebote und zusätzliche Serviceleistungen wirtschaftlich zu betreiben. Tankstellen in dezentralen oder ländlichen Räumen übernehmen hingegen teilweise stärker eine lokale Versorgungsfunktion. Vor allem in städtischen Lagen entsteht jedoch ein Spannungsfeld, bei dem zwar höhere Frequenzpotenziale bestehen, gleichzeitig aber auch der Wettbewerb durch den Lebensmitteleinzelhandel, die Gastronomie und weitere Convenience-Anbieter stärker ausgeprägt ist.

Konkurrenz beim Ladestrom für Tankstellen

Die standortspezifischen Unterschiede sind auch bei der Frage zu berücksichtigen, welche neuen Energieangebote das bestehende Geschäft der Stationen sinnvoll ergänzen können. Beispielsweise richtet sich HVO an Teile der vorhandenen Verbrennerflotte und kann grundsätzlich in die bestehende Kraftstoffinfrastruktur integriert werden. Beim Ladestrom konkurrieren die Tankstellen hingegen nicht nur untereinander, sondern stehen auch im Wettbewerb mit Branchenfremden, wie z. B. Handel, Gastronomie oder spezialisierten Ladeparks. Darüber hinaus wird die Nachfrage nach öffentlichen Ladeangeboten durch Lademöglichkeiten zu Hause und am Arbeitsplatz begrenzt, die zwar nicht als unmittelbare Wettbewerber am Markt auftreten, aus Sicht der Nutzer jedoch Alternativen zum Laden an der Tankstelle darstellen. Innerhalb dieses Wettbewerbsumfelds sind für Tankstellen v. a. Schnellladeangebote relevant, da sie sich eher mit den vergleichsweise kurzen Aufenthaltszeiten an den Stationen verbinden lassen. Umsätze, die während des Ladevorgangs zusätzlich im Shop- und Servicebereich entstehen, können dabei zur Wirtschaftlichkeit beitragen.

Diese wachsende Vielfalt der Angebote erhöht die Anforderungen an die betrieblichen Abläufe. Dabei können z. B. Digitalisierung und Automatisierung dazu beitragen, personalintensive Prozesse angesichts eines durchschnittlichen Personalkostenanteils von 58,9 Prozent effizienter zu gestalten und den Energie- und Ressourceneinsatz besser zu steuern. Den dadurch möglichen Entlastungen stehen jedoch Investitionen in technische Systeme und neue Anforderungen an die Beschäftigten gegenüber. Für die Betreiber besteht deshalb eine besondere Herausforderung darin, die zukünftige Funktion des eigenen Standorts zu bestimmen und die verfügbaren Investitionsmittel auf diejenigen Geschäftsfelder zu konzentrieren, die unter den jeweiligen Standortbedingungen wirtschaftlich tragfähig sind.

Gemeinsam die Zukunft gestalten:

Wenn Gastronomie und Mobilität neue Wege gehen



© Reinhard Rosendahl/bft

Stefanie Greineder
Director Franchise Sales,
HANS IM GLÜCK Franchise GmbH

Warum steht HANS IM GLÜCK auf einer Mobility-Bühne?

Wir kommen nicht aus der Energieversorgung, dem Tankstellengeschäft oder der Ladeinfrastruktur. Wir kommen aus der Gastronomie. Die Frage, die uns beschäftigt, dürfte aber auch vielen Tankstellenunternehmerinnen und -unternehmern vertraut sein: Wie bleibt ein Standort attraktiv, wenn sich Frequenz, Verhalten und Konsumanlässe verändern?

Auch in der Gastronomie funktionieren vertraute Marktlogiken nicht mehr automatisch. Auf den ersten Blick wächst der Markt. Schaut man genauer hin, zeigt sich jedoch: Die höheren Umsätze sind oft preisgetrieben – nicht Ausdruck von mehr Nachfrage oder mehr Gästen. Gleichzeitig entscheiden Gäste bewusster, vergleichen stärker, bestellen digitaler und verbinden Marken stärker mit konkreten Situationen. Die Nachfrage verschwindet also nicht. Sie verlagert sich. Für uns war deshalb nicht die zentrale Frage: Wie verkaufen wir mehr Burger? Sondern: Wo entsteht künftig Nachfrage – und wie bleiben wir dort relevant?

Bei HANS IM GLÜCK konnten wir drei Veränderungen im Gästeverhalten erkennen. Erstens: Gäste bestellen häufiger digital. In einer Liefer-App konkurriert ein Burger nicht nur mit anderen Burgern, sondern mit allen verfügbaren Essensangeboten. Unsere Antwort ist unter anderem eine digitale Marke, mit der wir zusätzliche Nachfrage erschließen, ohne neue Restaurants bauen zu müssen. Der Übertrag auf Mobilitätsstandorte liegt nahe: Wenn Kunden sich in neue Kanäle bewegen, reicht es oft nicht, ein bestehendes Angebot einfach mitzunehmen.

Zweitens: Bekanntheit allein schafft noch kein Wachstum. Relevanz schafft Wachstum. Viele Gäste kennen HANS IM GLÜCK, denken aber nicht in jeder Situation an uns. Für den klassischen Restaurantbesuch sind wir präsent. Bei Mittagessen, Office Lunch oder Catering war das anders. Deshalb entwickeln wir Angebote, die zusätzliche Anlässe besetzen. Auch hier gibt es Parallelen zur Tankstelle: Frühstück, Kaffeepause, Ladepause, Reisepause, Abendpendler, Paketservice. Nicht jeder zusätzliche Umsatz braucht neue Kunden. Manchmal braucht es neue Gründe, warum bestehende Kunden an einen Standort denken.

Drittens: Nachfrage entsteht zunehmend an neuen Orten. Lange war die Logik in der

Gastronomie klar: Innenstadtlage, Sichtbarkeit, viele Passanten. Diese Logik funktioniert nicht mehr überall gleich gut. Gleichzeitig entstehen attraktive Konsumanlässe an Bahnhöfen, Raststätten, Ladeparks, Autohöfen und Mobilitätshubs. Für uns stellt sich die Frage: Wie bringen wir unsere Marke an diese Orte – so, dass das Format zum Standort passt?

Ein Ladepark funktioniert anders als ein Bahnhof, ein Autohof anders als eine Innenstadtlage. Deshalb denken wir nicht in „dem einen" neuen Restaurantkonzept, sondern in einem Werkzeugkasten: Self Ordering, fokussierte Prozesse, To-go-Fähigkeit, flexible Flächengrößen und skalierbare Betriebsmodelle. Die Innovation liegt weniger im Burger als in der Standortlogik dahinter.

Ein konkretes Beispiel ist unser Standort Rheintal West an der A13 bei Buchs in der Schweiz. Er ist ein Hybrid aus Full-Service-Restaurant und Verkehrsgastronomie: Aufenthaltsqualität und Geschwindigkeit, Sitzenbleiben und To-go, Restaurant und Raststätte. Seit der Eröffnung Anfang April konnten wir dort knapp 20.000 Gäste begrüßen und knapp 660.000 Euro Umsatz erzielen. Besonders spannend ist das Tagesprofil: Rund die Hälfte des Umsatzes entsteht bereits vor 17 Uhr. Die Gäste kommen zu anderen Zeiten, aus anderen Gründen und mit anderen Bedürfnissen.

Für Mobilitätsstandorte liegt darin eine Chance. Die Frage ist nicht nur: Wie bekomme ich mehr Frequenz? Sondern: Wie nutze ich die Frequenz, die bereits da ist? Mit zunehmender Ladezeit, längeren Aufenthalten und neuen Mobilitätsformen wird Zeit zu einer Ressource. Aus Verweildauer kann Konsumzeit werden. Zusätzliche Angebote schaffen Besuchsgründe. Ein gutes gastronomisches Angebot kann dazu beitragen, dass Gäste sich bewusst für einen Standort entscheiden.



Foto: © HANS IM GLÜCK GmbH

HANS IM GLÜCK Burgergrill Rheintal West

Für uns war die bft-Zukunftstagung ein sehr wertvoller Austausch. Sie hat gezeigt, wie nah sich Gastronomie und Mobilität in ihren Zukunftsfragen gekommen sind. Vielleicht liegt die Antwort auf die Zukunft der Mobilität nicht nur in neuen Antrieben, Ladeinfrastruktur oder digitalen Services, sondern auch in neuen Gründen, warum Menschen an einem Standort verweilen..

Anzeige



Shop-Trends:

Digitalisierung und Automatisierung in freien Tankstellenshops



© EHI

Tobias Röding
Lead Research Methodology,
EHI Retail Institute e.V.

Der Shop ist für freie Tankstellen ein wesentlicher Wertschöpfungsbereich. Auf vergleichsweise kleiner Verkaufsfläche wird ein erheblicher Teil der Wertschöpfung erzielt. Marktstudien weisen durchschnittliche Verkaufsflächen von 75 bis 80 Quadratmetern und Flächenproduktivitäten von über 15.000 Euro je Quadratmeter aus. EHI-Studien zeigen, dass Investitionen im Handel zunehmend auf Effizienz, Prozessstabilität und Datenverfügbarkeit ausgerichtet sind. Vor diesem Hintergrund gewinnen Geschwindigkeit, Automatisierung und KI-gestützte Prozesse weiter an Relevanz. Parallel investiert der Handel in Datenstrukturen für KI-Anwendungen sowie zusätzliche Erlösmodelle über Retail Media.

Auf der Verkaufsfläche stehen Transparenz, Aktualität und effiziente Prozesse im Mittelpunkt. Laut EHI Technologie Trends nutzen im Lebensmittelhandel 91 Prozent der Unternehmen elektronische Preisschilder, 61 Prozent setzen Mitarbeiter-Apps beispielsweise für Kommunikation, Aufgabenmanagement oder Schulungen ein und mehr als die Hälfte verfügt über eine Retail-Media-Strategie. Retail Media erweitert digitale Kontaktpunkte im Shop, in Apps und am Point of Sale um zusätzliche Vermarktungsmöglichkeiten und eröffnet damit neue Erlösquellen. Gleichzeitig gewinnen Anwendungen wie Couponing, App-Payment und Scan & Go als digitale Bestandteile der Customer Journey weiter an Bedeutung.

Checkout-Trends

Auch der Checkout entwickelt sich weiter. Laut EHI Checkout Trends sehen 60 Prozent der befragten Unternehmen Handlungsbedarf, den Kassenprozess mithilfe KI-basierter Anwendungen zu optimieren. 2024 lag dieser Anteil noch bei 33 Prozent. Kartenzahlungen erreichen rund 65 Prozent Umsatzanteil im stationären Einzelhandel, mobiles Bezahlen rund 19 Prozent aller kartengestützten Zahlungsvorgänge. Autonome Store-Konzepte werden weiterhin umgesetzt oder geplant, ihre Bewertung orientiert sich zunehmend am betriebswirtschaftlichen Nutzen. Aus Sicht der

Konsumenten stehen Flexibilität im Zeitmanagement mit 71 Prozent und Zeitersparnis mit 69 Prozent im Vordergrund. Ergänzend gewinnen mobile Endgeräte mit integrierter Kassenfunktion an Bedeutung.

Grundlage dieser Entwicklungen ist eine leistungsfähige digitale Infrastruktur. Laut EHI Technologie Trends setzen 92 Prozent der befragten Handelsunternehmen KI bereits im Unternehmen ein, 2023 waren es noch 69 Prozent. Gleichzeitig berichten 89 Prozent von einer Zunahme der Cyberangriffe. Kurzfristige Einsatzfelder liegen vor allem in Auswertungen, Kundenkommunikation und administrativen Prozessen. Voraussetzungen bleiben eine leistungsfähige Warenwirtschaft, konsistente Stammdaten, klar definierte Verantwortlichkeiten und eine belastbare IT-Sicherheitsstruktur.

Die Studienergebnisse verdeutlichen, dass Digitalisierung im Handel zunehmend auf Datenqualität, Prozessintegration und Automatisierung ausgerichtet ist. Angesichts des Wandels im Kraftstoffmarkt gewinnt die strategische Weiterentwicklung des Shopgeschäfts durch digitale Technologien zusätzlich an Bedeutung.

Anzeige



Die Zukunft gemeinsam möglich machen

Warum klassische Tabakprodukte tragende Säulen des Markts bleiben und starke Partnerschaften wichtiger denn je werden.



© Darius Kappes

Lukas Engelmann Lentzler
Corporate Affairs &
Communications Operations Manager,
JTI International Germany GmbH

„Die Zukunft soll man nicht voraussehen wollen, sondern möglich machen." – So sagte es einmal der Autor des „Kleinen Prinzen", Antoine de Saint-Exupéry. Dieses Zitat hat mehr mit der Tabak- und Nikotinbranche zu tun, als man auf den ersten Blick denken kann. Ich komme darauf zurück.

Wie keiner anderen Branche wird der Tabak- und Nikotinbranche ein nahes Ende zugetraut oder, je nach Standpunkt, sogar gewünscht. Die Zukunft der Tabak- und Nikotinbranche wird öffentlich und politisch häufig als Geschichte des Abschieds der klassischen Zigarette erzählt. Der Eindruck eines tiefgreifenden Umbruchs wird erweckt. Doch ein Blick auf die antizipierte Marktentwicklung zeichnet ein differenziertes Bild.

Fertigzigaretten und Feinschnitt weiterhin dominant

Der Markt für Tabak- und Nikotinprodukte wird in den nächsten Jahren eher eine Evolution als eine Revolution erleben. Unseren Prognosen zufolge gehen zwar die Volumina aller Tabaksegmente bis 2030 zurück, die Marktstruktur bleibt jedoch bemerkenswert stabil: Fertigzigaretten und Feinschnitt werden weiterhin dominant bleiben und den beachtlichen Großteil des Marktes ausmachen.

Innerhalb abnehmender gesamter Volumina werden so genannte Heated Products, also beispielsweise Tabakerhitzer, zwar gute Wachstumsraten verzeichnen können, können aber allenfalls als ergänzende Kategorie zu klassischen Produkten betrachtet werden.

Anstehende Überarbeitung der europäischen Tabakprodukt-richtlinie

Gleichzeitig steht die gesamte Branche sowie der Handel, inklusive der freien Tankstellen, aufgrund der anstehenden Überarbeitung der europäischen Tabakproduktrichtlinie (TPD III) vor erheblichen Herausforderungen. Die diskutierten Maßnahmen sind noch offen, lassen aber eine disruptive politische Stoßrichtung erahnen, die den Verkauf von Tabak- und Nikotinprodukten verkomplizieren soll.

Vor diesem Hintergrund gewinnt die Zusammenarbeit aus Industrie und Handel weiter an Bedeutung. Insbesondere die Tankstellen, die Tabakwaren als Frequenzbringer haben und weiterhin brauchen werden, stehen mit ihren Qualitätsmerkmalen wie Verfügbarkeit, Kundennähe und Verlässlichkeit im besonderen Fokus. Wir bei JTI sehen das und möchten Sie in Ihrer Position stärken. Potenziale bieten sich neben der klassischen Fertigzigarette auch beim Feinschnitt, wie beispielsweise Stopftabak.

Inhaltlich schließen möchte ich letztlich mit zwei Kernbotschaften: Die klassischen Tabakprodukte werden auch künftig die tragenden Säulen des Markts bleiben und eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft gelingt nur durch starke Partnerschaften. Insbesondere in einem ohnehin schon hochregulierten und möglicherweise noch stärker regulierten Umfeld ist eine enge Kooperation unerlässlich.

Und was ist mit dem Zitat von Antoine de Saint-Exupéry vom Anfang? Dem möchte ich gern anfügen: Die Zukunft macht man gemeinsam möglich und ein bisschen vorhersehen darf man sie auch.

Anzeige



Ausblick:

Energiewende im deutschen Kraftstoffmarkt



© Reinhard Rosendahl/bft

Hagen Reiners
Senior Editor Argusmedia

In Deutschland wird die Energiewende im Verkehr durch zwei regulatorische Werkzeuge vorangetrieben: die THG-Quote (Bundes-Immissionsschutzgesetz – BImSchG) und die CO_2-Abgabe (Brennstoffemissionshandelsgesetz – BEHG). Beide verteuern Diesel und Benzin und ermutigen Verbraucher so zum Umstieg. Die THG-Quote fördert zudem bestimmte alternative Kraftstoffe. Beide Instrumente wirken bei der Inverkehrbringung von Kraftstoffen, sie fallen in der Regel bei der Verladung auf Tankwagen an beim Zoll registrierten Tanklagern an.

Wie funktionieren CO_2-Abgabe und THG-Quote und mit welcher zukünftigen Entwicklung ist zu rechnen?

CO_2-Abgabe

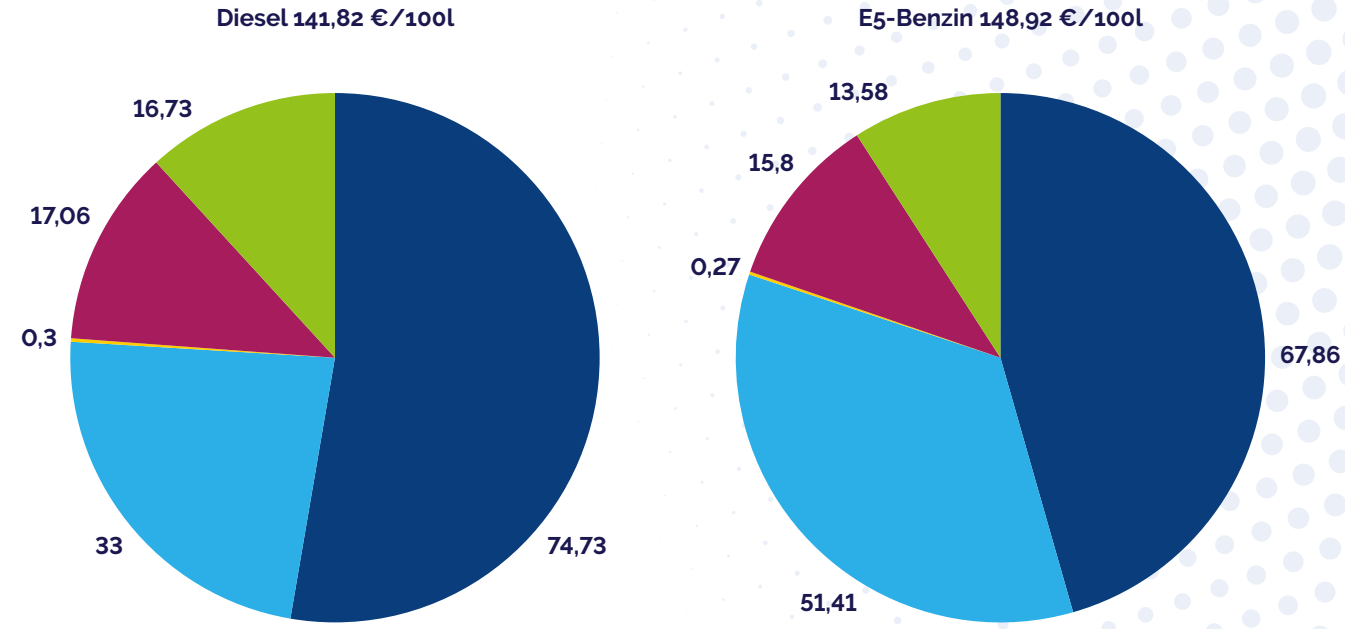
Anbieter müssen für jede Tonne CO_2, die sie in Form von Heizöl, Diesel und Benzin in Verkehr bringen, in den Klimatransformationsfonds einzahlen. Diese CO_2-Abgabe wurde 2021 zu einem Fixpreis von 25 €/t CO_2e eingeführt. Seitdem ist sie sukzessive gestiegen. In den Jahren 2026 und 2027 wird sie zwischen 55 und 65 €/t CO_2e versteigert mit der Option, fehlende Zertifikate für einen Festpreis von 68 €/t CO_2e nachzukaufen – und tatsächlich waren die ersten Auktionen im Juli stark überzeichnet.

Ob sich der Aufwärtstrend der CO_2-Abgabe weiter fortsetzt, ist unklar, denn im Jahr 2028 soll sie in den Europäischen Emissionshandel ETS 2 übergehen. Noch existiert dieser Markt nicht und auch Futures-Kontrakte werden noch kaum gehandelt. Zudem wird auf politischer Ebene noch verhandelt, wie viele Emissionsberechtigungen von der EU emittiert werden sollen und ob es Preisobergrenzen geben soll, um die Belastung für Verbraucher zu reduzieren.

THG-Quote

Anbieter müssen dieses Jahr 12 Prozent des CO_2, das sie in Form von Diesel und Benzin in Verkehr bringen, kompensieren, indem sie entsprechend viel Biokraftstoffe bereitstellen.

Argus O.M.R. Preisnotierungen
Bundesdurchschnittspreisnotierung vDIP 1. Juni 2026



Das Schaubild zeigt den rechnerischen Anteil beider Kostenelemente an den Argus O.M.R. Preisnotierungen in €/100 l.

Aber auch Strom aus Elektromobilität und Wasserstoff kann auf das Erreichen der Quote angerechnet werden. Dabei schreibt die THG-Quote vor, welche Biokraftstoffe in welchem Ausmaß verwendet werden müssen, und schafft Anreize für bestimmte Erfüllungsmöglichkeiten. Jedoch sind bisher alle Biokraftstoffe sowie Wasserstoff/E-Fuels teurer im Einkauf als die fossilen Alternativen. Dadurch wird die Erfüllung der THG-Quote zu einem Kostentreiber für Diesel und Benzin.

Die Bundesregierung hat im Mai dieses Jahres einen Anstieg der THG-Quote auf 65 Prozent im Jahr 2040 verabschiedet inklusive ambitionierter Mandate für sog. fortschrittliche Biokraftstoffe und Wasserstoff/E-Fuels. Dies wird die Energiewende in den kommenden Jahren maßgeblich gestalten.

In Argus O.M.R. Fuels Preisnotierungen sind CO_2-Abgabe und THG-Quote stets so enthalten, wie sie vom Markt bei der Inverkehrbringung von Heizöl, Diesel und Benzin eingepreist werden.

Neue Kunden gewinnen

Erfolgsfaktoren für die Zukunft von Tankstellenshops



© Lekkerland
Hintergrund: marco/adobestock

Philipp Pauly
Chief Sales Officer, Lekkerland SE

Die Tankstellenbranche befindet sich mitten in einem grundlegenden Wandel. Die klassischen Umsatz- und Frequenzbringer Kraftstoff und Tabak verlieren seit Jahren an Bedeutung. Während die Kraftstoffabsätze durch effizientere Fahrzeuge und die zunehmende Elektromobilität sinken, beeinträchtigen regulatorische Eingriffe und veränderte Konsumgewohnheiten das Tabakgeschäft. Für Tankstellen bedeutet das: Die Geschäftsmodelle, die bisher erfolgreich sind, werden in Zukunft allein nicht mehr ausreichen.

Hervorragende Ausgangsposition und viel Potenzial

Eine Antwort auf diese Herausforderung bietet die kontinuierlich wachsende Nachfrage nach Außer-Haus-Verzehr. Gesellschaftliche Entwicklungen wie die wachsende Zahl von Single-Haushalten und die zunehmende Mobilität tragen dazu bei, dass immer mehr Menschen immer häufiger unterwegs essen und trinken, besonders jüngere.

Tankstellen haben eine ausgezeichnete Ausgangsposition, um von dieser Entwicklung zu profitieren. Denn Befragungen zeigen, dass Konsumenten ihre hervorragenden Standorte, die langen Öffnungszeiten sowie den schnellen Service schätzen.

Dennoch entfällt bislang nur ein kleiner Anteil des Außer-Haus-Konsums von Speisen, Snacks und Getränken auf Tankstellenshops, konkret etwa 1 Prozent.

Verbraucherwünsche geben Weg vor

Einen möglichen Grund dafür liefert eine aktuelle Befragung von mehr als 1.000 regelmäßigen Tankstellenkunden: Dabei gaben 73 Prozent an, dass sich Tankstellenshops in den vergangenen zehn Jahren kaum oder gar nicht verändert hätten. Gleichzeitig haben sich die Verbraucherwünsche massiv gewandelt. Vegetarische und flexitarische Ernährung, High-Protein-Produkte, alkoholfreie Alternativen oder pflanzliche Milchprodukte sind heute selbstverständlich.

Besonders bemerkenswert ist: Rund zwei Drittel der Befragten können sich vorstellen, häufiger oder mehr im Tankstellenshop zu kaufen – sofern sich das Angebot weiterentwickelt. Als wichtigste Wünsche nennen sie attraktivere Preise, mehr Frische-Produkte, zusätzliche Services sowie ein angenehmeres Einkaufsumfeld.

Jüngere Generationen kommen häufiger

Tankstellen kann das als Kompass auf dem Weg in die Zukunft dienen. Wer seinen Shop an den Bedürfnissen seiner Kunden ausrichtet, Trends aufgreift, innovative Produkte anbietet und mit preisgünstigen Alternativen und regelmäßigen Aktionsangeboten die Preiswahrnehmung positiv beeinflusst, ist demnach in der richtigen Richtung unterwegs.

Klar ist: Der Weg ist lang und erfordert Mut und Ausdauer. Nicht jede Innovation wird sofort erfolgreich sein. Doch wer neue Produkte testet, aus Erfahrungen lernt und konsequent an Verbesserungen arbeitet, schafft die Grundlage für langfristiges Wachstum.

Wichtig ist zudem: Wie der richtige Weg aussieht, hängt vom jeweiligen Standort und seiner Kundschaft ab. Beispielsweise ist die Nachfrage nach Frische-Produkten in manchen Lagen deutlich größer als in anderen.

Wenn es um die Zukunftsperspektiven von Tankstellen geht, stimmt der Blick auf die jüngeren Generationen besonders optimistisch. Sie nutzen Tankstellenshops deutlich häufiger als ältere Zielgruppen und sind offen für neue Konzepte, Produkte und digitale Einflüsse. Auch hier gilt: Die Ausgangsposition ist gut – jetzt geht es darum, das Beste daraus zu machen.

Anzeige

girocard



IN-APP-ZAHLUNGEN MIT GIROCARD: VERTRAUT, EINFACH UND SICHER

Schaffen Sie einen echten Mehrwert und rücken Sie Ihre eigene App noch stärker in den Fokus. Mit der girocard bieten Sie Ihren Kundinnen und Kunden eine vertraute und unkomplizierte Zahlungsmethode.

Gleichzeitig profitieren Sie von attraktiven Händlerentgelten und der hohen Verbreitung der Debitkarte der deutschen Banken und Sparkassen.

Jetzt pilotieren und die girocard in die eigene App integrieren.

Mehr Infos hier:

Mehr Klarheit bei HVO100:

UBA präzisiert wasserrechtliche Einstufung – Erleichterungen im Gefahrgutrecht



© Sandra Kühnapfel

Sarah Schmitt
Leiterin Recht, Regulatorik & Governance

Für Betreiber von Tankstellen und Unternehmen mit eigener Kraftstofflogistik gibt es zwei wichtige regulatorische Entwicklungen: Das Umweltbundesamt (UBA) hat die wasserrechtliche Einstufung von Dieselkraftstoff und HVO100 konkretisiert. Zudem schafft eine neue multilaterale Vereinbarung im Gefahrgutrecht Rechtssicherheit für den Transport paraffinischer Dieselkraftstoffe wie HVO100.

I. UBA bestätigt WGK 2 für Dieselkraftstoff und Heizöl EL

Das Umweltbundesamt hat die wasserrechtliche Einstufung von Dieselkraftstoff (Kenn-Nr. 76) und Heizöl EL (Kenn-Nr. 119) überprüft. Anlass war die zwischenzeitliche Einstufung dieser Stoffe als reproduktionstoxisch, die eine erneute Bewertung nach der Verordnung über Anlagen zum Umgang mit wassergefährdenden Stoffen (AwSV) erforderlich machte.

Das Ergebnis: Eine Änderung der Wassergefährdungsklasse ist nicht erforderlich. Dieselkraftstoff und Heizöl EL (extra leichtflüssig) bleiben weiterhin der **Wassergefährdungsklasse 2 (WGK 2)** zugeordnet.

Das UBA plant allerdings, die bisherigen Einstufungen künftig strukturell neu zu ordnen und teilweise neu zu bezeichnen. Die entsprechenden Änderungen befinden sich derzeit noch im Entwurfsstadium.

HVO100: Hauptkomponente jetzt ausdrücklich in Rigoletto veröffentlicht

Für HVO100 hat das UBA ebenfalls eine wichtige Klarstellung vorgenommen. Der Stoff **„Renewable hydrocarbons (diesel type fraction)“ (EG-Nr. 700-571-2)**, der in den Sicherheitsdatenblättern vieler HVO100-Kraftstoffe als Hauptbestandteil ausgewiesen wird, ist nun ausdrücklich in der Stoffdatenbank Rigoletto veröffentlicht und der **Wassergefährdungsklasse 1 (WGK 1)** zugeordnet.

Nach Angaben des UBA war der Stoff zwar bereits bislang über bestehende Gruppeneinstufungen erfasst, jedoch nicht eigenständig über seine EG-Nummer recherchierbar. Die nun erfolgte Veröffentlichung verbessert die Transparenz und erleichtert Behörden, Sachverständigen sowie Anlagenbetreibern die Nachvollziehbarkeit der Einstufung.

Maßgeblich bleibt das konkrete Kraftstoffgemisch

Trotz der Veröffentlichung gilt weiterhin: Entscheidend für die wasserrechtliche Bewertung ist nicht die Bezeichnung **„HVO100“**, sondern die tatsächliche Zusammensetzung des jeweiligen Kraftstoffs einschließlich der verwendeten Additive. Betreiber sollten deshalb auch künftig darauf achten, dass die Sicherheitsdatenblätter sowie die zugrunde liegende WGK-Einstufung des eingesetzten Produkts vollständig vorliegen und dokumentiert sind.

Was bedeutet das für Tankstellen?

- Dieselkraftstoff und Heizöl EL bleiben nach der Neubewertung des UBA der **WGK 2** zugeordnet.
- Die häufig verwendete HVO100-Hauptkomponente „Renewable hydrocarbons (diesel type fraction)“ ist nun ausdrücklich in Rigoletto veröffentlicht und der **WGK 1** zugeordnet.
- Für HVO100 bleibt die Einstufung des **konkreten Kraftstoffgemisches einschließlich der Additive** maßgeblich.
- Ein unmittelbarer Handlungsbedarf besteht derzeit nicht. Sicherheitsdatenblätter und wasserrechtliche Einstufungen sollten jedoch weiterhin sorgfältig dokumentiert werden.

Einordnung des bft

Der bft begrüßt die Klarstellungen des Umweltbundesamtes. Sie tragen dazu bei, die in den vergangenen Monaten entstandenen Unsicherheiten bei Behörden, Sachverständigen und Anlagenbetreibern weiter abzubauen. Der Verband hat die Entwicklungen zur wasserrechtlichen Einstufung von HVO100 von Beginn an eng begleitet und seine Mitglieder fortlaufend informiert. Die aktuellen Veröffentlichungen schaffen zusätzliche Rechtssicherheit für Betreiber und Vollzugsbehörden.

II. Gefahrgutrecht: Erleichterungen für Transporte von HVO100

Auch im Gefahrgutrecht gibt es eine praxisrelevante Neuerung. Mit der multilateralen Vereinbarung M369 wurde eine bislang bestehende Regelungslücke geschlossen. Künftig ist ausdrücklich klargestellt, dass die im Mineralöltransport üblichen AT-Tankfahrzeuge auch für den Transport von HVO100 und anderen paraffinischen Dieselkraftstoffen nach EN 15940 verwendet werden dürfen.

Die Vereinbarung gilt bereits im innerstaatlichen Verkehr in Deutschland sowie im grenzüberschreitenden Verkehr zwischen den ADR-Vertragsstaaten, die M369 unterzeichnet haben. Sie ist bis zum 31. Dezember 2026 befristet. Zum 1. Januar 2027 wird die Regelung regulär in das ADR übernommen.

Dokumentationspflicht beachten

Bis zum Ablauf der Übergangsregelung muss im Beförderungspapier zusätzlich folgender Vermerk aufgenommen werden:

„Beförderung vereinbart nach Abschnitt 1.5.1 des ADR (M369)“

Einordnung des bft

Mit der Vereinbarung M369 werden bestehende Rechts- und Vollzugsunsicherheiten beim Transport paraffinischer Dieselkraftstoffe beseitigt. Unternehmen, die HVO100 oder vergleichbare Kraftstoffe mit eigenen Tankwagen oder über beauftragte Speditionen transportieren, erhalten damit die notwendige Rechtssicherheit. Bis zur Übernahme der Regelung in das ADR 2027 sollte jedoch die zusätzliche Dokumentationspflicht konsequent beachtet werden.

Führung ist kein Talent, es ist eine Entscheidung



© Performing Systems GmbH, Fotografin Sara Oberascher

Marcus Appelt
Spezialist für Führung, Kommunikation und Wirkungsgrad

Stellen Sie sich vor, ich frage Sie: Was macht einen Superhelden aus? Mut, würden die meisten sagen. Stärke. Verantwortung. Sich für andere einsetzen. Dann sage ich: Genau das sind Sie. Als Führungskraft. Jeden Tag.

Nicht, weil Führung glamourös ist. Sondern, weil Menschen auf Sie schauen – ob Sie wollen oder nicht. Und weil das, was Sie tun oder lassen, direkte Konsequenzen hat. Für Ihre Mitarbeiter, Ihre Kunden, Ihren Betrieb.

Wie wirksam sind Sie wirklich?

Führungskräfte haben einen Wirkungsgrad. Manche bewegen ihr Team mit einem Satz. Andere reden eine Stunde und es passiert nichts. Der Unterschied liegt nicht in der Lautstärke – er liegt im Status und in der Kommunikation.

Status entsteht nicht durch Titel. Er entsteht, wenn Mitarbeiter spüren, dass Sie sie kennen – was sie antreibt, was sie brauchen. Wer das weiß und danach handelt, führt. Wer es nicht weiß, verwaltet.

Zuhören ist unterschätzter als Reden

Charisma bringt Menschen dazu, Ihnen zuzuhören. Empathie bringt sie dazu, Ihnen zu folgen – das ist der härteste Hebel in der Führung.

Empathie bedeutet: zuerst zuhören, dann reagieren. Ein Mitarbeiter, der seit Wochen

unmotiviert wirkt, braucht kein Gespräch über Kennzahlen. Er braucht jemanden, der fragt: Wie geht es dir wirklich? Wer diese Frage stellt und die Antwort aushält, verändert mehr als jede Zielvereinbarung.

Klarheit ist ein Geschenk

Viele Führungskräfte vermeiden unangenehme Gespräche. Sie hoffen, dass sich das Problem von selbst löst. Es löst sich nicht.

Manche Dinge sind klar: Pünktlichkeit, Hygieneregeln, Sicherheit. Andere – Motivation, Freundlichkeit, Engagement – sind schwerer zu greifen. Aber auch sie gehören angesprochen. Wer schweigt, führt nicht.

Das gilt auch, wenn jemand häufig fehlt. Ein ehrliches Gespräch ist kein Angriff. Es ist Klarheit – und Klarheit ist das Fairste, was eine Führungskraft ihrem Mitarbeiter geben kann.

Konsequenz beginnt mit Wertschätzung

Konsequente Führung bedeutet berechenbar zu sein – in beide Richtungen. Wer Fehler anspricht, muss auch Leistung anerkennen. Nicht das Pflichtgespräch zum Jahresende – sondern ein Moment, in dem ein Mitarbeiter spürt: Ich werde gesehen.

Führung ist keine Frage des Talents. Es ist eine Frage der Entscheidung. Die Entscheidung, hinzuschauen. Anzusprechen. Klarzumachen. Und auch Danke zu sagen.

Wer das tut, ist kein Vorgesetzter mehr. Er ist ein Führungsheld.

Marcus Appelt, ist Unternehmer, Speaker und Autor (mehr: www.marcus-appelt.de).

Anzeige



FIRMENGRUPPE BRÜCK

Lassen Sie Ihr Unternehmensdesign von uns stilvoll in Szene setzen! Durch intelligenten Materialmix und modernste Beleuchtungstechnik ist die Wirkung weithin sichtbar – bei Tag und Nacht! Wir sind die Profis für: Preisanzeigen, Tankdach-Verblendungen, Werbemasten, Beschilderungen, Displays, Pylone, Transparente ...

Licht+Werbetechnik Hermann Brück

Deutschlands Arbeitsmarkt im Umbruch

Was das für Energiewirtschaft und freie Tankstellenbetreiber bedeutet



© Stepstone

Mohamed Merei
Head of Regional Sales,
The Stepstone Group

Die wirtschaftliche Lage in Deutschland bleibt herausfordernd, zuletzt gab es jedoch erste Erholungssignale. Im April senkte die Bundesregierung ihre Wachstumsprognose für 2026 von 1,0 auf 0,5 Prozent, vor allem wegen gestiegener Energie- und Rohstoffpreise infolge des Nahost-Konflikts. Im zweiten Quartal wuchs die Wirtschaft stärker als erwartet. Ob die Erholung anhält, bleibt offen.

Auf dem Arbeitsmarkt ist davon bislang wenig zu spüren. Die Arbeitslosenquote stieg von knapp über fünf Prozent in den Jahren 2022 und 2023 auf zuletzt rund 6,5 Prozent. Seit den Höchstständen 2023 ist die Zahl der Beschäftigten im verarbeitenden Gewerbe um rund 400.000 gesunken, in der Automobilindustrie um rund 90.000. Für viele Beschäftigte stellt sich damit die Frage nach neuen beruflichen Perspektiven. Laut einer Stepstone-Befragung würden 87 Prozent einen Branchenwechsel erwägen, wenn die Nachfrage nach ihren Fähigkeiten sinkt. Tankstellenbetreiber können diese Offenheit in ihrer Personalsuche gezielt ansprechen.

Hohe Wechselbereitschaft

Die Wechselbereitschaft ist hoch. Laut Stepstone Hiring Trends Update 2026 sind 94 Prozent grundsätzlich offen für eine neue Stelle, 59 Prozent suchen aktiv. Zugleich gewinnt Jobsicherheit bei der Jobwahl an Bedeutung. Um wechselbereite Beschäftigte zu überzeugen, sollten Tankstellenbetreiber ihre Stärken als Arbeitgeber konkret vermitteln. Dazu zählt ihre wichtige Funktion für die lokale Mobilität und Versorgung. Ebenso entscheidend sind attraktive Arbeitsbedingungen und deren klare Kommunikation, etwa zu planbaren Arbeitszeiten, Vergütung und langfristigen Beschäftigungsperspektiven. Wer zusätzlich Quereinstiege ermöglicht und Menschen aus anderen Branchen anspricht, kann den potenziellen Kandidatenkreis erweitern.

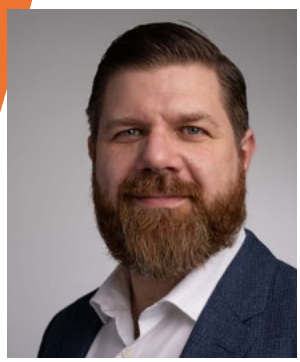
Die Personalgewinnung bleibt dennoch anspruchsvoll. Verkaufsberufe und klassische Positionen im Stationsbetrieb zählen zu den besonders schwer zu besetzenden Stellen, wie Gespräche mit Unternehmen aus der Branche zeigen. Umso wichtiger ist es, passende Kandidatinnen und Kandidaten gezielt zu erreichen.

Recruiting-Paket für Tankstellenbetreiber

Mit All Jobs können Tankstellenbetreiber ihren jährlichen Personalbedarf in einem individuell kalkulierten Recruiting-Paket bündeln. Offene Positionen lassen sich ganzjährig veröffentlichen und innerhalb der Vertragslaufzeit bis zur Besetzung online halten. So bleiben Recruitingkosten planbar und Stellen kontinuierlich sichtbar.

Quellen: ifo Institut; tagesschau; SIPRI/Statista; Deutsche Bahn; Destatis; Financial Times; Bundesagentur für Arbeit; Stepstone Hiring Trends Update 2026; Julius Probst (Senior Economist – The Stepstone Group)

Kaddik kommentiert



© Simon Blackley

Dem Zauberlehrling schlägt's zwölf

Goethes Zauberlehrling hatte einen Besen, der nicht mehr aufhörte, die Politik bricht Regulierung übers Knie, ohne Mechanismen oder Folgen zu bedenken. Zwei Minuten nach zwölf. Kasse, Zapfsäule, Preismast und Meldesystem haben ihre Arbeit erledigt – nur nicht alle in derselben juristischen Sekunde. Aus einem technischen Ablauf wird ein Verstoß. Aus einem mittelständischen Unternehmer ein Fall für die Behörde. Manchmal braucht es keine 200 Seiten Gesetzesbegründung, um deutsche Wirtschaftspolitik in Aktion zu sehen. Drei Minuten reichen.

Besonders pikant: Die deutsche 12-Uhr-Regel ist aus Österreich abgeschrieben – jedoch aus alten Unterlagen. Österreich hat den Unsinn der juristischen Sekunde längst praxistauglich gelöst. Entscheidend ist, dass die Umstellung um 12 Uhr angestoßen wird. Für technisch notwendige Abläufe gibt es einen Puffer. Deutschland hat die Überschrift übernommen und die Lernerfahrung liegen gelassen. Hier werden selbst zwei oder drei Minuten zum Fall für die Behörde. In Niedersachsen für den April mit einem Verwarngeld von 55 Euro, ab Mai ein Bußgeld von 100 Euro. In einem Land, in dem die Bahn als pünktlich gilt, wenn sie nicht mehr als sechs Minuten Verspätung hat, ist das beachtlich. Bürokratie kann erstaunlich pünktlich sein, wenn sie den Falschen trifft.

Dabei löst die Regel kein Preisproblem. Sie verwaltet nur dessen sichtbares Ende. Kraftstoffpreise entstehen auf Weltmärkten, in Raffinerien und Lieferketten, beeinflusst von Kriegen, Wechselkursen, Verfügbarkeit. Die gestiegenen Preise sind weder vom Himmel gefallen, noch will sie ein guter Kaufmann haben. Sie verhageln nämlich das Zusatzgeschäft. Die Tankstelle als Ende der Wertschöpfungskette macht den Preis sichtbar, aber sie erzeugt ihn nicht. Trotzdem sucht die Politik weiter dort nach dem Problem, wo die Zahlen am Straßenrand leuchten, während man schön 1,15 Euro pro Liter in den Klingbeilbeutel schleust.

Getroffen werden keine abstrakten „Tankstellen". Es trifft Unternehmen, Arbeitgeber und Investoren. Betriebe, die Shops modernisieren, Gastronomie aufbauen, Prozesse digitalisieren und in Ladepunkte, HVO oder andere Energieträger investieren. Vielerorts sind sie zugleich Nahversorger und regionale Infrastruktur. Hält sich die Kundschaft wegen des Preissprungs nach zwölf zurück, fehlen nicht nur Liter. Dann fehlen auch Kaffee, Brötchen, Wäsche und Shopumsatz. Mitten in der Transformation nimmt die Politik diesen Betrieben Flexibilität und gibt ihnen zusätzliches Haftungsrisiko.

Weil man nicht genug gezaubert hat, versucht man sich nun an Preisdeckeln. Das Luxemburger Modell konnte im Bundesrat zunächst abgewendet werden, die SPD nimmt aber erneut Anlauf und Applaus von weiter links. Das ist ähnlich durchdacht wie die 12-Uhr-Regel, nur das hier eine Monsterbürokratie mit mindestens 16 Preisdeckeln kommen müsste. Der versprochene Bürokratieabbau ist das irgendwie nicht.

Goethes Zauberlehrling hatte immerhin die Ausrede, den Spruch zum Beenden nicht gelernt zu haben. Unsere Politik hat die korrigierte österreichische Anleitung vorliegen – und arbeitet trotzdem mit dem alten Blatt.

BAFA-Förderung für Tankstellen:

Lichtwart und Enity übernehmen die BAFA Modul-3-Anträge



© Lichtwart GmbH

Jackson Bond
CSO & Head of Business Development,
Lichtwart GmbH

Freie Tankstellen stehen unter Kostendruck – steigende Energiepreise, teure Technikeinsätze und wachsende Nachweispflichten. Der Technologieanbieter Lichtwart übernimmt gemeinsam mit seinem Partner Enity ab sofort die Beantragung der BAFA-Förderung „Modul 3“ (Bundesförderung für Energie- und Ressourceneffizienz in der Wirtschaft) für Tankstellenbetreiber.

Gefördert werden Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Sensorik sowie Energiemanagement-Software. Erfasst und gesteuert werden die zentralen Verbrauchsbereiche einer Station – Forecourt, Shop, Waschstraße und SB-Waschplätze: Strom- und Wasserverbrauch, Kühlmöbel und Kühlkette, Beleuchtung, Klima und Kompressoren sowie Zapf- und Tanktechnik. Die enity EMS Software ist ISO 50001 zertifiziert und von der BAFA anerkannt und gelistet – zusammen mit dem Lichtwart Core V2 wird die Installation förderfähig.

Im Vordergrund steht ein klares Ziel: Betriebskosten senken – Energie, Wartung und CO_2. Über Fernüberwachung und Echtzeit-Alarmierung lassen sich Störungen und Havarien früh erkennen und vermeiden – etwa Wasserverluste, deren Folgekosten je Ereignis zwischen 7.000 und 150.000 Euro liegen können. Statt Zufallsfunden liefert das System präzise Hinweise, bevor Schäden entstehen.

Die Technik ist als Standardkonfiguration ausgelegt und über viele Standorte hinweg wiederholbar. Sie erfüllt zugleich die Anforderungen eines Energiemanagements nach ISO 50001 und liefert die Datenbasis für Nachhaltigkeits- und Berichtspflichten.

Der Ablauf ist standardisiert: zuerst Systemkonzept und Förderantrag – zwingend vor Vorhabenbeginn. Nach dem Zuwendungsbescheid folgt die Installation, anschließend

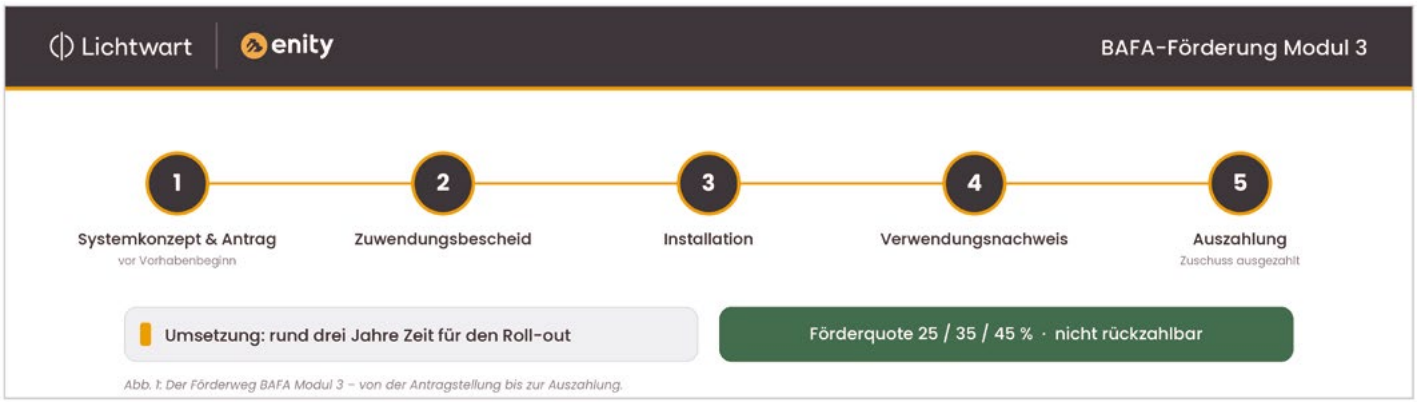


Abb. 1: Der Förderweg BAFA Modul 3 – von der Antragstellung bis zur Auszahlung.

Verwendungsnachweis und Auszahlung; von Antrag bis Bescheid vergehen meist einige Wochen. Für die Umsetzung bleibt komfortabel Zeit: Sie muss innerhalb von rund drei Jahren erfolgen – genug Spielraum für einen geordneten Roll-out ohne Zeitdruck.

Die Förderquote beträgt je nach Unternehmensgröße 25, 35 oder 45 Prozent auf die förderfähigen Investitions- und Installationskosten – ein nicht rückzahlbarer Zuschuss, der die Anfangsinvestition deutlich reduziert.

Erste Förderanträge sind eingereicht, weitere in Vorbereitung. Volker Baumann von Enity zeigt sich zuversichtlich, dass die Förderung gelingt.

Lichtwart und Enity begleiten Betreiber aus einer Hand – von der Standortbegehung über Systemkonzept und Antrag bis zum Nachweis.

Anzeige



STRACKE 35 JAHRE
Ladenbau - Möbelbau
strackegmbh.de



35 Jahre Handwerk. **Wir können das.**



Wenn Steuerpolitik den Schwarzmarkt füttert

Australiens Tabakkrise als Warnung für Europa

GLOBAL CONVENIENCE VISION GROUP
AN INITIATIVE FROM THE RETAIL MARKETEERS
VISION GROUP NETWORK

Australien galt lange als Vorreiter der Tabakkontrolle. Heute zeigt das Land, welche Folgen eine extreme Kombination aus hohen Steuern und strenger Regulierung haben kann. Beim jüngsten Meeting der Global Convenience Vision Group (GCVG) schilderte Theo Foukkare, CEO der Australian Association of Convenience Stores (AACS), die Entwicklung.

Eine legale Schachtel Zigaretten kostet in Australien inzwischen 40 bis 50 AUD, illegale Ware dagegen nur 7 bis 15 AUD. Nach Einschätzung Foukkares kaufen mittlerweile sieben von zehn erwachsenen Tabakkonsumenten illegal. Die Folgen reichen weit über Umsatzverluste hinaus: Der Schwarzmarkt wird mit organisierter Kriminalität, Gewalt und zahlreichen Brandanschlägen in Verbindung gebracht.

Auch fiskalisch ist die Entwicklung bemerkenswert: Die jährlichen Tabaksteuereinnahmen sind von rund 16 Milliarden auf etwa 5 Milliarden AUD gefallen. Gleichzeitig hat der Convenience-Handel innerhalb von fünf Jahren rund 2,5 Milliarden AUD verloren. Tabak steht inzwischen nur noch für 17 Prozent der In-Store-Umsätze – früher waren es mehr als 40 Prozent.

Die australische Erfahrung ist auch für Deutschland und Europa relevant: **Steuern und Regulierung können einen Kipppunkt erreichen, an dem Nachfrage nicht verschwindet, sondern in illegale Märkte abwandert.** Die Folgen können sinkende Steuereinnahmen, wachsende Kriminalität und eine Schwächung des legalen Handels sein.

Für Convenience-Händler folgt daraus zugleich eine strategische Aufgabe: Die Abhängigkeit von Fuel und Tabak muss sinken. **Foodservice, Foodvenience, Digitalisierung und neue Ertragssäulen** werden wichtiger, um Geschäftsmodelle widerstandsfähiger zu machen.

Die wichtigsten GCVG-Erkenntnisse:

- Fuel und Tabak sind langfristig keine sicheren Ertragssäulen.
- Verbote und hohe Steuern können illegale Märkte begünstigen.
- Foodservice und Foodvenience schaffen neue Ertragspotenziale.
- Technologie und Daten werden für den Convenience-Handel immer wichtiger.
- Erfolgreiche Betreiber diversifizieren ihr Geschäft frühzeitig.

Über die GCVG

Die Global Convenience Vision Group bringt internationale Entscheider aus Convenience und Mobility Retail zusammen, um Erfahrungen, Trends und Zukunftskonzepte auszutauschen. Die Erkenntnisse werden in den GCVG Vision Reports öffentlich zugänglich gemacht.

Alle Reports:
https://vgnsharing.com/vision-report-library/

Daniel Kaddik in die Global Convenience Vision Group berufen

Daniel Kaddik, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands Freier Tankstellen (bft), wurde Anfang Juni 2026 in die internationale **Global Convenience Vision Group (GCVG)** berufen. Das Netzwerk bringt führende Vertreter der internationalen Convenience-, Foodservice- und Mobility-Retail-Branche zusammen und fördert den Austausch über Trends, Best Practices und Zukunftskonzepte.

Christian Warning, Gründer und Managing Partner von The Retail Marketeers sowie Co-Founder der GCVG, erklärt:
„Mit Daniel Kaddik gewinnt die Global Convenience Vision Group eine starke Stimme des deutschen Mittelstands. Gerade in Zeiten tiefgreifender Transformation ist es wichtiger denn je, internationale Erfahrungen mit den Herausforderungen unserer Märkte zu verbinden."

Für den bft eröffnet die Mitgliedschaft einen direkten Zugang zu internationalem Know-how – etwa zu alternativen Energien, Foodvenience, Digitalisierung und neuen Kundenbedürfnissen. Erkenntnisse und erfolgreiche Konzepte aus internationalen Märkten sollen künftig gezielt für die rund 500 bft-Mitgliedsunternehmen nutzbar gemacht werden.

„Die Herausforderungen unserer Branche sind international ähnlich, die Lösungsansätze jedoch oftmals unterschiedlich. Unser Ziel ist es, erfolgreiche Ideen aus aller Welt für die bft-Mitglieder zugänglich zu machen und konkrete Impulse für den deutschen Markt abzuleiten", erklären Daniel Kaddik und Christian Warning.



Foto: © bft

Daniel Kaddik, bft-Hauptgeschäftsführer mit Christian Warning, Co-Founder der GCVG.

Anzeige



Die Zukunft – ist die Politik auf dem richtigen Weg?

BDWi
Bundesverband der Dienstleistungswirtschaft



© Frank Nürnberger

Matthias Bannas
Leiter Verbands-kommunikation BDWi

Wenn man Entscheidungen und Ankündigungen zugrunde legt, wie die Fortschreibung der hohen Energiebesteuerung, die unverhältnismäßige Anhebung der Tabaksteuer oder die Abschaffung von Mini-Jobs, sind Zweifel angebracht. Im Gegenzug kann man der Bundesregierung zugutehalten, dass es ihr immerhin ein Stück weit zu gelingen scheint, das Sozialversicherungssystem zu reformieren und die Kosten einzudämmen.

Auf Landesebene zeigen Sachsen und Thüringen, dass es nicht einfach, aber möglich ist, mit instabilen Mehrheiten zu regieren. Es ist richtig, die prognostizierten Erfolge der Parteien der Ränder in Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern und Berlin sind erschreckend. Dennoch ist es nicht ausgeschlossen, dass sich brauchbare Lösungen in der politischen Mitte finden werden.

In punkto Brüssel scheint sich nicht so viel geändert zu haben. Obwohl mit den sogenannten Omnibus-Gesetzespaketen Bürokratie und Regulierung abgebaut werden, entstehen auf der anderen Seite ständig neue Richtlinien, Verordnungen und zusätzliche Bestimmungen auf der Grundlage sogenannter delegierter Rechtsakte/Regulierungsermächtigungen. Diese europäischen Gesetze werden nach und nach in Deutschland umgesetzt und belasten die Wirtschaft. Ändern lässt sich in der Regel nichts mehr, das zeigen aktuell die Themen Arbeitszeit oder Entgelttransparenz. Im Gegenteil, bei der Umsetzung werden oft zusätzliche Bürokratielasten draufgesattelt. Es wäre viel gewonnen, wenn es der Bundesregierung gemeinsam mit anderen EU-Mitgliedern gelänge, der europäischen Gesetzgebungsmaschine in die Speichen zu greifen. Das hat Bundeskanzler Merz zumindest mehrfach angekündigt. Es scheint aber doch mit zu viel Schmerzen verbunden zu sein.

Trotz aller Skepsis auf Grund der europäischen Regulierungswut ist die EU für die deutsche Wirtschaft unverzichtbar. Deutschland ist viel zu klein, um seine Interessen wirksam auf der Weltbühne durchzusetzen. Außerdem sind wir der größte Profiteur des europäischen Binnenmarktes.

Deutschland ist immer noch die drittgrößte Volkswirtschaft der Welt. Trotz aller Unkenrufe und Untergangsszenarien sind die Chancen für eine positive Zukunft gegeben. Dafür muss die Politik auf allen Ebenen eine gute Wirtschaftspolitik machen.

EU-Aktionsplan zur Elektrifizierung

Die Europäische Kommission treibt die Elektrifizierung als wesentlichen Motor ihrer Energie- und Klimapolitik auf dem Weg zur CO_2-Neutralität weiter voran: Am 17. Juli stellte sie einen Aktionsplan zur Elektrifizierung vor, der darauf abzielt, Europa zum ersten elektrifizierten Kontinent zu machen.



© François de Ribaucourt

Pierre Lucas
Secretary General
bei UPEI

Das Hauptziel dieses Plans besteht darin, bis 2040 einen Elektrifizierungsgrad von 46 Prozent zu erreichen, was einer Verdopplung gegenüber 2025 entspricht. Die Herausforderung ist umso größer, als der derzeitige Anteil von 23 Prozent in den letzten zehn Jahren stagnierte.

Der Aktionsplan beabsichtigt, Engpässe wie die Stromkosten, das langsame Tempo des Netzausbaus, den mangelnden kommerziellen Einsatz von Technologien oder die begrenzten Anreize für Unternehmen zur Umstellung von fossilen Brennstoffen auf Strom zu beseitigen.

Einseitiger Fokus auf Elektrifizierung

Im Verkehrsbereich zielt der Aktionsplan neben dem Gesamtziel für 2040 darauf ab, sicherzustellen, dass 400.000 emissionsfreie Lkw bis 2030 in der EU im Einsatz sind und dass die EU-Lkw-Flotte bis 2040 zu 40 Prozent aus Sattelzügen mit batterieelektrischem Antrieb besteht. Außerdem werden folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

- Förderung der Verbreitung emissionsfreier Fahrzeuge durch eine Überarbeitung der Richtlinie über saubere Fahrzeuge und Empfehlungen zu nachfrageseitigen Anreizen.
- Unterstützung eines beschleunigten Ausbaus der Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge.
- Gewährung des Zugangs zu Mitteln aus dem Klima-Sozialfonds und den Einnahmen aus dem Emissionshandelssystem (ETS) für Sozialleasingprogramme für Elektrofahrzeuge.

Dieser Aktionsplan zur Elektrifizierung ist zwar nicht rechtsverbindlich, bestätigt jedoch, dass die Europäische Kommission beabsichtigt, die direkte Elektrifizierung zum Standardweg für die Dekarbonisierung des Verkehrs, von Gebäuden und vieler industrieller Prozesse zu machen. Wasserstoff, erneuerbare Kraftstoffe und andere Lösungen sollen weiterhin nur dort eine Rolle spielen, wo eine Elektrifizierung nicht machbar oder nicht kosteneffizient ist.

Kadir Noyan ist neuer Referent für Recht, Regulatorik und Governance



Seit April 2026 verstärkt Kadir Noyan als Referent für Recht & Regulatorik und Governance den bft. Der 31-Jährige bringt Erfahrungen aus der Politik, der Beratung sowie den Bereichen KI, Datenschutz und IT-Sicherheit mit und wird den Verband insbesondere bei energie- und regulatorischen Fragestellungen unterstützen. Zu seinen Aufgaben gehören unter anderem das Monitoring nationaler und europäischer Gesetzgebungsverfahren, die Erarbeitung politischer Stellungnahmen und Positionen sowie die Vertretung des bft in Gremien und gegenüber relevanten Stakeholdern. Zudem wurde Noyan zum internen Datenschutzbeauftragten des Verbandes bestellt.

Nach seinem Bachelorstudium der Rechtswissenschaften absolvierte Noyan den Master of Laws (LL.M.) in Deutschem und Europäischem Recht mit dem Schwerpunkt IT- und Datenschutzrecht. Seine Masterarbeit widmete er den rechtlichen Herausforderungen des Datentransfers aus der Europäischen Union in Drittstaaten.

Sein beruflicher Werdegang verbindet juristische und regulatorische Fragestellungen mit politischen Prozessen. Bereits früh sammelte Noyan Erfahrungen im parlamentarischen Umfeld, wo er unter anderem organisatorische und inhaltliche Aufgaben in einem Abgeordnetenbüro im Bundestag übernahm. Anschließend wechselte er in die Wirtschaft und war unter anderem im Bereich Ethics, Compliance & Privacy bei der ENGIE AG tätig. Ergänzend absolvierte er Weiterbildungen zum zertifizierten Datenschutzbeauftragten sowie zum KI-Beauftragten und vertiefte damit seine Kenntnisse in den Bereichen Digitalisierung und Regulierung.

Mit dem Wechsel zum bft verbindet Noyan nun seine bisherigen Erfahrungen aus Politik und Regulierung mit den aktuellen Herausforderungen der Energie- und Mobilitätsbranche.

„Die Verbindung juristischer Fragestellungen mit politischer und regulatorischer Arbeit macht meine Tätigkeit besonders spannend. Neben Themen wie Datenschutz, Künstlicher Intelligenz und Compliance beschäftige ich mich mit der Analyse energiepolitischer Entwicklungen und Gesetzgebungsvorhaben auf nationaler und europäischer Ebene. Besonders wichtig ist mir dabei, die Interessen unserer Mitgliedsunternehmen gegenüber Politik und Verwaltung zu vertreten und rechtliche Entwicklungen verständlich in die Praxis zu übersetzen. Ich freue mich darauf, den Wandel der Energiebranche gemeinsam mit dem bft aktiv mitzugestalten und die Zukunft unseres Verbandes mitzugestalten“, freut sich Noyan.

„Mit Kadir Noyan gewinnen wir einen engagierten Kollegen, der juristische Kompetenz, politisches Verständnis und analytisches Denken miteinander verbindet. Seine Erfahrungen aus Parlament und Wirtschaft stärken unsere fachliche Arbeit und unsere politische Interessenvertretung gleichermaßen“, erklärt bft-Hauptgeschäftsführer Daniel Kaddik.

Beate Gambietz – Neue bft-Kollegin für Veranstaltungen und Akademie



Seit Mitte Mai verstärkt Beate Gambietz unser Team im Bereich Veranstaltung und Akademie. Die gebürtige Berlinerin ist gelernte Hotelfachfrau und studierte in Bremen und Guadalajara (Mexiko) Tourismusmanagement. Ihre Ausbildung hat sie in Hannover absolviert und bevor sie zum Studium nach Bremen gewechselt ist, hat sie einige Jahre in Hamburg für die E.ON Energie AG das Gästehaus an der Außenalter geleitet.

Sie blickt auf 25 Jahre Erfahrung in der Veranstaltungsbranche zurück. In den letzten 15 Jahren hat sie vorrangig Kongresse, Tagungen, Seminare, Messen und Gremiensitzungen in der Gesundheitspolitik und -wirtschaft in ganz Deutschland organisiert und betreut, u. a. für das Berlin Institute of Health an der Charité. Im Rahmen Ihrer Tätigkeit für die Rheumaakademie hat sie zusammen mit Experten aus der Medizin erfolgreich neue Fortbildungsangebote für Ärzte und Pflegepersonal entwickelt und damit das Programm der Akademie erweitert.

Für Gambietz ist unsere Branche neu, doch mit Neugier und vielen Fragen arbeitet sie sich rasch in die Themen ein. Sie ist leidenschaftliche Autofahrerin, hegt und pflegt ihren 19 Jahre alten Seat Ibiza. Auf die Frage, warum Sie sich beim bft beworben hat, antwortete sie: „An der ausgeschriebenen Stelle hat mich besonders die Mischung aus Aufgaben – Veranstaltungsmanagement und Aufbau einer Akademie – angesprochen. Ich arbeite gern mit Menschen und freue mich auf die Zusammenarbeit mit dem Team, dem Vorstand, den Landesverbänden, Arbeitskreisen und Partner sowie Sponsoren. Besonders motiviert mich im Nachgang einer Veranstaltung, zufriedene und glückliche Gesichter zu sehen."

„Beate Gambietz bringt ihre professionelle Expertise in der Organisation unserer Veranstaltungen ein, dadurch können wir unser Eventangebot gezielt weiterentwickeln. Dazu wird sie mit ihrem Background die Vermittlung von Lerninhalten, in Form der bft-Akademie als leistungsstarke Institution für die Erwachsenenbildung in unserer Branche etablieren. Das ist ein weiterer wichtiger Baustein unserer Verbandsarbeit, mit dem wir den Tankstellenmittelstand nachhaltig stärken und fit für die Zukunft machen", betont Daniel Kaddik, Hauptgeschäftsführer des bft.

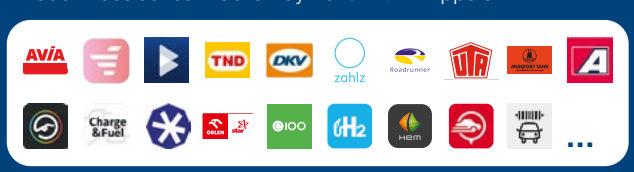
Anzeige

MOBILE PAYMENT MIT WEAT

Einfache bargeldlose Zahlungsabwicklung an Waschstraßen, Tankstellen und im E-Mobilitätssektor – mit Karte, kontaktlos oder per App.

Neu: Micropayment per QR-Code mit WEAT PayPage z. B. bei Waschboxen, Staubsaugern, Luftprüfern oder Kaffeemaschinen via WEAT-MPH.

… oder klassisches Mobile Payment mit 21 Apps am WEAT-MPH





WEAT
DER SPEZIALIST IM BARGELDLOSEN ZAHLUNGSVERKEHR

NEU: ZAHLEN PER QR-CODE



WEAT Electronic Datenservice GmbH
www.weat.de | anfrage@weat.de | Tel.: +49 211 9057-100

E20 – Kraftstoff mit großem Zukunftspotential

Hybrides Treffen des Arbeitskreises Neue Kraftstoffe, Umwelt & Technik in Zeitz am 9. Juni 2026

Das diesjährige Präsenztreffen des bft-Arbeitskreises Neue Kraftstoffe, Umwelt & Technik fand als hybride Veranstaltung in Zeitz statt und stand ganz im Zeichen von E20.

Der Ottokraftstoff mit einer Beimischung von bis zu 20 Prozent Ethanol hat großes Zukunftspotential. Die Europäische Kommission prüft derzeit die europaweite Zulassung von E20 als neue Kraftstoffsorte. Währenddessen bieten bereits jetzt einzelne Tankstellen (z. B. Oktan in Mannheim und Roth in Gießen) E20 im Rahmen eines Flottenversuchs an und tragen so dazu bei, den Weg zu ebnen für den neuen Kraftstoff.

Raffinerieführung bei der Crop Energies Bioethanol GmbH

Spannende Einblicke in den Herstellungsprozess von Ethanol erhielten die Teilnehmer während der Führung in der Raffinerie von Crop Energies Bioethanol GmbH. Pro Jahr produziert die effiziente Anlage circa 400.000 m^3 Ethanol. Ebenfalls werden Futtermittel und CO_2 hergestellt. Das verwendete Getreide eignet sich nicht für den menschlichen Verzehr. Das ist insofern erwähnenswert, da die Hersteller von Biokraftstoffen sich häufig mit dem Vorwurf auseinandersetzen müssen, dass Pflanzen auf den Teller gehören und nicht in den Tank (Teller-Tank-Konflikt).

Vorteile von E20

Laut Prof. Dr. Thomas Garbe (VW) können Biokraftstoffe einen signifikanten Beitrag zur CO_2-Senkung im Verkehrssektor leisten. In seinem Vortrag erläuterte er weiter, dass es einer Kombination von nachhaltigen Technologien bedarf, die Einführung von E20 sei ein wichtiger Schritt, um den CO_2-Ausstoß zu verringern. Die Herstellung und der Verkauf wären durch die schon bestehende Infrastruktur relativ problemlos.



Der Arbeitskreis Neue Kraftstoffe, Umwelt & Technik tagte im Juni in Zeitz.

© bft



Stefan Walter vom Bundesverband der deutschen Bioethanolwirtschaft berichtete, dass 98,6 Prozent aller Autos in Deutschland E10 kompatibel sind, aber der E10-Verkauf in Deutschland weit unter seinem möglichen Potential liegt. Die Zurückhaltung beim Tanken von E10 könnte sich negativ auf die großflächige Einführung von E20 auswirken, da viele Autofahrer dem hohen Ethanolgehalt skeptisch gegenüberstehen. Dabei hätten viele Autohersteller E20-Freigaben für Autos herausgegeben. So sind zum Beispiel bei BMW bestimmte Benzinmotoren ab 2019 für einen Ethanolgehalt von bis zu 25 Prozent freigegeben.

Die Volkswagen AG ist ein Projektpartner im E20-Pilotprojekt in Gießen an der dortigen Roth-Tankstelle. Kim Backhaus von Roth Energie berichtete von der Einführung von E20 im Rahmen eines geschlossenen Flottenversuches. Trotz des exklusiven Kundenkreises hat die Pilottankstelle es geschafft, das Interesse vor Ort gezielt auf E20 zu lenken, da sie als Kontaktpunkt für Informationen fungiert und die Einführung mediale Aufmerksamkeit auf sich gezogen hat.

Wolfgang Kröger (Pressebüro Kröger) referierte im Anschluss über die Vorteile von E20 bezüglich Kosten und Leistung. So sei E20 bis zu 4 Cent günstiger als E10 und überträfe qualitativ sogar bisherige Kraftstoffe.

Nachdem wir das Thema von allen Seiten beleuchtet haben, stand für die Teilnehmer fest, dass eine großflächige Einführung von E20, neben HVO100, der nächste logische Schritt ist. Wichtig für dessen Erfolg wäre allerdings das Ende der E5-Vorhaltepflicht und ein anderes Branding, damit die Autofahrer dem Kraftstoff aufgeschlossener gegenüberstehen. Die positiven Eigenschaften von E20 liegen auf der Hand, und der Tankstellenmittelstand ist bereit zu handeln, wenn die Regulatorik eine großflächige Einführung ermöglicht.

MCS eröffnet ersten Qwik24 Smart Store in einem Hotel

Mit dem ersten Qwik24 in einem Hotel erweitert MCS sein Smart-Store-Konzept in die Hotellerie. Der neue Standort im Highway Hotel Herbolzheim richtet sich dank Autobahnnähe und der Nähe zum Europa-Park an Geschäftsreisende, Familien und Durchreisende.

Hotelgäste können rund um die Uhr Snacks, Getränke, Süßwaren, Hygieneartikel und Reisebedarf selbstständig einkaufen. Damit ergänzt Qwik24 das klassische Hotelangebot um einen zusätzlichen Service – ohne dauerhaft Personal an der Verkaufsfläche zu benötigen.

„Mit Qwik24 bringen wir Convenience genau dorthin, wo Bedarf entsteht: direkt zum Gast. Das Highway Hotel in Herbolzheim ist dafür ein idealer Standort: autobahnnah, frequenzstark und in unmittelbarer Nähe zu einem der wichtigsten Freizeitziele Deutschlands. Hotels mit vergleichbaren Gästestrukturen profitieren besonders von einem kompakten Smart Store, der Servicequalität erhöht, Zusatzumsatz ermöglicht und gleichzeitig personalarm betrieben werden kann“, sagt Torsten Eichinger, Geschäftsführer der MCS.

Besonders bei wechselnden Anreisezeiten und Kurzaufenthalten bietet das Konzept einen Mehrwert: Gäste profitieren von einer unkomplizierten Versorgung vor Ort, während sich für den Hotelbetreiber zusätzliche Umsatzpotenziale und Möglichkeiten zur Differenzierung ergeben.

Mit dem Standort in Herbolzheim zeigt MCS, dass Qwik24 auch in der Hotellerie eine zukunftsfähige Lösung für Versorgung, Service und wirtschaftliche Flächennutzung bietet.



Einkaufen im Hotel zu jeder Tages- und Nachtzeit – mit dem Qwik24 Smart Store von MCS.
© MCS



Q1-Energy Drink
© Q1

Q1 im Kühlregal

Nachdem Kunden bereits seit Jahren Q1 Motorenöle oder Q1 Spezial- und Pflegeprodukte beziehen können, gibt es mit dem Q1 Energy Drink sowie Q1 Mineralwasser Still und Medium die ersten Produkte unter eigener Marke im Convenience-Segment.

Gerade im Tankstellenshop treffen Kunden ihre Kaufentscheidung schnell und situativ. Sie erwarten verlässliche Qualität, klare Orientierung im Regal und ein attraktives Preisniveau ohne lange vergleichen zu müssen. Hier setzen die neuen Produkte an. Mit einem Preis von 1,59 € für den Energy Drink und 1,19 € für das Mineralwasser positioniert sich Q1 bewusst im unteren Preissegment von Tankstellenshops und will so Kaufentscheidungen vereinfachen.

Die Produkte sind der Auftakt für eine Convenience-Produktwelt unter dem Namen Q1 und ein Schritt, der zeigt, wohin sich die Q1 Energie AG entwickeln will: näher am Kunden, stärker in Multi-Service-Kompetenz, konsequenter in eigener Marke.

Branchentermine: Veranstaltungsübersicht 2026

2026



Mercedes-Benz Museum, Stuttgart

September

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

Das Programm:

15.9. Einzelbetreibertreffen im Stuttgarter Schlachthof

mit Anika Neumann, Freie Tankstelle Neumann GmbH & Co KG und Lars Neumann, Neumann Tankstelle GmbH,

anschließend Begrüßungsabend | Stuttgarter Schlachthof.

16.9. vormittags Treffen der Arbeitskreise | Mercedes-Benz Museum

ab 13:15 Mitgliederversammlung

ab 17 Uhr Öffentliche Jahreshauptversammlung
mit einer spannenden Keynote und
Diskussionsrunden zu aktuellen Themen rund um Mobilität, Energie und Versorgungssicherheit mit zwei Panels

Abendessen, Bar

17. 9. Golfturnier, Golf-Schnupperkurs oder
Besichtigung der Ausstellung des Mercedes-Benz Museums



© bft

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

November

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

bft-Veranstaltung

ONLINESHOP

Aktion im September und Oktober



Aktion: 10 % Rabatt

Rubrik: Beleuchtung | EiKO LED-Leuchten

Produkt: im eft-Shop erhältliches Sortiment
Details: Forecourt-, Shop- und Werkstattbeleuchtung
Preis: ab € 29,00
eft-service.de/shop/eiko-led-leuchten/131

Shopartikel



Rubrik: Fahrzeugzubehör | Frostschutz
Produkt: Kühlerfrostschutz bft
Details: Super x 12 Plus im Kanister pink/violett VE: 1 × 20 l oder 12 × 1 l | Universal ANF blau VE: 1 × 20 l oder 12 × 1 l
Preis: ab € 22,14
Art.-Nr.: 385205 oder 385202 | 385045 oder 385024



Rubrik: Verbrauchsmaterialien

Produkt: Tragetaschen Papier
Details: braun | 32 × 39 × 16 cm | VE: 200 Stück
Preis: ab € 39,90
Art.-Nr.: B-333245

Ankündigung für November und Dezember



Aktion: 5 % Rabatt

Rubrik: Verbrauchsmaterialien
Produkt: Thermobonrollen
Details: mit neutralem Tankstellentext | 80 Stück pro VE | Maße: 80 mm/90 m/ø 12 cm
Preis: € 119,90
Art.-Nr.: 60000619



Aktion: 5 % Rabatt

Rubrik: Verbrauchsmaterialien
Produkt: Thermobonrollen
Details: mit bft-Druck | 80 Stück pro VE | Maße: 80 mm/90 m/ø 12 cm
Preis: € 119,90
Art.-Nr.: 60002438

Infos auf eft-service.de/shop
oder unter 0228 - 910 290

Impressum

Herausgeber

Bundesverband Freier Tankstellen und
Unabhängiger Deutscher Mineralölhändler e.V. (bft)

Daniel Kaddik (V.i.S.d.P.)

Autorinnen und Autoren

Marcus Appelt
Matthias Bannas
Jackson Bond
Lukas Engelmann Lentzler
Beate Gambietz
Stefanie Greineder
Anne Grote
Daniel Kaddik
Pierre Lucas
Carsten Müller
Anika Neumann
Kadir Noyan
Jan-Christoph Oetjen
Philipp Pauly
Hagen Reiners
Tobias Röding
Sarah Schmitt
Hanna Schramm-Klein
Christian Warning

Titelbild

© bft und Kuttenkeuler

Chefredaktion

Anne Grote

Lektorat

Kerstin Jäger

Grafik

aufAnfrage.berlin

Anzeigen

Anne Grote

Redaktionsschluss

25. August 2026

Druck

primeline print berlin GmbH

Verlag

Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen mbH (eft), Bonn

Alle Ausgaben finden Sie auch unter
www.bft.de/themen-markt-statistiken/positionen-publikationen.



MIT PWM, DIE ZUKUNFT SICHTBAR MACHEN

Moderne Tankstellen brauchen mehr als reine Preisanzeigen.

PWM verbindet LED-Technologie, digitale Kommunikation und intelligente Steuerung zu einem ganzheitlichen System.

www.pwm.com