



In der Findung

Es ist ein wenig die Suche nach der eierlegenden Wollmilchsau. Die Tankstelle von morgen muss eigentlich alles können – Energien, Produkte, Services aller Art, und das nachhaltig, frisch und digital. Die Idee vom „Mobility Hub“ nimmt Konturen an.

Es ist ein durchaus differenziertes Bild, das sich geschäftlich an den Tankstellen zeigt. Die Margen im Kraftstoffverkauf sind durchaus gut, die abgesetzten Mengen dagegen in vielen Fällen weniger. Während einige starke Marken 2021 zumindest einen Teil der im ersten Corona-Jahr 2020 verloren gegangenen Fuels-Mengen zurückgewinnen konnten, ging es bei einigen anderen in

Corona-Jahr zwei absatzmäßig noch einmal nach unten. Datenspezialist Eurodata etwa taxiert das Fuels-Minus bei den an das Edtas-System angeschlossenen rund 8.000 deutschen Tankstellen 2021 verglichen mit 2019 auf durchschnittlich rund 15 Prozent. Und auch auf alle deutschen Tankstellen bezogen, ist das Kraftstoff-Verkaufs-Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019 längst noch nicht wieder erreicht.

Deutlich besser sieht es da schon in Shop und Bistro aus. Allseits heißt es da aus dem Markt: Die schon 2020 deutlich gestiegenen Shop-Umsätze haben sich 2021 noch einmal verbessert. Eine Aussage, die die Eurodata-Zahlen bestätigen. Ein Umsatz-Plus von gut 11 Prozent weist der Software-as-a-Service-Spezialist für „seine“ Tankstellen 2021 ggü. 2019 aus, mit Zubehörartikeln, Tabakwaren, Wertkarten, Getränken/Spirituosen und dem Bistro – Fast Food – als den „Umsatztreibern“. Erfreulich aus Sicht der Shopbetreiber: Ihr Verdienst hat sich mit steigenden Umsätzen ebenfalls verbessert, über das gesamte Shop-Sortiment gesehen um etwa 8 Prozent.

Die aktuellen Geschäfte sind das eine, der Strukturwandel im Markt das andere. Auf dem Forecourt stehen enorme Umwälzungen an. Als Konsequenz der politisch angestrebten Energie- und Mobilitätswende muss sich das „System Tankstelle“ neu erfinden, neu aufstellen – als „Mobilitäts-Hub“ mit neuen Energieangeboten, Dienstleistungen, und das Ganze zunehmend digital verpackt und angeboten.

Der ganze Markt befindet sich in einer Art „Findungsphase“, beschreibt es Christof Kurz, Generalbevollmächtigter bei Eurodata. Die großen Gesellschaften widmen sich mehr oder weniger intensiv der Elektromobilität, andere, insbesondere kleinere Player, halten sich noch zurück – verständlicherweise ob der teils immensen Investitionen, die dort zu tätigen sind. LNG (verflüssigtes Erdgas) und Wasserstoff werden tankstellenseitig ebenfalls zunehmend zum Thema, in erster Linie für den Truck-Bereich, doch auch hier bestimmen die zur Verfügung stehenden Geldmittel das Ausbautempo.

Zu einer echten Marktstory können E-Fuels werden, wobei hier die Regulierung eine nachhaltige Marktentwicklung noch bremst. Gerade der Mittelstand – mit UNITI an der Spitze – dringt auf ein politisches Rahmenwerk, das Investitionen in die synthetisch aus grünem Wasserstoff hergestellten flüssigen Kraftstoffe anreizt. Eine Anrechnung der positiven Klimaeffekte der E-Fuels auf die Flottengrenzwerte der Autobauer wäre ein entscheidender Schritt. Das Thema steht in diesem Jahr auf der Tagesordnung der EU.

Von allumfassender Brisanz ist derzeit die Ukraine-Krise. Der russische Angriffskrieg gegen den Nachbarn entsetzt die ganze Welt und sendet seine Schockwellen auch Richtung Tankstellenmarkt. Der „Preisschock“ infolge des Krieges mitten in Europa sorgt bei den Retail-Unternehmern für viel Verunsicherung, sagt Eurodata-Experte Kurz – etwa, wenn es um Projekte im Bereich der Netzentwicklung geht. Haben sich die

Marktteilnehmer bis vor kurzem bei angebotenen Stationen mitunter einen regelrechten Überbietungswettbewerb geliefert, herrscht nun viel mehr Zurückhaltung, gerade wenn die Standorte nicht von allererster Güte sind. Kurz: „Wir merken deutlich, es ist kein Selbstläufer mehr, ein größeres Netz aufzubauen.“

Das zukünftige Markt-Design erfordert ein Handeln auf allen Ebenen, weiß der Eurodata-Experte. Verliert das klassische Fuels-Geschäft infolge einer Mobilitätswende an Gewicht, muss anderes nach vorne entwickelt werden, zuvorderst im Convenience- und im Carwash-Bereich. Und genau darüber macht sich die Branche derzeit weitreichende Gedanken – vor allem, was die Organisation dieser Geschäfte angeht. Ein Trend ist: Die Gesellschaften wollen dieses Business wieder verstärkt selbst steuern. Aral etwa führt seine gut 1.200 eigenen Shops alsbald im Agentursystem, bei ORLEN Deutschland setzen sie das Agenturmodell im Carwash-Bereich um – und viele andere Player schauen aufmerksam hin.

Marktexperte Kurz ist sicher, dass dieser Trend zu einer Konzentration bei den Pächtern führen wird. Das klassische Eine-Station/ein-Partner-Modell hat mittelfristig ausgedient. Damit dieser auf seinen Verdienst kommt, wird er oder sie künftige mehrere Standorte führen müssen – was wiederum dessen Berufsbild spürbar verändert: der Pächter als Führungskraft, die für die Steuerung der Standorte mit allen digitalen Skills versehen werden muss.

Ist das Finden von qualifizierten Pächtern schon heute ein großes Thema für die Branche, dürfte der Druck infolge dieser Entwicklung noch zunehmen. „Wir haben im Edtas-System inzwischen eine ganze Reihe an Steuerberatern, die ihr Leistungsportfolio in diese Richtung ausgeweitet und eigene Recruiting-Abteilungen aufgebaut haben“, sagt Kurz.

Ein neues Leistungsspektrum setzt überall im Markt Transformation voraus, und so wird die „Digitalisierungs-Landkarte“ von Eurodata zu den Unternehmen der Branche immer komplexer. Viele von Eurodata lizenzierte Steuerberater haben ihre Services längst über die reine Commodity „Buchhaltung“ hinausentwickelt, in Richtung einer digitalen Full Service-Beratung. In einem Markt, der immer stärker von Daten und den Erfordernissen der Effizienz und Standardisierung getrieben ist, sind die Tankstellenunternehmen dringend aufgefordert, die Digitalisierung in ihre DNA aufzunehmen, „denn sonst laufen die Unternehmen Gefahr, ihr Geschäft nahezu im Blindflug betreiben zu müssen“, ist Kurz überzeugt.



Christof Kurz,
General-
bevollmächtigter
Eurodata.

Aral: Energien aller Art – „Food for now and later“

Es ist nicht übertrieben zu sagen: Aral ist ein Wegbereiter der Idee, aus der Tankstelle von heute einen dienstleistungsstarken „Mobility Hub“ zu machen. Erste Studien dazu, gemeinsam entwickelt mit den Verkehrsforschern des DLR, hatte der deutsche Tankstellenmarktführer (knapp 2.400 Stationen) bereits 2018 vorgestellt – adaptiert auf die Erfordernisse einer künftigen Mobilität in großen Metropolen, im stadtnahen Raum, auf dem Land sowie entlang den Autobahnen.



E-Auto laden ohne Karte und App: Aral hat die neue Plug&Charge-Technologie für ein vereinfachtes Laden an den Aral pulse Ultraschnell-ladesäulen planmäßig umgesetzt.

Und diese Ideen werden stetig weiterentwickelt, sagt Aral-Chef Patrick Wendeler zur tankstellenWelt. Angesichts von Mobilitätswende und veränderten Lebens-/Konsumgewohnheiten muss die Tankstelle von morgen „anderes“ – viel mehr – leisten. Es gilt, verschiedene Verkehrsträger zusammenzubringen und Food-Konzepte auf die moderne unterwegsversorgung – Food for now, Food for later – auszurichten. „Unsere Tankstelle in der Berliner Holzmarktstraße haben wir nach diesem Konzept als ersten Piloten aufgebaut, unter anderem mit batteriebetriebenen E-Ladesäulen, Akku-Wechselautomaten, Car-/Bikesharing- und E-Scooter/E-Roller-Angeboten, vieles davon in Zusammenarbeit mit der Jelbi-App der Berliner Verkehrsbetriebe“, sagt Wendeler.

Trotz Corona ist man bei Aral zufrieden, wie die Angebote und Services an diesem „Hub-Piloten“ angenommen werden. Und bis Jahresende wollen die Verantwortlichen auch belastbare Daten aus der Holzmarktstraße vorliegen haben.

Für ein breites Shop-Sortiment hat Aral dort einen REWE To Go-Shop installiert. Über 700 REWE To Go-Shops sind es inzwischen im gesamten unternehmenseigenen Netz, und wahrscheinlich wäre man dem selbst gesetzten Ziel von rund 1.000 Standorten schon näher, hätte nicht auch hier Corona gebremst. Gleichwohl werden sie bei Aral nicht Müde zu betonen: Auch beim REWE To Go-Ausbau geht Sorgfalt vor Schnelligkeit, „und wir machen hinsichtlich Sortimentsauswahl, Innovationen und Logistik heute schon einiges anders als noch beim Start dieses Konzeptes“, bestätigt Aral-Chef Wendeler, das innovative Shopkonzept gemeinsam mit der REWE konsequent weiterentwickelt zu haben.

Und noch ein paar Zahlen: Die Zahl der Aral pulse-Schnellladepunkte im eigenen Netz gibt das Unternehmen mit aktuell etwa 550 an, Tendenz zügig steigend. Und diese werden immer stärker frequentiert. So ist die Menge der verkauften Kilowattstunden an Aral-Ladesäulen heute 24-mal größer als noch vor einem Jahr. Planmäßig umgesetzt hat Aral an ihren Ladestationen überdies die so genannte Plug&Charge-Funktionalität. Durch die direkte und verschlüsselte Kommunikation zwischen Fahrzeug und Ladesäule sind damit vollautomatische und sichere Ladevorgänge ohne Apps und Ladekarten möglich.

Nachhaltigkeit ist bei Shell Trumpf – auch an der Tankstelle

Nachhaltig ist der Weg, den Shell mit Nachdruck eingeschlagen hat, auch an den Tankstellen. „Wir haben keine Zeit mehr zu verlieren“, sagt Linda van Schaik, Tankstellenchefin Shell D-A-CH, und meint damit: Die Emissionen müssen auf der Straße überall runter. Dabei sieht sie den batterieelektrischen Antrieb vor allem bei den Pkw und eventuell auch bei leichten Nutzfahrzeugen als bestimmende Zukunftsoption.

Die Tankstelle sieht sie dabei nicht als ersten Anlaufpunkt für batterieelektrische Autos: „Wir gehen davon aus, dass auch in Zukunft nur jeder fünfte Ladevorgang auf der Tankstelle stattfindet“, sagt Frau van Schaik zur tankstellenWelt. Daher hat Shell schon früh die Weichen gestellt, um ein Kundenangebot zu Hause, bei der Arbeit, unterwegs und im öffentlichen Raum zu machen. So etwa mit dem Kauf 2017 von Shell New Motion, einem der größten europäischen Ladeanbieter, der in Kürze in Shell Recharge Solutions umbenannt wird. Shell bietet hier Ladelösungen für Firmen und für zu Hause an. Das 2021 übernommene Startup ubitricity hat im Herbst „Heinz“,

einen standardkonformen Laternenladepunkt für E-Fahrzeuge, auf den deutschen Markt gebracht und ist seitdem mit Städten und Kommunen in Gesprächen für den Rollout. „Und wer sich noch nicht zum Kauf eines Elektrofahrzeugs durchringen kann, dem bietet Shell mit dem Shell Auto-Abo die Möglichkeit, batterieelektrisches Fahren zu testen ohne viel investieren zu müssen“, erklärt Linda van Schaik gegenüber der tW.

Überdies will Shell mit der REWE Group an rund 400 REWE- und Penny-Supermärkten jeweils bis zu sechs DC-Ladepunkte mit bis zu 360 kW Leistung errichten, die zu 100 Prozent mit Grünstrom versorgt werden. Im deutschen Tankstellennetz hat Shell heute an 110 Standorten etwa 240 Shell Recharge Schnellladepunkte in Betrieb – Ende des Jahrzehnts sollen es 3.000 Ladepunkte an 1.000 Stationen sein. „Wir wollen der Partner der Wahl sein und es dem Kunden dadurch erleichtern, auf ein batterieelektrisches Fahrzeug umzusteigen, weil er laden kann, wann immer und wo immer er es will“, sagt Linda van Schaik im Gespräch mit der tankstellenWelt.

Linda van Schaik, bei Shell General Manager Mobility DACH.



© Shell

Im Lkw-Bereich setzt Shell derzeit vor allem auf verflüssigtes Erdgas – LNG –, besser, auf Biomethan, denn ab 2022 sollen die dann rund 40 LNG-Tankstellen hierzulande nur noch Biomethan vertanken. Und weiter in die Zukunft gedacht, ist eine der spannendsten Optionen für Shell die Einführung von Brennstoffzellen-Trucks, die grünen Wasserstoff einsetzen. Wobei die Marktentwicklung hier noch schwer abzuschätzen ist. „Durch unsere Kooperation mit Daimler wollen

SIQMA^S
Fuel your future

SIQMA Connect



Meet the family

Charge.Connect

IFSFPay.Connect

E-Receipt.Connect

Couponing.Connect

Wetstock.Connect



Connect & digitize the customer journey onsite and offsite



The number of interfaces is continuously growing

SCHEIDT & BACHMANN

wir die Einführung von wasserstoffbasierten Brennstoffzellen-Lkw in Europa gemeinsam vorantreiben. Hierzu errichten wir zunächst bis 2024 ein Wasserstoff-Tankstellennetzwerk für grünen Wasserstoff zwischen drei Produktionsstandorten in Rotterdam in den Niederlanden sowie in Köln und Hamburg. Im Anschluss wird Daimler die ersten schweren Wasserstoff-Lkw an Kunden übergeben“, so Frau von Schaik weiter.

AVIA: Eigenständig mit allen Vorteilen der Gemeinschaft

Bei AVIA schauen sie auf ein ordentliches Jahr 2021. Die Absätze haben sich unter den bekannten Rahmenbedingungen etwas über Markt und damit „zufriedenstellend“ entwickelt – wobei man regional, teils lokal stark unterschiedliche Werte verzeichnete. Für das Shop-Geschäft der AVIA gilt das gleich wie für den Markt: Die 2020 deutlich gestiegenen Umsätze konnten 2021 gehalten und sogar weiter ausgebaut werden.

Und auch wenn der Markt heute angesichts der Preisentwicklung ein anderer ist als noch vor einiger Zeit, wollen die AVIA-Gesellschafter ihre Netze weiterhin nach vorne entwickeln, auch zahlenmäßig, was Akquisition ausdrücklich einschließt. „In der AVIA Gruppe arbeiten wir eng zusammen und engagieren uns für den gemeinsamen Erfolg. Durch konzertierte Marketingmaßnahmen und eine optimal aufeinander abgestimmte Kommunikation erreichen wir mehr Aufmerksamkeit und schaffen größere Vertriebschancen für jeden Einzelnen. So können wir sämtliche Prozesse wirtschaftlicher gestalten und holen das Beste aus unserem wachsenden Know-how heraus. Ganz gleich wie groß jedes Mitglied ist“, beschreibt Holger Mark, Geschäftsführer der Deutschen AVIA, diese Philosophie.

In der AVIA bleiben alle Mitglieder eigenständig und genießen on top alle Vorteile der Gemeinschaft. Geschäftsführer Mark: „Mit einem starken Verbund im Rücken werden regionale Stärken ge-



AVIA entwickelt sein Netz weiter – zahlenmäßig und mit neuen Services, wie an dieser Nürnberger Station von Gesellschafter Braun, wo jetzt ein Barber Shop integriert wurde (Seite 62).

fördert und um die Sicherheit, Verlässlichkeit sowie das umfassende Produkt- und Serviceportfolio der AVIA Gruppe ergänzt.“

Dieses Serviceportfolio ist tankstellenseitig heute naturgemäß immer mehr digital geprägt. So hat AVIA inzwischen eine eigene App mit Mobile Paymentfunktion „payvia“ aufgelegt und sich zudem an der Bezahl-App „fillibri“ beteiligt.

Unter dem Überbegriff „AVIA Systemhaus“ bietet die Holding Mitgliedsfirmen überdies ein umfassendes IT-Dienstleistungsportfolio zur Optimierung von Geschäftsprozessen, das u. a. Services für die Steuerung mittelständischer Tankstellennetze – heute mit einem Fokus auch auf den Ausbau von E-Ladeangeboten – beinhaltet.

HEM-Chef Carsten Pohl über Preis-Kapriolen und boomende Shop- und Bistro-Erträge

Um seine Einschätzungen zum Geschehen auf dem deutschen Tankstellenmarkt spricht die tankstellenWelt immer gerne mit Carsten Pohl, Geschäftsführer der Deutschen Tamoil mit ihren HEM-Tankstellen. Und dieser hat bereitwilligt Auskunft gegeben.

Etwas zum Kraftstoffgeschäft: „Wenn man über zwanzig Jahre die Absätze gesteigert hat, kann man mit der Entwicklung der letzten zwei Jahre nicht zufrieden sein. Die Auswirkungen der Corona bedingten Einschränkungen, insbesondere die sogenannte Home-Office-Pflicht, haben natürlich einen Einfluss auf das Mobilitätsverhalten – insbesondere der Pendler –, und so wundert es niemanden, dass die Absätze noch nicht wieder auf dem Niveau von 2019 sind.“

Und was sagt er zu Preisen und Margen? „Die Erhöhung der CO₂-Abgabe zu Jahresbeginn und die schwerwiegendere Anhebung der THG-Quote auf 7 Prozent haben neben dem seit Monaten andauernden Anstieg der Rohölpreise kräftig auf die Einkaufspreise durchgeschlagen. Mich hat in diesem Zusammenhang überrascht, dass viele über den kleinen Anstieg der CO₂-Abgabe geredet haben, aber fast keiner über die erheblichen Auswirkungen der THG-Quote auf den Kraftstoffpreis.“

Die CO₂-Abgabe beträgt 30 Euro pro Tonne, die Nichterreichung der THG-Quote bringt dem Staat zwanzigmal so viel, nämlich 600 Euro pro Tonne, ein. Und natürlich wird das von den Zulieferern eingepreist und muss am Ende von den Kunden an der Zapfsäule bezahlt werden. Das sind alles politisch gewollte Kostentreiber.



Deutsche Tamoil-Geschäftsführer Carsten Pohl.

Und steigende Einkaufspreise sind für uns als Einzelhändler Gift. Da bekommen wir genauso schlechte Laune wie unsere Kunden. Von den Kapriolen des Ölpreises seit dem russischen Angriff auf die Ukraine ganz zu schweigen. Eine Situation mit solchen Schwankungen ist für alle Marktteilnehmer neu und hat in der ersten Märzhälfte für ein ziemliches Chaos in den Tankstellenpreisen gesorgt.

Wenn es um das Geschäft in Shop & Bistro geht, bekommt er aber sicher bessere Laune, oder? „Das ist in der Tat so. Die Entwicklung hat sich kom-

plett vom Kraftstoff abgekoppelt und zeigt steil nach oben. Das ist besonders jetzt wichtig für die Tankstellenbetreiber, weil es zeigt, dass man die Wirtschaftlichkeit mit den richtigen Konzepten auch in schwierigen Zeiten stabilisieren oder sogar verbessern kann.

Und beim Waschen? „Da führen wir konsequent die reale mit der digitalen Welt zusammen. Den größten Teil unserer Waschanlagen können unsere Kunden schon mit den Apps fillibri und Clever Waschen nutzen und die Wäsche bequem vom Auto auswählen. Zusammen mit dem verhältnismäßig guten Waschwetter zu Jahresbeginn hatten wir im Waschgeschäft gleich doppelt gute Laune.

Mit fillibri und der Kooperation mit Clever Waschen wollen wir zügig die „Customer Journey“ verbessern und intelligente Angebote und Kundenbeziehungen aufbauen. Damit einhergehend richten wir unsere Digitalstrategie gerade neu aus.

Ich habe ja persönlich lange dafür plädiert, sich auf den Aufbau der vor zwei bis drei Jahren in den Markt gekommenen sogenannten digitalen



> edarchiv
Vollautomatische Archivierung von Kassendaten

> edtime
Zeiterfassung, Schichtplanung, Mitarbeiter-App – Module zur Wahl

> edcloud
Kommunikations- und Auswertungsplattform – vertraulich und sicher

> edtas
Mit System zum Erfolg Ihrer Tankstelle – von der Planung bis zur Analyse

> edoil
Das ERP-System für mehr Integration und Automatisierung

> Sichere Cloudlösungen für DAS DIGITALE BÜRO im Tankstellenbusiness

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

Mehr Informationen: www.eurodata.de/handelsnetze

Marktplätze zu konzentrieren. Da hat sich etwas Ernüchterung breitgemacht, weil das nach meiner persönlichen Einschätzung eher Bezahlfunktionen als Marktplätze geworden sind und immer, wenn das in Form eines Wiederverkäufer- oder neudeutsch Reseller-Modells aufgezo-gen wird, besteht die Möglichkeit, dass der Tankstellenbetreiber am Ende gar nicht mehr weiß, wer alles über diese App abgerechnet wird.

Bleibt noch die Frage nach der E-Ladestrategie der Deutschen Tamoil/HEM: „Natürlich beschäftigen wir uns auch mit Ladeinfrastruktur. Aber wir haben schon rund 100 Ladepunkte in unserem Netz und wir glauben, dass es in Zukunft nicht reichen wird, den Menschen Strom statt Benzin zu verkaufen. Deshalb beschäftigen wir uns in diversen Arbeitsgruppen mit den bevorstehenden Veränderungen in der Gesellschaft. Das machen wir zusammen mit Externen, mit jungen Menschen und mit unseren Kooperationspartnern. Natürlich spielt da auch Nachhaltigkeit eine Rolle. Aber das ist nur einer von vielen Aspekten. Deshalb geht es bei unseren Entwicklungen in diesem Jahr und darüber hinaus um andere Angebote als nur Reichweite. Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt unserer Projekte, nicht das Auto.“

Wichtige Säule des Mobilitäts-Hubs: Westfalens Shop-Konzept Alvore

Bei der Westfalen AG hat die *tanstellenWelt* nachgefragt, ob sie bei den von der EG Group abzugebenden Esso/OMV-Tankstellen mitzubieten gedenkt. Die Genehmigung der Übernahme der deutschen OMV-Tankstellen durch EG hat das Bundeskartellamt daran gekoppelt, dass die Briten rund 50 ihrer süddeutschen Esso- und OMV-Stationen an den Wettbewerb abgeben.

„Grundsätzlich können wir uns eine Netzerweiterung vorstellen. Aktuell beschäftigen wir uns jedoch vorrangig mit unserem Bestandsnetz“, kommentiert Andre Stracke, Leiter Tankstellen der Westfalen Gruppe, dies gegenüber der *tW*. Besonders geeignete Standorte werden zu „Mobilitäts-Hubs“ weiterentwickelt, Konzepte dazu werden bereits getestet.

Und das schließt die Erweiterung um neue Antriebsenergien ein – „dort wo ein Bedarf ist“, sagt Stracke. „Im Bereich verflüssigtes Erdgas – LNG – haben wir bereits zwei Standorte in Münster und Herford, zwei weitere sind in Bau, weitere in Planung.“ Gleiches gilt für den Ausbau der Ladeinfrastruktur. An allen geeigneten bestehenden Tankstellenstandorten und anderen geeigneten

Standorten werden Ladesäulen aufgestellt, so Stracke Und Wasserstoff? „Da verfügen wir über eine Anlage in Münster. Darüber hinaus bieten wir eine mobile Container-Lösung an und arbeiten auch an weiteren stationären Konzepten. Weitere Standorte sind bereits in Planung.“

Um die Non Fuel-Angebote neu aufzustellen, entwickelt Westfalen die Kaffee-Marke Alvore zu einem vollumfänglichen Shop-Konzept. In Lüdinghausen, Bornheim und Baunatal ist das neue Alvore-Shop-Konzept bereits implementiert – „auch das zählt auf das Thema Mobilitäts-hub ein“, so Stracke zur *tW*. Weitere Standorte sind in Planung und werden dieses Jahr umge-

Westfalen ermöglicht die mobile H2-Betankung mit dem Container.



© Westfalen

setzt. Das Konzept setzt auf einen neuen, modernen Look und ein auf die lokalen Gegebenheiten abgestimmtes Sortiment, mit frischen und warmen Snacks für die Unterwegs-Versorgung.

Und Nachhaltigkeit auf der Station? „Das Thema ist uns seit jeher wichtig, etwa wenn es um die Wasseraufbereitung im Waschbereich geht“, sagt Stracke. Auch habe man schon frühzeitig die Beleuchtung auf LED umgestellt. „Grundsätzlich versuchen wir, so ressourcenschonend wie möglich zu arbeiten und zu planen. Bei unserem Neubau in Lüdinghausen haben wir z.B. brennbare, nachhaltigere und umweltfreundlichere Kältemittel für die Kältetechnik im Shopgebäude eingesetzt.“ Um Einwegmaterialien zu reduzieren, arbeitet Westfalen seit dem letzten Jahr Netz-weit mit dem Mehrwegsystem Recup zusammen.

Bei der Digitalisierung der Tankstelle zählt Westfalen zu den Vordenkern. Im Herbst 2020 haben die Münsteraner das Start-up *fillibri* gegründet, an dem inzwischen auch AVIA und die Deutsche Tamoil/HEM beteiligt sind.

Die Idee ist, *fillibri* immer weiter zur Branchenlösung insbesondere für den Tankstellenmittelstand zu entwickeln. Mit Pay@Pump und Pay@Wash sind die ersten Basis-Funktionen erfolgreich angelaufen, ein regelmäßiges Feintuning dieser Funktionen gehört mit dazu (z.B. weitere Bezahlmittel, Integration Kraftstoffpreise etc.),

beschreibt es der Westfalen Tankstellen-Chef. Als Bezahl-App wird fillibri inzwischen an über 1.000 Tankstellen hierzulande akzeptiert. Zudem wurde kürzlich die Westfalen Service Card an fillibri angebunden – „damit ist ab sofort auch eine Nutzung der App in unserem B2B-Bereich möglich“. Und eine Erweiterung auf den Shop und weitere Geschäftsfelder ist ebenfalls geplant. Perspektivisch sind auch individuelle Angebote zur Kundenbindung möglich.

Oest setzt auf die Konzept-Tankstelle und modernes Carwash-Design

Wie kaum ein anderer im Markt setzt Oest an besonderen Standorten auf die „besondere“ Konzept-Tankstelle: ein Shop samt Bistro im American Diner Style etwa, wo früher die US Army stationiert war, oder eine Tankstelle mit „Dorfläde“ und „Stüble“ mitten im Schwarzwald. Und tatsächlich kündigt Oest Tankstellen-Chef Matthias Pape für die nahe Zukunft weitere Pro-

jekte an, bei denen die Tankstellenstandorte ganz besonders an den Themen Regionalität und Individualität ausgerichtet werden und auf Nachhaltigkeit setzen (an der Schwarzwaldtankstelle in Dornhan sowie an der AVIA Tankstelle in Freudenstadt gibt es Kaffee nun nur noch im Recup-Mehrwegbecher, weitere Standorte folgen). „Wir sehen, dass unsere individuellen Tankstellen von unseren Kundinnen und Kunden sehr gut angenommen werden, was uns dazu bestärkt, diesen Weg weiterzugehen“, sagt Pape gegenüber der tankstellenWelt. „Das individuelle bzw. regionale Sortiment ist hierbei unsere Destination. Wir sehen, dass die Corona Pandemie die Veränderung im Kundenverhalten verstärkt hat und das Thema Regionalität immer mehr an Bedeutung gewinnt.“

Neue Wege geht AVIA-Gesellschafter Oest auch in der Autowäsche. Beim neuen Waschkonzept setzt Oest neben der einheitlichen Definition bei Maschinenkonfiguration und -design an den Stationen auf einen durchgängigen und wiedererkennbaren Auftritt unter der Marke AVIA. „Zudem haben die Kundinnen und Kunden be-

Wir setzen auf **Nachhaltigkeit!** Auch in Sachen Partnerschaft!

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

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

Nähere Informationen erhalten Sie bei Marc C. Köser.

Q1 Energie AG
Rheinstraße 82
49090 Osnabrück
Telefon +49 541 602-131
m.koeser@q1.eu
www.q1.eu



reits an den ersten beiden Standorten durch das Drive-In-System die Wahl, ob sie vor dem Waschvorgang aussteigen oder sitzen bleiben möchten“, so Pape. Das neu definierte Waschkonzept wurde bereits an sieben Standorten ausgerollt, die nächsten vier Standorte sind in der Pipeline.



© Oest

Was die Netzentwicklung betrifft, so setzt Oest weiter auf den Zweiklang von Full Service-Stationen (derzeit etwa 60) und vollautomatisierten AVIA xpress-Standorten (etwa zwei Duzend). Und natürlich soll es mehr Elektroladesäulen im eigenen Netz geben. Aktuell ist man in der Umsetzungsphase von zwei Elektroladesäulen an den beiden Standorten Freudenstadt und Stockach, die voraussichtlich Ende April in Betrieb gehen werden. Bei den E-Ladesäulen handelt es sich um Hypercharger, sprich Schnellladesäulen mit 150 kW, die zukünftig auf 300 kW aufrüstbar sind. Pape dazu: „Wir befassen uns intensiv mit dem Thema Elektromobilität, sodass wir Schnellladesäulen bei zukünftigen Projekten – Neubauten – bereits in der Planung berücksichtigen und bestehende Standorte werden wir nach und nach mit Schnellladesäulen aufrüsten.“

Um die Betreuung aller Tankstellen-Partner und -Pächter weiter zu optimieren, hat Oest eine neue Software für den Bereich Inventarverwaltung und technischer Support eingeführt.

Q1 digitalisiert die Tankstelle weiter

Bei Q1 in Osnabrück, erklärt Unternehmens-Chef Frederick Beckmann, haben sie Veränderungen schon immer als Chance begriffen. „Unser Anspruch an Mobilität ist im Umbruch – und mit ihm wandelt sich die klassische Tankstelle zum Multi-Service-Hub.“ Ob Q1 Autostrom, E-Fuels oder digitale Services in attraktiven Standorten

Eine Tankstelle im American Diner Style – Oest hat diese in Erlensee eröffnet.

Die Tankstelle der Zukunft als Multi-Service-Hub – für Q1-Chef Frederick Beckmann gehören E-Fuels ultimativ dazu.

mit breitem Shop und Bistro Angebot sowie hoher Aufenthaltsqualität: Q1 treibt Innovationen aktiv voran und setzt sie schon heute um, betont Beckmann gegenüber der tankstellenWelt. Gut 200 Stationen ist das Tankstellennetz der Q1 Energie heute groß.

Gerade das Thema Digitalisierung zieht sich dabei durch das gesamte Kerngeschäft. „Unsere Mobile Payment App zahlz steht kurz vor der Integration von PayPal, Apple Pay und Google Pay, um sie auch für Endkunden zugänglich zu machen“, erklärt Beckmann. Der Besuch der Akzeptanz-Stationen und perspektivisch auch die Nutzung der eigenen Waschanlagen wird damit noch bequemer. „Unsere Erfahrungswerte zeigen deutlich, dass unsere ganzheitlich gedachte Digitalisierungsstrategie Kunden weiterhin in den Shop lockt und ein attraktives Tankerlebnis bietet.“ Deshalb will sich Q1 in den kommenden Schritten auch dem Aufbau von Click & Collect Lösungen sowie weitere Automatisierungen rund um die Tankstelle widmen.

Ein weiterer Fokus liegt auf dem E-Laden, bei den Osnabrückern „Q1 Autostrom“ genannt. „Das Q1 Schnellladenetz befindet sich im sukzessiven Aufbau und umfasst 20 Standorte mit hoher Aufenthaltsqualität, sodass die Wartezeit sinnvoll überbrückt werden kann“, erklärt Beckmann. An den Standorten gibt es ein umfassendes Shop- und Bistroangebot, stellenweise auch mit einem warmen Mittagstisch. Kunden können hier mit bis zu 150 kWh ihre Elektrofahrzeuge laden, werden zu 100 Prozent aus erneuerbarer Energie versorgt (an 29 Standorten hat das Unternehmen inzwischen Photovoltaikanlagen installiert) und profitieren von einer breiten Akzeptanz



© hasepost.de

von Zahlarten. Parallel steigt Q1 in den Netzausbau von tankstellenunabhängigen Standorten ein.

Und Wasserstoff? „Wir befassen uns aktuell mit diversen Wasserstoff-Projekten und sind sicher, dass davon einige bereits zeitnah zu realisieren sind“, sagt Beckmann abschließend.

Multi-Energie und Shop-Refit bei TotalEnergies

Auch bei TotalEnergies entwickeln sie die klassische Tankstelle zur Multi-Energie-Station weiter – entsprechend dem jeweiligen Bedarf vor Ort, wie man betont. Das bedeutet, neben den klassischen Fuels wird es mehr alternative Kraftstoffe geben: Etwa 60 Elektro-Ladesäulen, darunter mehr als 40 High Power-Charger, verteilt auf mehr als 30 Tankstellen, sind es bereits. Bis 2023 sollen es über 300 Ladepunkte an mehr als 100 Standorten sein. Darüber hinaus kann an 91 TotalEnergies-Tankstellen Erdgas getankt werden, bei LNG sollen 2022 die ersten sechs Lkw-Stationen öffnen. Wasserstoff als Alternative vor allem für den Schwerlastverkehr macht TotalEnergies seit 2002, bundesweit 24 H2-Tankstellen sind am Netz und weiteren in Bau und Planung. „Für die Dekarbonisierung des Straßenverkehrs müssen wir alle Optionen zur CO₂-Reduzierung nutzen“, sagt auch Tankstellen-Direktor Thomas Strauß.

Convenience-seitig unterzieht TotalEnergies seine Bonjour-Shops weiter einem Refit-Programm. Man werde verschiedene Ansätze ausprobieren, mit unterschiedlichen Café Bonjour- und Lounge-Elementen, und insbesondere in Deutschland (vor allem im ländlichen Bereich) auf ein größeres Lounge-Format mit mehr Sitzplätzen setzen.

Das 2020 konzipierte Mobility-Format – hier werden Produkte verschiedene Sortimente in „Themen-Gondel“ zusammengebracht – wird ebenfalls peu à peu implementiert. Dessen Umsetzung ist laut Tankstellen-Direktor Strauß „sehr erfolgreich angelaufen“, auch in der Pan-

demie. „Vor allem die Entwicklung im Food und Café Bereich hat uns positiv überrascht: Hier wachsen wir über dem Durchschnitt des Netzes im zweistelligen Bereich. Der Shop ist ein guter Mix aus C-Store und einer sehr ansprechenden Backshop-Konzeption. Allerdings konnten die loungigen Sitzelemente aufgrund der Restriktionen rund um Covid-19 noch nicht ausreichend getestet werden.“

Nachhaltigkeit setzt TotalEnergies sowohl auf dem Forecourt um – mit immer mehr alternativen Fuels, aber auch Photovoltaikmodulen auf den Dächern von inzwischen 300 Tankstellen (bis 2023 sollen es bundesweit 560 Stationen sein). Aber auch im Shop werden die Angebote nachhaltiger. Beim Pfandbechermehrwertsystem stieg TE im Dezember 2021 mit 50 Pilotstationen ein. Inzwischen nehmen 634 Stationen teil, die in den ersten beiden „Voll“-Monaten dann bereits gut 18.000 Recup-Becher ausgegeben haben.

Um die Tankstelle aus dem viel zu oft noch „Offline“-Modus herauszuführen, hat TotalEnergies neue Konzepte zur Digitalisierung der Tankstellen erarbeitet und einige Lösungen bereits sehr erfolgreich umgesetzt, wie z.B. die Autowäsche digital über Einzelhandelspartner zu verkaufen. Zudem wurde ein Webshop eingerichtet, in dem digitale Gutscheinkarten erworben werden können. Der Shop richtet sich sowohl an B2B als auch an B2C Kunden. „Innerhalb der Stationen stellen wir derzeit nach und nach alle Printwerbeflächen auf digitale Displays um. Auch für die Bezahlung werden wir unseren Kundinnen und Kunden auch mobile Zahlungsmöglichkeiten anbieten“, sagt Tankstellen-Direktor Strauß abschließend.

Rainer Wiek

Bei Störung im Kälte- und Klimabereich

Cool+Call

Kühlmöbel defekt?

Rufen Sie uns an: **+49 711 65883-60**

❄️ 24/7 Kälte-Klima Service

❄️ Deutschlandweit

❄️ Konzeption, Verkauf

❄️ Reparatur, Dichtheitsprüfung

❄️ Fernüberwachung, Fernwartung

❄️ Individuelles Design

❄️ Wartung, Instandhaltung

❄️ Inbetriebnahme, Montage, Demontage