

# Tankstellennetze

Mineralölgesellschaften in Deutschland 2017

## **Starker Mittelstand**

BFT-Geschäftsführer Zieger erklärt  
das neue Selbstverständnis

Ab Seite 16

## **Eigenkündigung**

In drei Fällen gibt es trotzdem den  
Handelsvertreterausgleich

Ab Seite 18

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

## **Marktanalyse**

# **Weben am Netz der Zukunft**

Seite 8



— **Titelthema**

**Die Pläne der größten MÖG**

In einem stürmischen Markt sind kluge Ideen gefragt, um nicht in den Wellen der unruhigen See zu kentern. Elf Tankstellenunternehmen – von den „Big Five“ bis zu den großen Mittelständlern – geben Auskunft, welche Pläne sie derzeit umsetzen oder aushecken.

— **Rund um das Tankstellennetz**

**04 Zahlen rund um die Tankstellenbranche**

Energie Informationsdienst, Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle, Markttransparenzstelle, Statistisches Bundesamt – wir ordnen die wichtigen Parameter der Branche.

**14 Analysehilfe zur Netzentwicklung**

Viele Mittelständler planen derzeit, ihr Netz zu erweitern. Ein Experte erklärt, worauf es aus seiner Erfahrung zu achten gilt – von der Kraftstoff- bis zur Standortanalyse.

**16 Interview zur Rolle des Mittelstands**

Welche Aufgabe kommt dem Mittelstand derzeit in der Tankstellenbranche zu? BFT-Geschäftsführer Stephan Zieger ist im Interview überzeugt: eine würzige!

**18 Handelsvertreterausgleich trotz Eigenkündigung**

Das Gesetz sieht drei Ausnahmen vor, bei denen ein Pächter trotz Eigenkündigung Anspruch auf eine Ausgleichszahlung hat. Rechtsanwalt Kay Wagner stellt sie vor.

**20 Firmensteckbriefe und Tankstellennetze**

Die mittelständischen Tankstellenunternehmen Classic und BFT Willer suchen Eigentümer oder Pächter. Hierfür lohnt sich auch ein Eintrag im Onlineverzeichnis von Tankstellennetze.

— **Branchenkatalog**

**21 Gesellschaften von A bis Z**

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



© vege/stock.adobe.com



© Nonwarit/stock.adobe.com

**Impressum**



**Sprit+ Spezial**  
**Tankstellennetze 2017** erscheint als Beilage mit **Sprit+** 4.2017

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

**Geschäftsführer**  
 Peter Lehnert

**Verlagsleiter**  
**Springer Automotive Media**  
 Ralph M. Meunzel

**Chefredakteurin**  
 Annika Beyer (V.i.S.d.P.)  
 Tel. 0 89 20 30 43-25 71  
 sprit-plus@springer.com

**Projektkoordination**  
 Michael Simon

**Leitung Herstellung**  
 Maren Krapp  
 Dierk Naumann (Layout)

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

**Anzeigenverkauf**  
 Eric Hänsel  
 Tel. 0 89 20 30 43-12 48  
 eric.haensel@springer.com

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

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

**Anzeigendisposition**  
 Sylvia Affeld  
 Fax 0 89 20 30 43-21 00

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

**Druck**  
 M.K. Offsetdruck und Verlags GmbH  
 74927 Eschelbronn  
 Auflage geprüft durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW).  
 Gerichtsstand und Erfüllungsort: München  
 Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung.



© Titelbild: vege/stock.adobe.com

# Der Mittelstand zeigt seine breite Brust

Liebe Leserin, lieber Leser,



© Erwin Fleischmann

wir haben 100 Mineralölunternehmen gefragt ... Zugegeben, es waren keine 100 Stimmen, die wir eingeholt haben wie bei der Quizshow Familienduell. Aber dennoch ergibt das, was uns die elf Gesellschaften und Mittelständler bezüglich ihrer Strategien für ihr Tankstellennetz verraten haben, ein repräsentatives Bild für den gesamten Markt – zum einen, weil es sich um die größten Unternehmen handelt, zum anderen, weil sie knapp 10.000 der insgesamt 14.510 Straßen- und Autobahntankstellen in Deutschland betreiben.

Also, was hat die Branche vor? Auffällig ist, dass nahezu alle Befragten viel Geld in die Hand nehmen, um in die Jahre gekommene Stationen optisch auf den Stand der Dinge zu bringen. Sei es Esso, die 2017 die Hälfte ihrer Tankstellen mit dem neuen Designkonzept Synergy äußerlich aufhübschen will, die Total, die

nach wie vor die luftigen, erdfarbenen T-Air-Tankstellendächer ausrollt, oder eben Marktführer Aral, der sich für Rewe to go einen ambitionierten Zeitplan gesteckt hat. Die Umrüstung von 1.000 der 1.200 unternehmenseigenen Tankstellen geht Aral übrigens so gut von der Hand, dass sich der Vorstandsvorsitzende Patrick Wendeler Sorgen macht, ob man nicht zu schnell vorankomme.

Bezüglich der Netzgröße verfolgt aus dem Spitzenquartett einzig Total das Ziel, in Summe zu wachsen, um 2018 endlich die anvisierten zehn Prozent Marktanteil zu erreichen. Aral, Shell und Esso interessieren sich bei Investitionen nur für durchsatzstarke Standorte in Ballungszentren oder entlang der Verkehrsachsen und stoßen weiterhin unrentable Stationen ab. Diesen Ball nimmt beispielsweise die Avia auf, die angab, insbesondere in Gegenden, aus denen sich die großen MÖG längst zurückgezogen haben, Kunden wie Tankstellenpartnern ein treuer Partner sein zu wollen – Verlässlichkeit als Wert des Mittelstands.

Auch fiel auf, dass der Mittelstand derzeit mit breiter Brust über den Markt spaziert. Das liegt zum einen an tollen, aufsehenerregenden Konzepten wie dem Drive-in-Schalter von Westfalen oder fortschrittlichen Digitalisierungsprojekten wie der Zahl-App von Q1. Das liegt aber auch daran, dass die großen MÖG verstärkt die Zusammenarbeit mit dem Mittelstand suchen, weil „wir da sind, wo die A-Wettbewerber nicht mehr sind“, wie es BFT-Geschäftsführer Zieger (ab Seite 16) formulierte. Dort zu sein, wo die Konkurrenz noch nicht ist, muss das Ziel eines jeden Unternehmers sein. Denn die Luft wird im schrumpfenden Markt dünner.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre und hohen Nutzwert mit unserem Branchenkatalog „Gesellschaften von A bis Z“, in dem Sie Adressen und Ansprechpartner der MÖG in Deutschland finden!

**Michael Simon**  
Redakteur **Sprit+**  
michael.simon@springer.com



# Die Branche in Zahlen

© Denphum/stock.adobe.com

2016 war das Geburtsjahr der Mittagsanhebung, 2017 beginnt mit fatalen Plänen gegen Autogas und einer Reformankündigung für 2018.

**Sprit+** bringt die Entwicklungen im Tankstellenmarkt auf den Punkt.

Auf deutschen Straßen tummeln sich so viele Autos, LKW, Motorräder und Omnibusse wie noch nie. Mehr als 55 Millionen angemeldete Kraftfahrzeuge registrierte das Kraftfahrtbundesamt (KBA) zum 1. Januar 2017. Zum selben Stichtag zählte der Energie Informationsdienst (EID) 14.510 Tankstellen. Auch dies ist ein Rekord, jedoch ein Minusbestwert. So wenige Tankstellen hatte es zuletzt gegeben, als sich das Automobil zu einem revolutionären Fortbewegungsmittel des Durchschnittsbürgers aufschwung.

Das vermeintliche Paradoxon, immer mehr Fahrzeuge an immer weniger Tankstellen, ist nur ein scheinbares. In Wahrheit ist das die Strategie, mit der die großen Mineralölgesellschaften heute ihr Geschäft stärken wollen (mehr dazu ab Seite 8). Und um bei der Wahrheit zu bleiben, ist die Zahl der Tankstellen in Deutschland vielleicht sogar höher, schenkt man einer zweiten Zählung das Vertrauen: Das Bundeskartellamt hat unlängst seinen dritten Jahresbericht zur Markttransparenzstelle für Kraftstoffe (MTS-K) veröffentlicht, dem zufolge zum 1. Dezember 2016 nun

14.750 Tankstellen Preise meldeten. Gegenüber dem Vorjahr kamen noch einige Registrierungsanträge hinzu, die von Betreibern eher „atypischer“ Tankstellen stammten wie Speditionen, Autohäusern und Baumärkten, die aber öffentlich zugänglich und insofern meldepflichtig sind.

## Zusätzliche Mittagsanhebung

Diese atypischen Neankömmlinge werden kaum dazu beigetragen haben, dass die Anzahl der Preiserhöhungen pro Tag an Tankstellen zugenommen hat. Im Durchschnitt wurden die Preise für Kraftstoffe zwischen 1,6- und 1,8-mal am Tag erhöht. 2015 waren es zwischen 0,8 und 1,1 Erhöhungen gewesen. Senkungen hingegen fanden an einer Tankstelle durchschnittlich zwischen 4,0- und 5,3-mal (2015: 2,9- und 4,2-mal) pro Tag statt. Als Grund für die häufigeren Preishebungen und -senkungen machte das Kartellamt die „seit Sommer 2015 zu beobachtende mittlerweile weit verbreitete Mittagsanhebung“ aus. Gegen 12 Uhr erhöhen viele Stationen die Preise an der Zapfsäule „geringfügig“, um von den hungrigen Kunden auch an der Zapfsäule zu profitieren.

Insgesamt, zeigte die Auswertung, fielen die Preisspannen pro Liter an einer Tankstelle niedriger aus als 2015, aber die Häufigkeit der Preisänderungen hat zugenommen. Für Jürgen Ziegner, Geschäftsführer des Zentralverbands des Tankstellengewerbes (ZTG), lässt das den Rückschluss zu, „dass die maßgeblichen Konzerne ihre auf die gemeldeten Wettbewerbspreise reagierenden Preissysteme verbessert haben. Diese arbeiten inzwischen schneller und angepasster.“

Die MTS-K registrierte weiterhin erhebliche Preisunterschiede im Tagesverlauf: Zwischen dem durchschnittlich höchsten (nachts) und niedrigsten Kraftstoffpreis (zwischen 18 und 20 Uhr) innerhalb einer Stadt können Unterschiede von bis zu 30 Cent pro Liter bestehen. Be-

	2016	2015	+/- in %
Ottokraftstoff	18,26	18,23	+0,2
davon Super Plus	0,84	0,80	+5,0
davon Super E10	2,30	2,47	-6,8
Diesekraftstoff	38,41	36,76	+4,5
davon Biodiesel	2,15	2,14	+0,3

Quelle: Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (Bafa)

rücksichtigt man die Spitzenpreise in der Nacht nicht, kann der Unterschied immer noch um die 20 Cent pro Liter betragen. An ein und derselben Tankstelle schwanken die Preise um die zehn Cent am Tag.

Ansonsten enthält der Bericht des Bundeskartellamts keine neuen Erkenntnisse, dafür aber einen Appell an die Autofahrer. Kartellamtschef Mundt fordert: „Die hohen Preisunterschiede verdeutlichen, dass es sich lohnt, die Daten der Markttransparenzstelle zu nutzen. Auswählen und gezielt tanken spart Geld und erhöht den Wettbewerbsdruck auf die Mineralölunternehmen. Den Erfolg der Markttransparenzstelle haben die Verbraucher damit ein Stück weit selbst in der Hand.“

Ob die MTS-K wie politisch beachtet wird, ist nicht bekannt. Ob die MTS-K wie politisch beachtet wird, ist nicht bekannt. Ob die MTS-K wie politisch beachtet wird, ist nicht bekannt. Auf Anfrage von **Sprit+** erklärte das Ministerium, dass noch

kein Termin zur Veröffentlichung der Ergebnisse feststehe.

Fest steht für ZTG-Geschäftsführer Ziegner hingegen, dass sich das Kraftstoffpreis-Paradoxon einmal mehr bestätigt hat. Weil die Durchschnittsverbraucherpreise von 107,2 Eurocent für Diesel und 129,6 Eurocent für Super E5 laut Angaben des Statistischen Bundesamts so günstig wie seit 2005 beziehungsweise 2009 nicht mehr waren, konnten „die großen Gesellschaften auch mit etwas weniger Tankstellen ihre Absatzanteile halten“, führte Ziegner aus und begründete: „Bei niedrigen Preisen sind die Verbraucher weniger preissensibel.“ Und das ironischerweise, obwohl die Preise in Relation gesehen teurer sind.

### Mengen im grünen Bereich

Wegen der niedrigen Preise, aber auch wegen der guten Konjunktur dürften die Mengen bei den meisten MÖG 2016 gestimmt haben. Gegenüber dem Vorjahr legten die in Deutschland abgelieferten Ottokraftstoff

Straßen- und Autobahn-tankstellen in Deutschland zum 1. Januar			
	Straßen-tankstellen	Autobahn-tankstellen	Gesamt
2017	14.152	358	14.510
2016	14.176	355	14.531
2015	14.209	353	14.562
2014	14.272	350	14.622
2013	14.328	350	14.678

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

fe um 0,2 Prozent auf 18,255 Millionen Tonnen zu. Während der Rückgang in Höhe von 6,8 Prozent bei Super E10 belegt, dass der vor sechs Jahren eingeführte Kraftstoff immer mehr an Akzeptanz verliert, bestätigen

Anzeige

Verantwortlich: ORLEN Deutschland GmbH, Kurt-Wagener-Straße 7, 25337 Elmshorn.



## Wechseln Sie zu einem starken Partner!

Suchen Sie einen Anschlussvertrag? Oder wollen Sie Ihre Tankstelle verkaufen oder verpachten?

Profitieren Sie von den **Vorteilen** eines international erfolgreichen Konzerns:

- eine starke Marke mit wachsendem Marktanteil
- Investitionen in die Netzqualität
- unternehmerische Freiheit, um Ihre Tankstelle erfolgreich führen zu können

Erfahren Sie mehr im persönlichen Gespräch. Rufen Sie an unter **04121/4750-1930** oder schreiben Sie an **partner@orlen-deutschland.de**



star.de



Eine Marke der ORLEN Deutschland GmbH

Straßentankstellennetz (größer als 200)		
	01.01.2017	+/- Vorjahr
Aral	2.335	-19
Shell	1.929	-28
Total	1.136	+10
Esso	992	-8
Avia	851	+15
JET	821	+16
Raiffeisen (ohne Baywa)	675	+9
Orlen	572	+8
Agip/ENI	447	0
Deutsche Tamoil	400	0
OMV	279	-12
Westfalen	254	+5
OIL!	225	+4

Quelle: EID

die Zahlen des Bundesamts für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (Bafa) Berichte der MÖG, die einen Anstieg ihrer hochwertigeren Premiumprodukte verzeichneten: Super Plus legte mit fünf Prozent deutlich zu und kommt bei den Ottokraftstoffen nun auf einen Anteil von 4,6 Prozent.

Deutlich stärker als die Benzinsorten gewann Diesel Absatzanteile. Mit einem Plus von 4,5 Prozent gegenüber 2015 legte die Inlandsablieferung insgesamt (an Betriebs- und öffentlichen Tankstellen) kräftig zu. Allein an öffentlichen Tankstellen wuchs der Dieselaabsatz nach Angaben von Aral um 2,9 Prozent auf 18,1 Millionen Tonnen an, sodass in Deutschland 2016 erstmalig mehr Diesel als Benzin an den Zapfsäulen verkauft wurde.

Mit Mengen muss nicht Gewinn einhergehen. Die Beratungsgesellschaft Mackenzie errechnete im Auftrag des EID für die MÖG und den Dieserverkauf an Tankstellen im Jahr 2016 gerade einmal eine schwarze Null. Insbesondere im Dezember seien viele Gesellschaften in die Verlustzone geraten. Bei den Ottokraftstoffen waren die Margen deutlich besser, nach Biobemischung wurde angeblich noch ein Netto-Ertrag von 1,5 Cent pro Liter erzielt.

Ähnlich ärgerlich wie die schwachen Dieselmargen dürfte insbesondere für den Mittelstand die Entscheidung der Bundesregierung Anfang dieses Jahres gewesen sein, den Steuervorteil für Autogas (LPG)

nicht wie geplant zu verlängern, sondern ab 2019 nicht mehr zu fördern. Noch im Mai vergangenen Jahres (Sprit+, berichtete) sah der erste Gesetzesentwurf vor, den Steuervorteil für Gaskraftstoffe über 2018 hinaus zu verlängern. Dabei sollte die Steuerbegünstigung für LPG für drei Jahre bis 2021 verlängert werden, abschmelzend ab 2019. Weil sich die Bundesregierung im aktuellen Entwurf des Energiesteuergesetzes nun doch anders entschloss, dürfte die letztjährige Steigerung des Autogasnetzes auf 7.061 Stationen die letzte für lange Zeit gewesen sein, mutmaßt ZTG-Chef Ziegner.

### Erdgas macht Rückschritte

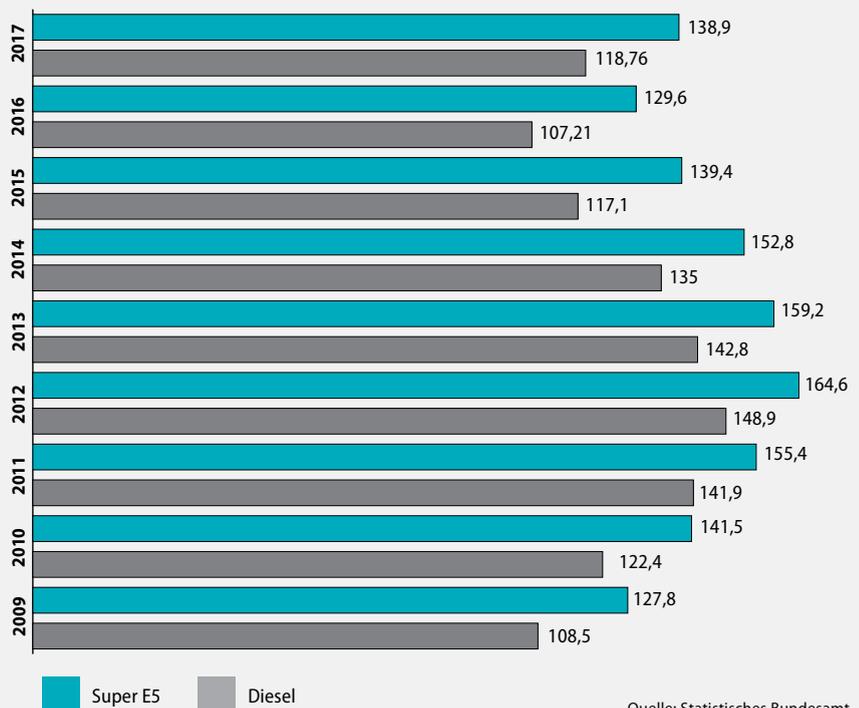
Gesunken war hingegen die Zahl der Erdgastankstellen um 35 auf 882 Stationen. Ob die Verlängerung des Steuervorteils bis 2026 die Kehrtwende bedeutet, hängt von der Nachfrage von verflüssigtem Erdgas (LNG) ab. In diesem Kraftstoff sehen Experten die einzige Alternative zu Diesel für den Schwerlastverkehr. Mit CNG betriebene Erdgasautos sind am Markt noch Ladhüter und das Angebot ist überschaubar. Die Entscheidung der Regierung pro Erdgas und contra Autogas kritisierte deshalb auch BFT-Geschäftsführer Stephan Ziegner:

„Wenn die Förderung für Autogas nach 2018 gestrichen werden sollte, ist das wie beim Biodiesel: Da verschwindet einfach ein alternativer Kraftstoff vom Markt, ohne an die positiven Aspekte zu denken.“

Auch von einer zweiten Neuerung in der Branche ist Ziegner alles andere als angetan: Ab 2018 will die Raststättengesellschaft Tank & Rast ihre Regelungen für die Einlieferung und den Vertrieb von Kraftstoffen von Bundesautobahntankstellen ändern. Lediglich 49 Prozent laufen dann noch über die Quote gemäß dem Absatzanteil an der Straße, elf Prozent übernimmt Tank & Rast selbst. Die übrigen 40 Prozent sollen versteigert werden, jedoch „zählt da einzig und allein die Finanzkraft und da ist der Mittelstand raus“, kommentiert Ziegner.

Die Senkung des Quotenanteils und die Erhöhung des Versteigerungsanteils sollten vor allem mittelständischen Mineralölunternehmen den Markteintritt an Bundesautobahntankstellen erleichtern, begründete das Kartellamt. Das Gegenteil sei der Fall, erklärt Ziegner im Interview ab Seite 16. Die Zeiten werden also nicht nur an den Straßen-, sondern auch an den Autobahnstationen immer rauer. *Michael Simon*

### Durchschnittspreis von Super E5 und Diesel in Cent pro Liter



Quelle: Statistisches Bundesamt



## Ungebrochene Dynamik

TOTAL ist in Deutschland kurz davor, ein ambitioniertes Ziel zu erreichen: eine bundesweite Tankstellenpräsenz mit durchschnittlich zehn Prozent Marktanteil. Wieso diese Wachstumsstrategie auch ein Modell für den Mittelstand ist, erklärt Reinald Hieronymus, Leiter Netzentwicklung Tankstellen bei TOTAL Deutschland.

Seit Beginn dieses Jahrzehnts investiert TOTAL massiv in sein Tankstellennetz. Um netto 170 Stationen wuchs die Marke seit 2012 auf nun knapp 1.200 Tankstellen. Das gesetzte Ziel von durchschnittlich zehn Prozent Marktanteil ist in greifbarer Nähe. Reinald Hieronymus, Leiter Netzentwicklung Tankstellen bei TOTAL Deutschland, erklärt die nächsten Schritte.

### Herr Hieronymus, geht der Bau-Boom bei TOTAL weiter?

Absolut! Wir haben seit Beginn des Jahres mehrere Projekte angeschoben und werden in Kürze die Zahl von 1.200 Tankstellen

überspringen. Auch für die kommenden Jahre haben wir mit Rückendeckung aus der Konzernzentrale in Paris passende Budgets für die Netzentwicklung eingeplant. Schließlich ist Deutschland für TOTAL – nach dem Heimatmarkt Frankreich – der weltweit wichtigste Markt im Tankstellengeschäft.

### Aber Sie bauen nicht nur neue Stationen?

Wir modernisieren parallel dazu unser Netz. Unsere Markentankstellen sollen in den kommenden vier Jahren komplett auf das neue Design T-Air umgestellt werden. So wird TOTAL überall für die Kunden als moderne Marke sichtbar. Und diese Wertschätzung durch die Kunden ist wichtig für das zweite Standbein unserer Netzentwicklung, die verstärkte Kooperation mit dem Tankstellenmittelstand.

### Mit welchen Argumenten überzeugen Sie Ihre Mittelstandspartner?

Wir bieten ein schlüssiges Konzept einer modernen Tankstelle mit einem starken Serviceangebot, zum Beispiel bei Tankkarten. In den letzten Jahren haben wir besonders an Autobahnen und Fernstraßen expandiert. Das hat dem Kartengeschäft sehr geholfen. Mit der Cross-Akzeptanz bei Avia, Shell und Westfalen können unsere Kunden nun 4.400 Stationen in ganz Deutschland nutzen. Das wissen sie zu schätzen. Darüber hinaus hat MAN im vergangenen Jahr für seine Kunden mit uns gemeinsam eine Tank- und Servicekarte aufgelegt.



**Flexibler Partner: Üblicherweise steht neben TOTAL der Name des Ortes. Aber auch Partner können so ihre Marke präsentieren.**

### ... und das sichert Mengen an den Tankstellen ...

Aber wir haben auch andere starke Argumente für Kooperationspartner, beispielsweise unser Kassensystem, das wir auch unseren Partnern anbieten. Damit sind wir in besonderem Maße auch fit für die Zukunft. Etwa die Digitalisierung. Schon heute funktioniert unsere Tankkarte beim Car-Sharing-Anbieter Drive Now rein digital. Da kommuniziert das Auto direkt mit dem Kassensystem. Bei der Elektromobilität stehen wir in den Startlöchern, mit Erfahrungen wie kein anderer in Deutschland bei Wasserstofftankstellen und mit Tests von verschiedenen E-Ladesystemen. Gute Argumente für eine langfristige Partnerschaft, in der man gemeinsam eine erfolgreiche Zukunft gestalten kann.



**Reinald Hieronymus ist seit 1997 bei TOTAL. Als Regionalleiter im Tankstellenvertrieb und als Geschäftsführer der Eigenregietankstellen sowie nun als Leiter Netzentwicklung kennt er das Tankstellengeschäft in vielen Facetten.**



© [M] Deutschlandkarte: fotomek/stockadobe.com; Tank-Button: Alejandro Durán Fuentes/photos.com

Tankstellen stecken mitten in einem strukturellen Wandel und haben gleichzeitig Personalkrisen zu lösen. Die wichtigsten MÖG verraten, welche Strategiepapiere sie in der Schublade haben, während der Mittelstand ein neues Selbstvertrauen zur Schau stellt.

**W**eiterzumachen wie bisher, ist keine Option. Denn weiterzumachen, ohne die neuen Bedürfnisse einer sich rasant verändernden Gesellschaft zu berücksichtigen, ist das sichere Todesurteil für jedes Tankstellenunternehmen – vom kleinen Familienbetrieb bis zu den großen Mineralölgesellschaften. In Zeiten fallender Kraftstoffverbräuche, mickriger Kraftstoffmargen, gewandelter Essgewohnheiten und alternativer Energieträger wie Strom, die nicht zwangsläufig mit der Tankstelle verheiratet sind, sucht die Branche neue

Ideen. Welche Konzepte große wie kleine Tankstellenunternehmen schon ausrollen, noch diskutieren oder gar verworfen haben, zeigt ein Streifzug durch die Planungsbüros der Branche.

#### Aral

Den Anfang macht der Branchenprimus Aral, der sich im März auf seiner traditionellen Jahrespressekonferenz in Düsseldorf in die Karten blicken ließ. Mit Abstand die meisten Stationen sichern trotz leichtem Saldo-Minus von 19 Tank-

stellen die führende Position im Kraftstoffgeschäft mit einem Marktanteil von 21,5 Prozent und einem leicht gestiegenen Absatz von 7,7 Millionen Tonnen. Im gesellschaftseigenen Tankstellennetz betrug der Shop-Umsatz 1,6 Milliarden Euro und das Waschgeschäft erreichte ein Rekordumsatzniveau von mehr als 105 Millionen Euro (vier Prozent über Vorjahr).



© Aral

All dies stimmte den Vorstandsvorsitzenden Patrick Wendeler ebenso zufrieden wie die mit einem lautstarken Marketingorchester eingeführte neue Kraftstoffgeneration, die angeblich eine neue Anti-Schmutz-Formel bietet. Auch deswegen soll der Absatz der Spitzenkraftstoffe mit dem Ultimate-Label gegenüber dem Vorjahr im zweistelligen Prozentbereich gestiegen sein. Der Zuwachs speist sich laut Aral zum einen aus bestehenden Kunden, die anstatt der Basiskraftstoffe teurere kauften, zum anderen durch Neukunden, die zuvor beim Wettbewerb getankt haben.

Die größte Aufmerksamkeit abseits des Standardbetriebs widmet Aral derzeit der Umrüstung der unternehmenseigenen Tankstellen auf Rewe to go. Mit dem neuen Shop- und Bistroangebot, das Aral im vergangenen Frühjahr vorstellte, sollen die Weichen für die Zukunft gelegt werden. Die 50 für 2016 angepeilten Shop-Renovierungen konnte das Unternehmen nach eigenen Angaben einhalten, im laufenden

Jahr sollen 200 weitere hinzukommen, so dass in jedem Bundesland mindestens eine Station mit Rewe to go in Betrieb ist.

Im Exklusivinterview mit **Sprit+** (in Ausgabe 4.2017) sagte Wendeler: „Im Moment sind wir bei einer Umrüsthäufigkeit von sechs Stationen in einer Woche. Sie müssen sich vorstellen, was das für ein Aufwand ist, damit alle Prozesse funktionieren, die Leute ausgebildet sind und die Belieferung läuft. Manchmal überlege ich mir, ob wir nicht ein bisschen zu schnell sind in der Art und Weise, wie wir da rangehen.“ Weitere Ziele für 2017 sind die Vorbereitung einer eigenen App, mit der ab 2018 mobil bezahlt werden kann, und der Ausbau des Partnernachwuchsprogramms Future Hero.

### Shell

Die Nummer zwei im Tankstellenmarkt ist trotz eines Minus von netto 28 Tankstellen weiterhin Shell, zumindest wenn man die Stationszahlen zugrunde legt. Im



© Shell

Servicebereich hat sich Patrick Carré, Leiter des Tankstellengeschäfts in den D-A-CH-Ländern, nicht weniger vorgenommen, als die Spitzenposition zu übernehmen. „Wir müssen um das Kraftstoffangebot herum ein umfangreiches Dienstleistungsgeschäft aufbauen“, sagte Carré. Dafür experimentiert Shell in verschiedenen Projekten.

Nach dem erfolgreichen Start von Mobile Payment in Großbritannien will die MÖG den Service in Kürze auch in Deutschland anbieten, um eiligen Kunden

Anzeige



**Nutzen Sie unsere Stärken für Ihren Erfolg: Werden Sie Esso Tankstellen-Partner!**

Gern informieren wir Sie als Stationsinhaber persönlich! E-Mail: [tankstellenpartner@exxonmobil.com](mailto:tankstellenpartner@exxonmobil.com)

ESSO Deutschland GmbH, Tankstellengeschäft, 20346 Hamburg

[www.esso.de](http://www.esso.de)



An ExxonMobil Brand



den Weg in den Shop zu sparen. Das Smartphone stellt dann eine Verbindung zum Kassensystem und Bezahlsystem Paypal her. Das Shop-Geschäft leide nicht darunter, hätten die Erfahrungen auf der Insel geigt.

Im Shop will Shell den steigenden Erwartungen an gesündere und frischere Angebote mit Partnerschaften begegnen: Starbucks gehört zu den etablierten Partnern, der niederländische Anbieter Albert Heijn wird momentan an einigen Stationen in NRW getestet. Außerhalb des Shops sollen die Abholstationen für Pakete, die Amazon Locker, für Kundenfrequenz sorgen. Nach ersten Tests in München ist nun auch Berlin an der Reihe.

Doch nicht nur das Dienstleistungsangebot steht auf Expansionskurs, auch die Dienstleistungsqualität soll verbessert werden. Dazu will Shell in den kommenden zwei Jahren 10.000 Mitarbeiter in Training-Trucks vom Schulungsanbieter Dale Carnegie fortbilden und motivieren lassen. Denn: „Sie geben der Marke Shell Gesicht und Herz“, sagt Carré, „Personal ist künftig noch mehr Schlüssel zum Erfolg.“ Um gute Mitarbeiter in einem harten Wettbewerb mit dem Einzelhandel zu finden, hat Shell im vergangenen Jahr seine eigene Stellenbörse eingerichtet.

Das freundlichere Image sollen auch die 1.000 der insgesamt 2.000 Tankstellen, die zu „Premiumstationen“ umgestaltet wurden, verkörpern. Ausgebaut werden soll auch die Wasserstoffinfrastruktur, die Shell als Mitglied der Initiative H2 Mobility unterstützt.

**Total**

Als einzige der vier größten MÖG verzeichnete Total ein Nettowachstum des Netzes. Möglich machte das laut Unternehmenseinschätzung der Umstand, die Konsolidierungsphase früher abgeschlossen zu haben



© Total

als die Konkurrenz. Bereits im vergangenen Jahrzehnt habe man die unrentablen Standorte geschlossen und in perspektivstarke investiert. Zehn Stationen kamen 2016 dazu, wodurch sich Total anschickt, im kommenden Jahr das 2013 formulierte Ziel endlich zu erreichen: zehn Prozent Marktanteil.

Dafür spielen Partnerschaften mit Eigentümern aus dem Mittelstand eine wichtige Rolle. Diese wolle man unter anderem mit dem Wachstums- und Neubauprogramm mit dem neuen Design T-Air, das im deutschen Markt heraussteche, überzeugen. „Aber nicht nur optisch stimmt das Konzept“, ist Reinald Hieronymus, Leiter Netzentwicklung Tankstellen, überzeugt, „modernisierte Shop- und insbesondere Bistroangebote, ein neues Waschkonzept und Innovationen wie die digitale Tankkarte und zukunftsorientierte Energiekonzepte wie Elektroladesäulen und Wasserstoff verdeutlichen unseren Anspruch auf eine Spitzenposition im deutschen Markt.“

**Esso**



© Michael Simon

Eine Spitzenposition hat Esso weiterhin inne, auch wenn die Exxonmobil-Tochter unter die 1.000er-Marke gerutscht ist. Das tut der guten Stimmung im Unternehmen aber keinen Abbruch, der neue Leiter des Esso-Tankstellengeschäfts, Alexander Hentschke, spricht gar von einem „hervorragenden Jahr 2016“, das die Erwartungen „übererfüllt“ habe. Die Investitionen der vergangenen Jahre in Shop und Carwash hätten sich nun ausgezahlt und für „signifikant bessere Ergebnisse“ als 2015 gesorgt.

Eine der zentralen Aufgaben in diesem Jahr ist der Roll-out des neuen Kassensystems von Scheidt & Bachmann (Sprit+ berichtete in Ausgabe 8.2016), das die Inventur, die Warenbestellung und

den Bezahlvorgang an der Kasse vereinfachen soll. Mit dem neuen Kassensystem sieht man sich gar als Vorreiter, ebenso wie beim kontaktlosen Bezahlen mit Girocard, das ab Ende des ersten Quartals 2017 an allen Stationen möglich sein soll. Damit gehöre man bundesweit zu den ersten Unternehmen.

Außerdem plant Esso, in diesem Jahr die Hälfte ihrer Stationen mit dem neuen Synergy-Design auszustatten, das die Verantwortlichen an den bislang 21 Teststationen offenbar überzeugt hat. Synergy ist der Name für die neue Kraftstoffgeneration von Esso, die im dritten Quartal 2017 aus der Zapfsäule fließen soll. Damit einhergeht unter selbem Namen ein neues Erscheinungsbild auf dem Forecourt. Die Zapfsäulen für die Benzinsorten sind blau, die für Diesel silbergrau und rote Elemente dienen der Beleuchtung, Säulennummerierung oder als Werbeflächen. Zur Synergy-Optik gehört auch eine neue Preisanzeige.

**JET**

Dass die Phillips66-Tochter JET im Branchenjargon noch zu den „Big Five“ der Tankstellenbranche gerechnet wird, mag angesichts der 851 Stationen, die der Energie Informationsdienst (EID) Anfang 2017 zählte, verwundern. Gegenüber Sprit+ gab JET gar nur 641 unternehmenseigene Tankstellen an. Weil JET aber in Deutschland im Durchschnitt die durchsatzstärksten Stationen im Portfolio hat, wird der Absatzmarktanteil auf 10,5 Prozent geschätzt und damit um 1,5 beziehungsweise drei Prozent höher als bei Total und



© Annika Beyer

Esso, die deutlich mehr Stationen betreiben. Grund dafür ist mit Sicherheit das B-Preisniveau an den Zapfsäulen.

Jörg Biermann, Geschäftsführer Tankstellengeschäft, interpretiert das so:

„JET steht schon immer für ein verlässliches Angebot. Das führt dazu, dass wir im Durchschnitt erheblich mehr Kunden pro Tankstelle als andere Marken haben.“ Das spiegelt sich auch im Yougov Brandindex wider: Kunden bewerteten zum siebten Mal in Folge die Blau-Gelben als ihre beliebteste Tankstellenmarke. Mit dieser Positionierung beim Kunden, punktuellen Zukäufen und einer verlässlichen Partnerschaft zu den Pächtern will man genauso weitermachen. Engagierte Mitarbeiter sollen in der JET-Akademie für ihren Weg in die Selbstständigkeit fit gemacht werden. Zum 2015 eingeweihten und 2016 getesteten neuen Tankstellenkonzept (siehe Foto) machte die MÖG keine neuen Angaben.

### Avia

Ein seit einigen Jahren größeres Netz als JET hat die Mittelstandsmarke Avia, die in saldo 15 Stationen hinzugewonnen hat – wenn man bei 30 unabhängigen mittel-

ständischen Gesellschaftern von einem einheitlichen Netz sprechen kann. Lediglich fünf Prozent führt die Deutsche Avia Mineralölgesellschaft in Eigenregie.

Als übergeordnetes Ziel und als Abgrenzungsmerkmal gegenüber den Konzernmarken gibt Avia an, Kunden und Tankstellenleitern ein verlässlicher Partner zu sein. Deshalb habe man auch keine Schwierigkeiten Pächter oder Eigentümer zu finden. „Die persönliche Nähe zu un-



seren Tankstellenpartnern und -pächtern, wie sie Mittelstandsunternehmen mit Kontinuität bei den handelnden Personen zulassen, wollen wir an unsere Kunden weitergeben“, meint Josef Grünberger, Leiter Marketing und Tankstellen. Gerade in Gegenden, aus denen sich die großen Gesellschaften längst zurückgezogen hätten, stehe man für Verlässlichkeit.

Langfristig plant Avia, sein Tankstellennetz in Anzahl und Qualität weiterhin auszubauen. „Wir sehen hier eine fortlaufende Parallelität von Investitionen in neue Standorte und in die Modernisierung bestehender Tankstellen“, erläutert Grünberger. Als spezielles Ziel für 2017 gibt Avia die Professionalisierung des Bistrogeschäfts aus.

### Star

„Volle Kraft voraus!“ Unter diesem Motto stand die Konferenz im September vergangenen Jahres, bei der Orlen 1.000 Mitar-

Anzeige



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

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

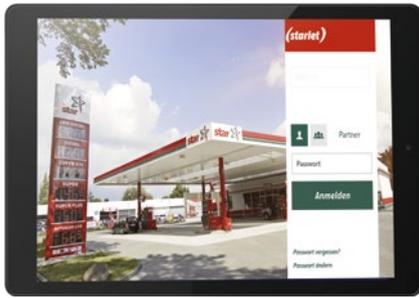
- partnerschaftlichem Miteinander
- kurzen Entscheidungswegen und flachen Hierarchien
- intensiver und persönlicher Unterstützung in allen Geschäftsbereichen

Nähere Informationen erhalten Sie bei Herrn Axel Epstein.

Q1 Energie AG  
Rheinstraße 82  
49090 Osnabrück  
a.epstein@q1.eu  
www.q1.eu



© Orlen



beiter zusammentrommelte, um das Gemeinschaftsgefühl zu stärken, wie das Unternehmen angab. Das Motto steht aber auch für die geplante Erweiterung des Tankstellennetzes. Insbesondere in Richtung Süddeutschland möchte Orlen 2017 sein Netz ausbauen.

Und das hat Gründe: Die Tankstellenmarke Star soll in Deutschland eine höhere Bekanntheit erfahren, unter anderem mit Emotionen weckenden Sponsoringaktivitäten im Breiten- und Spitzensport, um langfristig die beliebteste Tankstellenmarke in Deutschland zu werden.

Dazu beitragen soll auch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis im Shop. Hierfür hat Orlen sein Eigenmarkenportfolio ausgebaut, womit man laut eigener Einschätzung eine Vorreiterrolle im Markt einnimmt. Die auf Star gebrandeten Produkte umfassen Wasser, einen Energydrink, Chips und Adblue. Doch nicht nur bei den Kunden möchte Orlen für Zufriedenheit sorgen, auch bei den 476 Pächtern, die rund 83 Prozent aller Tankstellen betreiben: Für die interne Kommunikation hat Orlen „Starlet“ eingeführt – eine Plattform, über die Partner Nachrichten und Marketingneuheiten beziehen oder Probleme melden können.

**HEM**

Seit Jahren hält die Deutsche Tamoil ihr Netz unter dem Namen HEM konstant um die 400er-Marke, zum Jahreswechsel lag

© Deutsche Tamoil



der Wert um drei über dem Strich. Also alles beim Alten? Nicht ganz, denn von allen befragten Tankstellenunternehmen klang Tamoil-Geschäftsführer Carsten Pohl am zufriedensten mit dem zurückliegenden Geschäftsjahr, wenn er vom „besten Jahr der Firmengeschichte“ schwärmt. Die Absätze konnten beim Kraftstoff, im Shop und im Waschgeschäft gesteigert werden.

Wichtig ist dem Mittelständler, „die Wünsche unserer Kunden schneller und besser zu erkennen und zu bedienen als jeder andere“, erklärt Pohl. Themen wie Kaffee und Bistro habe man perfektioniert, die Hygiene lasse man sich regelmäßig durch ein Institut prüfen und außerdem betreibe man das modernste Tankstellennetz in Deutschland. Mit diesem hohen Servicegedanken wolle man nun den nächsten Schritt machen und den Dauerrivalen im Yougov Brandindex, JET, von Rang eins stürzen.

**Westfalen**



© Westfalen

Das neu erlangte Selbstvertrauen des Tankstellenmittelstandes (siehe auch BFT-Interview ab Seite 16) verkörpert keiner so ungeniert wie die Westfalen-Gruppe. Zu Recht muss man sagen, denn das Unternehmen traut sich, in vielen Bereichen Pionierarbeit zu leisten und neue Konzepte auszuprobieren. Dazu zählen die Eröffnung einer LKW-Waschanlage in Kerpen und die Wasserstofftankstelle in Münster (Foto). Die berühmteste „Erfindung“ von Westfalen bleibt aber ohne Zweifel das Drive-in-Konzept, das in der Branche für großes Aufsehen sorgte.

„In vielen Geschäftsfeldern sind wir Trendsetter und stehen für einen dynamischen, starken deutschen Mittelstand“, kommentiert Andre Stracke, Leiter des



Bereichs Tankstellen. Gegenüber den großen MÖG sieht sich Stracke aufgrund der Größe, der kurzen Entscheidungswege und der Flexibilität gut positioniert.

Der Herausforderung, qualifiziertes Personal zu finden, begegnet Westfalen mit starken Investitionen in die Aus- und Weiterbildung von Pächtern und Mitarbeitern vor Ort. Mitarbeiter, die das Potenzial zum Tankstellenunternehmer zeigen, erhalten die Option auf ein Traineeprogramm.

**OMV**

Geht die Entwicklung so weiter, dauert es nicht mehr lang, bis die OMV zahlenmäßig hinter Westfalen zurückfällt. Doch allem Anschein nach ist das im süddeutschen Raum als Premiumanbieter positionierte Mineralölunternehmen mit den Ergebnissen der Netzkonsolidierung sehr zufrieden. Der niedrige Pumpenpreis habe den Absatz gefördert und ein gutes Marktumfeld ermöglicht.

Besonders profitiert von der Preislage haben die OMV-Premiumkraftstoffe Maxxmotion, die gegenüber dem Vorjahr ein zweistelliges Wachstumsplus verzeichneten. Besonders gut lief auch das Waschgeschäft, das trotz durchwachsender Wettersituation mit einer Steigerung gegenüber 2015 abschließen konnte. Das zeige, dass das Reinvestment-Programm gegriffen hätte.

**Q1**

Viel Geld in die Hand genommen hat 2016 auch die mittelständische Q1, um qualitativ und quantitativ (Saldo plus sechs auf 191 Stationen) zu wachsen. Dies erforderte auch, die Leitungsebene straffer zu organisieren und personell umzubesetzen.

Mit neuen Shop-Konzepten („Oase“; **Sprit+**, berichtete in 4.2016) und Digitalisierungsprojekten wie der App Zahlz, die das mobile Bezahlen von Autowäschen, Tankrechnungen und künftig auch Shop-Einkäufen möglich machen soll, sieht sich Q1 gut aufgestellt, um sich von Mitbewerbern abzuheben.

Natürlich sei es nicht einfach, sich gegenüber den großen MÖG zu behaupten. „Trotzdem sind wir davon überzeugt, dass der Mittelstand vielfach deutlich mehr Charme und entscheidende Chancen hat“, verkündet Q1 selbstbewusst und repräsentiert damit das neue Selbstverständnis des Mittelstands.

Michael Simon



## HEM – Hier stimmt der Kurs

HEM Tankstellen stehen für erlebbare Qualität zu fairen Preisen! Mit Leidenschaft und Engagement arbeiten Mitarbeiter und Tankstellenpartner täglich daran, Kundenwünsche zu erfüllen.

Mit mehr als 400 Tankstellen gehört HEM zu den zehn größten Tankstellenbetreibern Deutschlands. Ziel ist es, in den nächsten Jahren überall in Deutschland präsent zu sein, um zu zeigen, dass ein günstiges Kraftstoffangebot verbunden mit herausragender Qualität kein Zufall ist.

Modern und frisch fällt das orange-grüne Design sofort ins Auge und ist bereits von Weitem zu erkennen. Kraftvoll zeigt das Gesamtkonzept, wofür die Marke HEM steht: sichtbare und erlebbare Qualität zu fairen Preisen. Das bestätigte auch der YouGov BrandIndex 2016 der beliebtesten Tankstellenmarken der Deutschen, aufgrund dessen wir vom Handelsblatt als Marke des Jahres 2016 mit „Exzellent“ ausgezeichnet wurden.

Bei HEM steht der Kunde im Mittelpunkt. Mit einer Vielfalt standardisierter, köstlicher Snacks und Kaffeespezialitäten in den Bistro Vitals unserer Tankstellen treffen wir genau den Geschmack unserer Kunden und erzielen seit Jahren überdurchschnittliche Wachstumsraten. Dabei sind hochwertige

Qualität, Frische und klare Hygiene-Standards die Schlüsselfaktoren für gesunden Genuss.

Das innovative Layout der HEM Tankstellen, mit der überraschenden Raumaufteilung zwischen Bistro und Tankstellenshop, ermöglicht effiziente Arbeitsabläufe und schafft gleichzeitig eine Wohlfühlatmosphäre, wie sie Kunden in Tankstellen bisher kaum erwartet haben. Damit haben wir neue Maßstäbe im Markt gesetzt.

Auch im Bereich der Autowäsche sind HEM Tankstellen neue Wege gegangen. Damit das Auto zu jeder Jahreszeit sauber aus der Waschanlage kommt, passen wir unsere Waschchemie den Wetterbedingungen an. Wir bieten unseren Kunden optimal abgestimmte Saisonwaschprogramme, die wir zur einfachen Orientierung mit einem Farbcode versehen. Besonders lackschonende Textilbürsten gehören in unseren Waschanlagen ebenso zum Standard wie Wasserrückgewinnungsanlagen, denn Umweltschutz wird bei uns großgeschrieben. Diese Anlagen recyceln das Brauchwasser und benötigen

für eine Fahrzeugwäsche nur noch circa 30 Liter Frischwasser. Vor wenigen Jahren brauchte man 200 bis 300 Liter für eine einzige Wäsche.

Trotzdem wir in den letzten Jahren erfolgreich waren, stellen wir unsere Konzepte kontinuierlich auf den Prüfstand, um die Wünsche unserer Kunden auch morgen noch zu erfüllen. Erst wenn der Kunde denkt: „HEM – Hier stimmt der Kurs!“, haben wir alles richtig gemacht.



**Deutsche Tamoil GmbH**

**Alsterufer 5**

**20354 Hamburg**

**Tel.: 040 52 47 44-0**

**Fax: 040 52 47 44-130**

**Internet: [www.hem-tankstelle.de](http://www.hem-tankstelle.de)**

**E-Mail: [info@tamoil.de](mailto:info@tamoil.de)**

# Lage, Lage, Lage

Viele Mittelständler wollen ihr Tankstellennetz erweitern. Doch im wettbewerbsintensiven deutschen Markt gestaltet sich die Suche nach neuen Standorten schwierig. Worauf es bei der Potenzialanalyse ankommt.

Viele Prognosen deuten darauf hin, dass der zu verteilende Kuchen im deutschen Kraftstoffmarkt in den kommenden Jahren kleiner werden wird. Das wird den ohnehin schon intensiven Wettbewerb auf dem deutschen Tankstellenmarkt verschärfen. Einige der großen Mineralölgesellschaften und viele Mittelständler setzen auch in dieser Situation auf die Erweiterung ihres Netzes, um der Konkurrenz ein Stück des Kuchens zu stibitzen.

So will beispielsweise die Westfalen in Zukunft vor allem außerhalb ihres bisherigen Verbreitungsgebietes wachsen: Im März geht die südlichste Tankstelle ans Netz. Darüber hinaus sind für 2017 mindestens zwei weitere Neubauprojekte in Planung. Keine leichte Aufgabe in einem so wettbewerbsintensiven Markt.

„Eine Mineralölgesellschaft, die expandieren will, muss zunächst einmal eine klare Vorstellung von ihren Zielen entwi-

ckeln. Und dabei sollten nicht nur quantitative, sondern auch qualitative Vorgaben festgelegt werden“, erklärt Gerhard Rehm vom Beratungsbüro Wir Ingenieure.

Nach seinen Erfahrungen sollte ein Unternehmen zunächst einmal einen exakten Akquisitionsplan entwickeln und diesen dann intern kommunizieren. „Bei der Suche nach neuen Standorten sind oft die vielfältigen Kontakte zu Lieferanten, Betreibern und Dienstleistern die besten

**Korrekte Wettbewerbsanalyse? Entweder ist die Nachfrage am „Tankstellenstrich“ in Luxemburg tatsächlich so groß oder manch eine MÖG hat sich verzockt.**



© picture alliance/dpa/Arvid Tittel

Quellen, gerade wenn man als Mittelständler regional aus dem bestehenden Netz heraus expandieren will“, meint Rehm.

Ein Schlüssel zum Erfolg ist die professionelle Potenzialanalyse eines Standortes. Mithilfe von Statistiken von Kommunen, Kreis, Land, Bund, Straßenbauverwaltung oder vom Mineralölwirtschaftsverband lässt sich das Kraftstoffpotenzial des Standortes schätzen. Einbezogen werden müssen hierbei die Einwohnerzahl im Einzugsgebiet, die Wettbewerbssituation durch das vorhandene Netz sowie künftige Entwicklungen durch neue Gewerbe- oder Wohngebiete.

Ganz wesentlich ist die Recherche im Hinblick auf geplante größere Strukturveränderungen mit erheblichen Auswirkungen auf Potenzial und Netz. Dazu zählen unter anderem geplante Umgehungsstraßen oder Straßenbauprojekte, die für eine Station erhebliche finanzielle Folgen haben können. Auch das Nahversorgerpotenzial und das soziale Umfeld müssen in die Analyse einbezogen werden.

### Großzügige Flächenplanung

Faktoren wie die Verkehrsdichte und der Verkehrsfluss spielen bei der Standortauswahl ebenso eine Rolle wie Fernwirkung und Einsehbarkeit einer Position. „Die optimale Präsentation gepaart mit einladender Zufahrt und großzügiger Fahrweg- und Parkflächengestaltung bleiben unverzichtbare Faktoren für eine gute Impulswirkung. Viele Kunden fahren trotz Preis-App spontan auf eine ansprechende Station“, sagt Rehm. Genauso wichtig ist eine perfekte Verkehrsanbindung. „Ist am Standort offensichtlich Rückstau im Verzug, schreckt das erfahrungsgemäß den Kunden ab“, erklärt der Berater.

Ganz wichtig: Alle Faktoren, die in die Standortanalyse einbezogen werden, sollten auf möglichst lange Sicht stabil sein. Der Wegfall von benachbarten Kundenmagneten oder entstehende Umgehungen können die Frequenz empfindlich senken. Eine realistische Vorausschau ist hier unumgänglich.

An der Station möchte es der Kunde bequem haben: So muss der Forecourt so großzügig geplant werden, dass die Radien von den Kunden bequem zu fahren sind. Bei aller Budgettreue sollten bei der Wahl des Standortes keine Kompromisse hinsichtlich der Größe und des guten Zuschnitts der Fläche gemacht werden.

„Parkplätze, die von der Straße aus gut sichtbar sind, laden zum Besuch der Station ein. Sie sollten nicht im hinteren Bereich versteckt werden“, erklärt Rehm. Um Staus an der Tankstelle zu vermeiden, ist es zudem empfehlenswert, die Betankungskapazität und damit die Zahl der Zapfpunkte an den absatzstärksten Tagesstunden zu orientieren.

„Wie im Wohnbau gilt im Tankstellenbereich unabhängig von Konzept und Preisstellung der Grundsatz: Lage, Lage, Lage. Ein Muss bleibt die passende Konkurrenzsituation. Auch über das Kraftstoffangebot hinaus. Denn wer weiß, was morgen oder übermorgen am Marktplatz Tankstelle angeboten werden soll?“, resümiert Netzexperte Rehm. *Dagmar Ziegner*

Anzeige



**Westfalen**



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

Wir sind auf Expansionskurs und suchen bundesweit neue Partner, die diesen Weg gemeinsam mit uns gehen möchten.

Wir bieten:

- eine starke Marke für gemeinsamen Erfolg
- ein modernes konzernunabhängiges Netz von Marken- und Unterpreistankstellen
- strategische Konzepte zur Unterstützung vor Ort
- mit der Westfalen Service Card, eine starke bundesweit akzeptierte Flottenkarte

Interessiert? - Dann melden Sie sich bei Herrn Jürgen Terfrüchte, Tel. 0172 5870428 oder gerne auch per Mail unter [expansion@westfalen.com](mailto:expansion@westfalen.com).

**Westfalen liegt doch nah:**

Westfalen AG · Bereich Tankstellen · Jürgen Terfrüchte  
Industrieweg 43 · 48155 Münster · Tel. 0172 5870428

[www.westfalen-tankstellen.de](http://www.westfalen-tankstellen.de) · [expansion@westfalen.com](mailto:expansion@westfalen.com)



© Daniel Jäger/stock.adobe.com

# Das Salz in der Suppe

Der Mittelstand hält den deutschen Tankstellenmarkt in Bewegung, ist Stephan Zieger überzeugt. Mit welchen aktuellen Herausforderungen seine Mitglieder zu kämpfen haben, darüber spricht der Geschäftsführer des Bundesverbands freier Tankstellen (BFT) im Interview.

## Herr Zieger, welche Rolle spielt Ihrer Meinung nach der Mittelstand derzeit im deutschen Tankstellennetz?

Von der Anzahl der Tankstellen und vom Potenzial her ist der Mittelstand sicherlich bedeutender geworden. Wir sind, auch wenn das jetzt platt klingt, das Salz in der Suppe. Unsere Mitglieder sind wendig, flink und pfiffig. Sie machen sich ständig Gedanken über Neues und tauschen sich untereinander aus. Wir halten diesen Markt mit der Vielfalt unserer Unternehmer in Bewegung.

## Auf der BFT-Jahreshauptversammlung 2016 hat der damalige Esso-Tankstellenchef Rainer Bogner den Kontakt zu Ihren Mitgliedern gesucht. Damit ist er nicht alleine. Warum buhlen die A-Gesellschaften derzeit um den Mittelstand?

Wir sind da, wo die A-Wettbewerber nicht mehr sind. Wir sind zwar einerseits Wett-

bewerber. Aber andererseits sind wir dadurch, dass wir eben den Markt in Bewegung halten, attraktive Partner für Kraftstoffverkäufe. Und wir sind unter Umständen auch attraktive Partner für eine Zusammenarbeit, weil wir beispielsweise Potenzial für das Tankkartengeschäft



Birgit Limbach/EFT

Rechtsanwalt Stephan Zieger führt die Geschäfte des Bundesverbands freier Tankstellen in Bonn.

liefern. Da gibt es Potenziale, die man gegenseitig nutzbar machen kann.

## Gibt es Nachteile im Vergleich zu den großen MÖG?

Mittelständler haben immer nur einen Schuss frei. Das heißt, wenn ich mir etwas ausdenke, dann muss es sitzen, ohne groß nachzujustieren. Ich kann nicht fünf oder sechs Konzepte ausprobieren, bis ich das richtige finde.

## Welche Themen stellen denn den Mittelstand aktuell vor Herausforderungen?

Die geplante Streichung von Paragraph 60 im Energie- und Stromsteuergesetz ist natürlich ein heißes Thema für uns. Hier wird eigentlich die sachgerechte Zuweisung des Insolvenzausfallrisikos geregelt: Wenn ein Kunde pleitegeht, dann mussten wir nicht für die Energiesteuer haften. Wenn diese Regelung jetzt gestrichen wird, ist das natürlich schwieriger darzustellen, weil die Besicherung für Kraftstofflieferungen zwangsläufig auch auf den Energiesteueranteil ausgeweitet wird. Das ist ein deutlicher Nachteil gegenüber den integrierten Unternehmen.

## Und wie sehen Sie die Pläne der Bundesregierung für die Förderung von Autogas?

In Autogas haben wir viel investiert. Denn das ist eigentlich ein alternativer Kraftstoff mit sehr vielen Vorteilen. Wenn die Förderung für Autogas nach 2018 gestrichen werden sollte, ist das deshalb wie beim Biodiesel: Da verschwindet einfach ein alternativer Kraftstoff vom Markt, ohne an die positiven Aspekte zu denken.

**Die Förderung von Erdgas soll hingegen bis 2026 verlängert werden. Sehen Sie das als Sieg der Erdgaslobby?**

Es ist aus unserer Sicht eine deutliche Ungleichbehandlung.

**Im März hat das Kartellamt die Pläne für die neue Vergabequote für Bundesautobahntankstellen (BAT) bekannt gegeben – angeblich zugunsten des Mittelstands. Sehen Sie das auch so?**

Nein. Bei der letzten Vergaberunde 2013 sind von den vielen Anlagen nur eine Handvoll an den Mittelstand gegangen. Jetzt sehen die Pläne vor, dass 49 statt bis-

her 65 Prozent für die Einlieferung und den Vertrieb von Kraftstoffen über die Quote läuft, 40 Prozent über die Versteigerung und den Rest der Belieferung übernimmt Tank & Rast selbst. Bei einer Versteigerung zählt einzig und allein die Finanzkraft und da bin ich als Mittelstand raus. Beim Quotenmodell werden dagegen die Anstrengungen an den Straßentankstellen belohnt. Ein höherer Quotenanteil ist deshalb von Vorteil für uns. Die geplante Quote ist aber nicht so dramatisch gesunken, wie es am Anfang aussah. Das heißt, der Mittelstand bleibt weiterhin im Autobahngeschäft.

**Shop, Digitalisierung, Tankkarten – diese Themen halten die Branche ebenfalls in Bewegung. Was raten Sie Ihren Mitgliedern?**

Wir müssen da überall mitspielen. Das heißt, wir müssen uns überlegen, was wir konkret machen wollen, und in diesem Bereich unsere Nische finden. Das geht

gegebenenfalls über die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen oder über fantasievolle eigene Konzepte. Unsere Mitglieder kennen ihre Gegend, ihre Tankstellen und ihre Betreiber persönlich. Das ist bei den großen Wettbewerbern nicht der Fall. Das ist unser großer Vorteil: Wir kennen und bestimmen unseren Aktionsraum selbst.

**Wie wird sich die Rolle des Mittelstandes in den nächsten Jahren verändern?**

Der Markt wird ja insgesamt kleiner: Die Automobilindustrie knabbert an den Kraftstoffabsätzen, indem sie immer sparsamere Autos baut. Dann gibt es natürlich das Thema Elektromobilität. Aber die Tankstelle wird über mehrere Investitionszyklen der zentrale Dreh- und Anlaufpunkt für die Mobilität der Gesellschaft bleiben. Deshalb denke ich, dass wir als Mittelstand weiterhin etwa mit der gleichen Größe am Markt sein werden.

*Das Gespräch führte Annika Beyer.*

Anzeige

# Mit der BayWa expandieren.

An ihren rund 100 Tankstellen verfügt die BayWa neben dem Angebot von Kraftstoffen mit 24/7-Automaten an vielen Standorten auch über Hochleistungszapfsäulen für LKWs, Service-Inseln (Wasser, Luft) und SB-Waschplätze.

**Wir suchen Automatentankstellen und Grundstücke für Kooperationen – bevorzugt im süddeutschen Raum.**

Bei Interesse freuen wir uns auf Ihre Nachricht.  
Wir machen Ihnen gerne ein Angebot.

**BayWa**

**BayWa AG München**

Christian Krüger  
Arabellastraße 4  
81925 München

Tel.: 089 9222 3221  
Mobil: 0151 1610 3002  
E-Mail: christian.krueger@baywa.de



# Ausgleich trotz Eigenkündigung

Der Fall scheint eindeutig: Kündigt ein Pächter seiner MÖG, ist er seinen Ausgleichsanspruch los. Doch es gibt drei juristische Ausnahmefälle, bei denen es anders kommt und die Handelsvertreter kennen sollten.

**T**ankstellenpächter sind laut Gesetz Handelsvertreter. Für viele Handelsvertreter stellt sich früher oder später einmal die Frage, wie sie selbst den Vertrag mit ihrer Gesellschaft beenden können, ohne dadurch den Ausgleichsanspruch aus § 89 b Handelsgesetzbuch (HGB) zu verlieren. Bekanntlich schließt die Eigenkündigung den Anspruch aus.

Das Gesetz enthält jedoch Ausnahmen von diesem Grundsatz: Der Ausgleich ist nicht ausgeschlossen, wenn 1. ein Verhalten des Unternehmers „begründeten Anlass“ zur Kündigung gegeben hat oder

dem Handelsvertreter eine Fortsetzung seiner Tätigkeit wegen 2. seines Alters oder 3. einer Krankheit nicht zugemutet werden kann. Alle drei Kündigungsvarianten bergen Risiken und sollten nur nach gründlicher Prüfung und sorgfältiger Vorbereitung ausgeübt werden.

## 1. Begründeter Anlass

An einen „begründeten Anlass“ sind nach ständiger Rechtsprechung weniger strenge Anforderungen zu stellen als an einen „wichtigen“ Kündigungsgrund im Sinne von § 89 a HGB. Für einen „begründeten

Anlass“ kann auch ein unverschuldetes oder sogar rechtmäßiges Verhalten der MÖG genügen. Entscheidend ist, dass das Verhalten des Unternehmers einen vernünftigen, billig und gerecht denkenden Handelsvertreter unter den gegebenen Umständen des Einzelfalls zur Kündigung veranlassen kann, weil ihm die Fortsetzung des Vertragsverhältnisses nicht mehr zugemutet werden kann. Es genügt, dass der Handelsvertreter in eine für ihn nach Treu und Glauben nicht mehr haltbare Lage kommt.

In anderen Worten: Eine nicht mehr haltbare Lage ist dann gegeben, wenn ein



© [M] Geld: eyetronic/stock.adobe.com; Rest: fotogestoeber/stock.adobe.com

### Drei Türen stehen juristisch offen, wenn ein Pächter trotz Eigenkündigung bei der MÖG den Handelsvertreterausgleich erstreiten will.

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat klargestellt, dass eine schwerwiegende Gefährdung der wirtschaftlichen Existenz des Handelsvertreters die Annahme eines „begründeten Anlasses“ rechtfertigt. Dem Mindestlohngesetz liegt die Annahme zugrunde, dass Gehaltszahlungen unterhalb der festgelegten Lohnuntergrenzen sozialethisch verwerflich und mithin sittenwidrig sind. Nichts anderes sollte für Handelsvertreter gelten, die nicht nur ihre gesamte Arbeitsleitung dem Unternehmen widmen, sondern zudem im Gegensatz zum Arbeitnehmer erhebliche wirtschaftliche Risiken eingehen.

Dennoch tun sich die Gerichte mit der Annahme eines „begründeten Anlasses“ in Tankstellenfällen oft schwer. Grund hierfür ist unter anderem die „Zwisterstellung“ des Tankstellenverwalters, der einerseits zwar Handelsvertreter ist, zudem aber den Tankstellenshop im Eigengeschäft führt. Dies erschwert den Nachweis der Kausalität des Agenturbereichs und damit eines ruinösen Verhaltens der MÖG.

Geht der Handelsvertreter zu Unrecht vom Bestehen eines „begründeten Anlasses“ aus, so geht diese Fehleinschätzung zu seinen Lasten und ihm bleibt der Ausgleich verwehrt. Bei einer Kündigung aus wirtschaftlichen Gründen, die nicht auf eine konkrete und beweisbare Vertragsverletzung der MÖG gestützt werden kann, ist deshalb höchste Vorsicht geboten.

### 2. Alter

Der Anspruch des Handelsvertreters auf einen angemessenen Ausgleich entfällt auch dann nicht, wenn dem Betreiber aufgrund seines Alters eine Fortsetzung des Vertrages nicht mehr zugemutet werden kann. Eine altersbedingte Unzumutbarkeit ist in der Regel mit dem Eintritt des Pensionsalters anzunehmen. Etwas anderes gilt nur dann, wenn bereits bei Vertragsbeginn das Rentenalter erreicht war.

### 3. Krankheit

Der Begriff der Krankheit im Sinne des § 89 b Absatz 3 Nr. 1 HGB ist nicht deckungsgleich mit einer Krankheit im allgemeinen Sprachgebrauch, der letztlich jede temporäre Erkrankung wie etwa eine Grip-

pe oder einen Beinbruch erfassen würde. Krankheit im Sinne des Gesetzes sind vielmehr nur schwerwiegende und dauerhafte Erkrankungen an der Grenze zur Berufsunfähigkeit.

In der amtlichen Begründung zur Einführung dieser Rückausnahme ist durchweg nur von Fällen „schwerer Erkrankung“ die Rede. Nach der Rechtsprechung des BGH liegt eine Krankheit in diesem Sinne nur vor, wenn die Störung des gesundheitlichen Zustandes schwerwiegend und von nicht absehbarer Dauer ist und dadurch zu einer auch mit Ersatzkräften nicht behebbaren nachhaltigen Verhinderung in der Vertretertätigkeit führt.

### Ersatz suchen ist zumutbar

Eine Krankheit im Sinne der gesetzlichen Rückausnahme liegt also auch dann nicht vor, wenn es dem Handelsvertreter möglich und zumutbar wäre, seinen gesundheitsbedingten Ausfall mit Ersatzkräften zu beheben. In der Regel unproblematisch sind krankheitsbedingte Kündigungen bei Feststellung der Berufsunfähigkeit im sozialrechtlichen Sinne oder bei besonders schwerwiegenden Erkrankungen mit schlechter Heilungsprognose.

Problematisch und oftmals streitig sind hingegen Kündigungen bei Krankheiten, die von geringer Dauer und mit guter Prognose heilbar sind. Auch die krankheitsbedingte Unmöglichkeit der Durchführung einzelner Tätigkeiten (zum Beispiel Kassierertätigkeit bei Rückenproblemen) führt nicht zwingend zur Annahme einer Krankheit, solange der Betreiber hierfür seine Mitarbeiter einsetzen und seine Leitungstätigkeit im Übrigen wahrnehmen kann.

Der Kündigende trägt die Beweislast für das Bestehen einer schwerwiegenden Erkrankung und die Unmöglichkeit einer Überbrückung seines Ausfalls mit Ersatzkräften. Der Nachweis ist durch medizinische Gutachten oder die Anhörung der behandelnden Ärzte im Prozess zu führen. Diese sind von ihrer Verschwiegenheitsverpflichtung zu entbinden.

Bestehen Zweifel, ob die Krankheit im konkreten Fall eine anspruchserhaltende Eigenkündigung rechtfertigt, empfiehlt es sich, zur Risikovermeidung zunächst das Gespräch mit der MÖG zu suchen. Bei einer einvernehmlichen Aufhebung bleibt der Ausgleich immer erhalten.

Kay Wagner, Ihde & Partner Rechtsanwälte

Tankstellenunternehmen seine vertraglichen Verpflichtungen verletzt und Provisionen nicht auszahlt.

Der in der Praxis wohl häufigste Fall ist die Eigenkündigung aus wirtschaftlichen Gründen, wenn also die Provisionen und sonstigen Erträge nicht ausreichen, um die Kosten des Betriebs zu decken und dem Handelsvertreter ein angemessenes Einkommen zur Bestreitung eines Lebensunterhaltes zu sichern. Es liegt eigentlich auf der Hand, dass ein nicht kostendeckender Betrieb wirtschaftlich nicht überlebensfähig ist.



**CLASSIC**

**Kontakt:**

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

**Ansprechpartner:**

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

**Unternehmerische Freiheit – das gibt es bei uns!**

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

**Das sind wir:** Ein unabhängiges, deutsches, mittelständisches Tankstellenunternehmen mit über 115 Tankstellen in elf Bundesländern. Damit gehören wir zu den größeren Mittelständlern in Deutschland. Wir sind gemeinsam mit unseren Partnern jederzeit eng am Markt und den Kunden und somit immer ganz spezifisch an den Bedürfnissen des einzelnen Standortes orientiert.

**Das suchen wir:** Deutschlandweit weitere Eigentümer-Tankstellenpartner, die nach Ablauf ihres bisherigen Vertrages mit uns in eine gute wirtschaftliche Zukunft und in eine vertrauensvolle und partnerschaftliche Zusammenarbeit starten wollen.

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

**So tankt der Norden. Seit 1934**

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

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

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

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



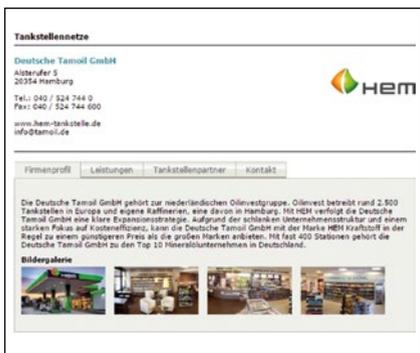
**Kontakt:**

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

**Ansprechpartner:**

Axel Niesing und Markus Wittwer  
Tel.: 0431/54008-0  
E-Mail: [info@antonwiller.de](mailto:info@antonwiller.de)

**Tankstellennetze: So heben Sie Ihr Unternehmen online hervor**



Auf einen Blick: Die Adressen und Ansprechpartner der wichtigsten Mineralölgesellschaften und Tankstellenunternehmen in Deutschland zum Nachschlagen – diesen exklusiven Service bietet **Sprit+** seinen Lesern nicht nur auf den folgenden sieben Seiten, sondern auch online: Unter dem Reiter „Tankstellennetze“ finden Pächter und Eigentümer derzeit 128 potenzielle Geschäftspartner auf unserer Homepage.

Der kostenlose Firmeneintrag umfasst die Adresse und einen Link zur Homepage

des Unternehmens. Eine höhere Aufmerksamkeit erzielen die Unternehmen jedoch mit einer kostengünstigen Aufwertung ihres Profils: Die Premiumvariante bietet den Firmen zusätzlich ein Logo, eine exponierte Platzierung sowie einen Direktkontakt zum richtigen Ansprechpartner per E-Mail. Außerdem können sie das Unternehmen in einem Steckbrief samt Bildergalerie effektiv bewerben. Weiterführende Informationen gibt es auf unserer Seite [www.sprit-plus.de/tankstellennetze-eintrag](http://www.sprit-plus.de/tankstellennetze-eintrag).

# Gesellschaften von A bis Z

Exklusiv in **Sprit+**:

Rund 130 Mineralölgesellschaften im Überblick



A



**Adolf PRÄG GmbH & Co. KG**

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

**Adolf ROTH GmbH & Co. KG**

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

**A.F. Bauer GmbH**

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

**AGRAVIS Raiffeisen AG**

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

**Alfred Kuehmichel GmbH & Co. KG**

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

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

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

**ALLGUTH GmbH**

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

**AMB R. Adolf & C. Kämpf GmbH**

Graf-Heinrich-Straße 28  
57627 Hachenburg  
Tel.: (02662) 9580-0  
Fax: (02662) 9580-50  
Internet: www.amb-mineraloel.de  
E-Mail: mail@amb-mineraloel.de



**Anton Willer Mineralölhandel GmbH & Co. KG**

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

**Aral AG**

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

**August Pickel GmbH & Co. KG**

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

**August Schmäling e. K. Mineralöl + Tankstellen**

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

**Autobahn Tank & Rast Gruppe GmbH & Co. KG**

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



**AVEX Mineralölhandelsgesellschaft mbH**

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

B

**BarMalGas GmbH**

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

**BAVARIA petrol GmbH & Co. KG**

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



**BayWa AG**

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

**Bellersheim Tankstellen GmbH & Co. KG**

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

**Benzin-Kontor AG**

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

**Bischoff & Vielhauer GmbH**

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

**BMG Energie & Service GmbH & Co. KG**

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

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

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

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

## C



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



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

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

**Crämer Schmälting GmbH**  
Ostenfeldmark 8-10  
59557 Lippstadt  
Tel.: (02941) 286750  
Fax: (02941) 18510  
Internet: www.avia-lippstadt.de  
E-Mail: service@avia-lippstadt.de  
Marke: AVIA

## D



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



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

## E

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

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

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



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

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

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



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

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

## F



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

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



**Fritz Wahr Energie GmbH & Co. KG**

Ferdinand-Porsche-Straße 50  
72202 Nagold

Tel.: (07452) 9307-0

Fax: (07452) 9307-99

Internet: www.wahr-energie.de

E-Mail: info@wahr-mtb.de

Marke: MTB

**G**

**Gebr. Zimmerlin GmbH**

Liebigstraße 5  
79108 Freiburg i. Breisgau

Tel.: (0761) 50451-0

Fax: (0761) 50451-11

Internet: www.oel-zimmerlin.de

E-Mail: info@oel-zimmerlin.de



**Germania Petrol GmbH**

Forckenbeckstraße 55  
14199 Berlin

Tel.: (030) 890655-0

Fax: (030) 890655-40

Internet: www.sun-tankstellen.de

E-Mail: office@sun-tankstellen.de

Ansprechpartnerin: Bianca Krenz

Marke: Sun

**Grebe & Sohn GmbH**

Ziegelhütter Weg 14-16  
34497 Korbach

Tel.: (05631) 978585

Fax: (05631) 978532

Internet: www.grebe-korbach.de

E-Mail: info@grebe-korbach.de

Marke: Grebe

**H**

**Haas GmbH**

Lindenstraße 68  
57627 Hachenburg

Tel.: (02662) 94788-0

Fax: (02662) 94788-19

Internet: www.aral-haas.de

E-Mail: mail@aral-haas.de

Ansprechpartner:

Robert Adolf, Lars Adolf

Marke: A-Energie

**Heinrich Klöcker GmbH & Co. KG**

Ahauser Straße 21  
46325 Borken

Tel.: (02861) 8007-0

Fax: (02861) 8007-49

Internet: www.kloecker.de

E-Mail: tankstelle@kloecker.de

Marke: AVIA

**Heinrich Olsson KG**

Pettenkoberstraße 8-16  
30165 Hannover

Tel.: (0511) 3524545

Fax: (0511) 3502177

Internet: www.olsson-hannover.de

E-Mail: info@olsson-hannover.de

Marken: AVIA, Olsson

**Hempelmann Tankstellen- und  
Waschstraßenbetriebe GmbH**

Oetinghauser Straße 16  
32120 Hiddenhausen

Tel.: (05221) 6886-16

Internet: www.hempelmann-

tankstellen.de

E-Mail:

kontakt@hempelmann-tankstellen.de

Marke: Hempelmann

**Hempelmann Wittmöller GmbH**

Oetinghauser Straße 16  
32120 Hiddenhausen

Tel.: (05221) 6886-0

Internet: www.hempelmann-

wittmoeller.de

E-Mail:

kontakt@hempelmann-

wittmoeller.de

Marke: tankpool24

**HERM GmbH & Co. KG**

Tauberstraße 11  
97922 Lauda-Königshofen

Tel.: (09343) 6222-0

Fax: (09343) 6222-50

Internet: www.herm.net

E-Mail: p.herm@herm.net

Ansprechpartner: Peter Herm

Marken: Shell, HERM

**Hermann Lothar + Co.  
Mineralölhandelsgesellschaft mbH**

Carl-Petersen-Straße 70-76  
20535 Hamburg

Tel.: (040) 251530-0

Fax: (040) 251530-30

Internet: www.lotherol.de

E-Mail: hamburg@lotherol.de

Marken: LOTHEROL, NORDOEL, LTG,  
Shell

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

Friedberger Straße 89  
61118 Bad Vilbel

Tel.: (06101) 4090-0

Fax: (06101) 4090-57

Internet: www.hessol.de

E-Mail: info@hessol.com

Marken: Hessol, Aral, Shell

**HPV Hanseatic Petrol  
Vertriebs GmbH**

Kurfürstendamm 26a  
10719 Berlin

Tel.: (030) 322941-500

Fax: (030) 322941-544

Internet: www.go-tankstellen.de

E-Mail: info@go-tankstellen.de

Marken: GO, Sprint

**I**

**ILZHÖFERS Nachf. Inh. Walch KG**

Siebertischstraße 16A  
86161 Augsburg

Tel.: (0821) 560800

Fax: (0821) 559347

Internet: www.ilzhoefer.com

E-Mail: energie@ilzhoefer.com

**J**



**Jantzon Tankstellen GmbH**

Friedrich-Tietjen-Straße 15  
27232 Sulingen

Tel.: (04271) 9306-0

Fax: (04271) 9306-23

Internet: www.jantzon-tankstellen.de

E-Mail: info@jantzon.de

Ansprechpartner: Lars Jantzon

Marken: Joiss, Aral



**JET Tankstellen  
Deutschland GmbH**

Caffamacherreihe 1  
20355 Hamburg

Tel.: (040) 63801-0

Internet: www.jet-tankstellen.de

E-Mail: mail.jet-tankstellen@p66.com

Marke: JET

**J. KNITTEL SÖHNE GmbH**

Dientzenhoferstr. 6-10  
36043 Fulda

Tel.: (0661) 8391-0

Fax: (0661) 8391-14

Internet: www.knittel.de

E-Mail: kontakt@knittel.de

Ansprechpartner: Ulrich von Keitz

Marken: AVIA, Shell

**Johann Baptist Wagner GmbH**

Am Westpark 1  
81373 München

Tel.: (089) 72655221

Fax: (089) 72655224

Internet: www.avia-wagner.com

E-Mail: pw@avia-wagner.com

Marke: AVIA

**Jorczyk Energie KG**

Hans-Heinrich-Warnke-Straße 2  
29227 Celle

Tel.: (05141) 81081

Fax: (05141) 810860

Internet: www.jorczyk-energie.de

E-Mail: info@jorczyk-energie.de

Marke: CLASSIC

**Jürgen Dorst GmbH**

Paulinenstr. 1a  
97645 Ostheim v. d. Rhön

Tel.: (09777) 358088-0

Fax: (09777) 3580291

Internet: www.avia-dorst.de

E-Mail: info@avia-dorst.de

Marke: AVIA

**K****Kaiser Mineralöl  
und Tankstellen GmbH**

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

**Karl-Heinz Bükler Mineralöl GmbH**

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

**Kempe GmbH & Co.  
ELO-Mineralöl KG**

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

**KESLAR GmbH Energiehandel**

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

**KMS Autohof  
Betriebsgesellschaft mbH**

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

**Knauber Mineralöl GmbH & Co. KG**

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

**Kurt Günther  
Mineralölhandelsgesellschaft mbH**

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

**Kuttenkeuler GmbH**

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

**L****Lenz Energie AG**

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

**Ley Mineralöl GmbH**

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

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

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

**M****Mabagas Deutschland  
GmbH & Co. KG**

Admiralitätstraße 55  
20459 Hamburg  
Tel.: (040) 37004-800  
Fax: (040) 37004-829  
Internet: www.mabagas.com  
E-Mail: info@mabagas.de

**Maier Mineralöle GmbH**

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

**Metank GmbH**

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

**MHB Mineralölhandel GmbH**

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

**Minera Kraftstoffe – Mineralölwerk  
Rempel GmbH**

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

**Mönneke Mineralöle GmbH & Co. KG**

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

**Mr. Wash Autoservice AG**

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

**MTV Förster GmbH & Co. KG**

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

**Mundorf Mineralölhandels  
GmbH & Co. KG**

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

**O****Öl-Ankele GmbH**

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

**Oel-Heimburger GmbH**

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

**Oest Tankstellen GmbH & Co. KG**

Georg-Oest-Str. 4  
72250 Freudenstadt  
Tel.: (07441) 539-301  
Fax: (07441) 539-305  
Internet: www.oest.de  
E-Mail: tankstellen@oest.de  
thomas.zink@oest.de  
Ansprechpartner: Thomas Zink  
Marke: AVIA



**OIL! Tankstellen GmbH & Co. KG**

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

**OKTAN Mineraloel-Vertrieb GmbH**

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



**OMV Deutschland GmbH**

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



**ORLEN Deutschland GmbH**

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

**OTD OIL Trading  
Deutschland GmbH**

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

**Otto Fricke & Co. GmbH**

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

**Q**



**Q1 Energie AG**

Rheinstraße 82  
49090 Osnabrück  
Tel.: (0541) 602-0  
Internet: www.q1.eu  
E-Mail: a.epstein@q1.eu  
Ansprechpartner: Axel Epstein  
Marken: Q1, bft

**R**

**Raiffeisen Centralheide eG**

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

**Raiffeisen-Warengenossenschaft  
Stendal eG**

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

**Retail Operating  
Company Deutschland GmbH**

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

**Rheinland Kraftstoff GmbH**

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

**Rödl GmbH**

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

**Rommel Energie GmbH**

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

**S**

**Schöpfer & Knoll –  
Taubertal GmbH**

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

**SCORE-Tankstellen und  
Mineralölhandels-GmbH**

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

**Shell Deutschland Oil GmbH**

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

**Sit Freie Tankstellen Singer e. K.**

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

**Sprint Tank GmbH**

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

**Staack Pooltankstellen  
GmbH & Co. KG**

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

**Straßenverkehrsgenossenschaft  
Hessen eG**

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

**Straßenverkehrs-Genossenschaft  
Niedersachsen/Sachsen-Anhalt eG**

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

**SVG-Straßenverkehrsgenossen-  
schaft Nordrhein eG**

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

**Straßenverkehrsgenossenschaft  
Pfalz eG**

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

**Straßenverkehrsgenossenschaft  
Schleswig-Holstein eG**

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

**Südramol GmbH & Co. KG**

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

**Süd-Treibstoff  
Mineralölhandelsgesellschaft mbH**

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

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

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

**SWE Südwestenergie GmbH**

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

**T****Tankhof Grün Otto Rieth e. K.**

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

**tankpool24 GmbH**

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

**Tankstelle Hollmotz**

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

**team energie GmbH & Co. KG**

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

**TESSOL Kraftstoffe, Mineralöle  
und Tankanlagen GmbH**

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

**Tinol Mineralölgesellschaft mbH**

Keplerstraße 45  
88045 Friedrichshafen  
Tel.: (07541) 23844

**TOTAL Deutschland GmbH**

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

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

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

**Wilhelm Hoyer GmbH & Co. KG**

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

**Wilhelm Kleffmann KG**

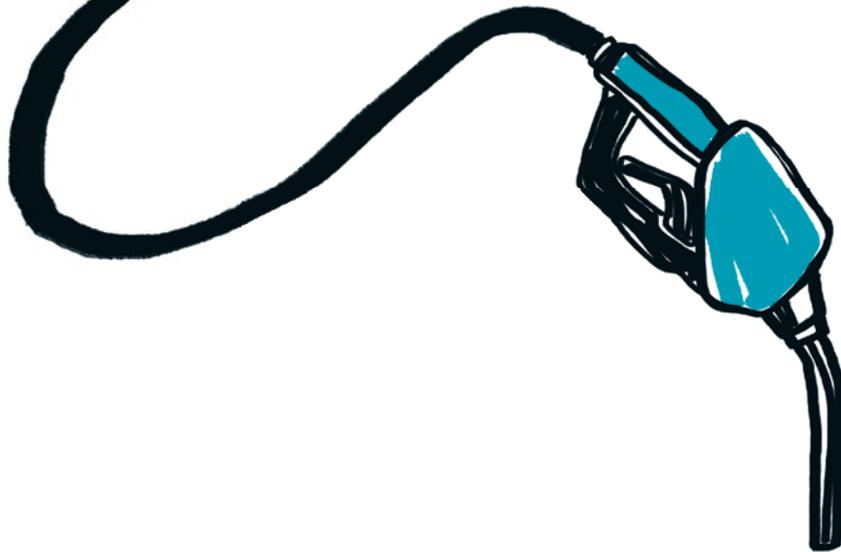
Berliner Straße 111  
51063 Köln  
Tel.: (0221) 9642660  
Fax: (0221) 643949  
Internet: www.kleffmann-koeln.de  
E-Mail: info@kleffmann-koeln.de  
Marke: Aral

**Z****ZIEGLMEIER Tankstellen GmbH**

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

# Läuft? Läuft.

Tipps und  
Praxisbeispiele  
finden Sie bei  
**Sprit+**



## Unabhängige Fachinformation

In **Sprit+** finden Sie alles, was die Tankstellenbranche interessiert: praxisnah aufbereitet und mit vielen Hintergrunddetails.

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

# Sprit+

ist eine Marke von:  Springer Automotive Media