

# TANK STOP

Das eft-Fachmagazin für Tankstelle und Mittelstand

Ausgabe 03 | 2013

## Helden der Tankstelle

durch den So

### ► **Titelthema**

TANKSTELLE & MITTELSTAND '13  
schlug alle Rekorde

### ► **Tankwort**

Marktplatz Tankstellen-Shop  
Neue Serie im TANKSTOP  
mit Tipps und Tricks für gute Geschäfte

### ► **Portrait**

Mut ist weiblich  
Jungunternehmerin betreibt erfolgreich  
Tankstelle auf grüner Wiese

**DIE MESSE - MACHER**



# Der Energy-Drink für Ihren Motor.

Mobil 1™ – Bei ABT jetzt serienmäßig.



**Viele Fahrer – ein Öl.**

**ABT**®

empfiehlt:

**Mobil 1**™

Mobil1.de

© 2013 Exxon Mobil Corporation. Alle hier verwendeten Marken sind Markenzeichen oder eingetragene Marken der Exxon Mobil Corporation oder eines mit ihr verbundenen Unternehmens, sofern nicht anders angegeben. Alle anderen verwendeten Marken sind Eigentum der jeweiligen Markeninhaber.

Foto Titelseite von links Axel Graf Bülow (Hauptgeschäftsführer bft), Stephan Zieger (Geschäftsführer bft), Bernd Scheiperpeter und Frank Feldmann (Geschäftsführer eft)

## EDITORIAL

# TANKSTELLE & MITTELSTAND '13 die Leitmesse mit Perspektive

Wir sind begeistert und sagen ein ganz großes Danke! Die 16. Messe TANKSTELLE & MITTELSTAND hat wieder alle Rekorde geschlagen. Vor allem dank Ihnen. Dank der über 300 Aussteller und der knapp 5.500 Besucher.

Aber nicht nur die nackten Zahlen stehen für den großen Erfolg des Branchentreffens. Es ist die Professionalität, mit der Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen präsentiert haben. Angefangen von den einzelnen Messeständen, die immer größer, höher und schöner werden. Vor allem aber die Qualität der Gespräche. Unsere noch auf der Messe durchgeführte Umfrage bestätigt, dass die zwei Tage zwar geballt, aber ebenso intensiv genutzt worden sind. Etliche Geschäftsabschlüsse und viele Neuanbahnungen füllen die Auftragsbücher.

Einen weiteren Dank richte ich im besonderen Maß an die Mitarbeiter der Messegesellschaft und das Messeteam der eft und bft. Hand in Hand wurde gearbeitet, vom Aufbau über die Messetage bis zum besenreinen Verlassen der Hallen am Schluss.

Nach der Messe ist bekanntlich vor der Messe. Schon jetzt, zwei Jahre vor der Messe 2015, liegt uns eine große Zahl an Buchungen vor. Eine sportliche Aufgabe, der wir uns gerne stellen. Also, schau'n wir mal.

In unserer Nachbetrachtung zur Messe '13 finden Sie hier im Heft ausführliche Informationen. Aber nicht nur zu diesem Thema. Der TANKSTOP erfreut sich ebenfalls immer größerer Beliebtheit und Anerkennung. Das spiegeln die vielen Rückmeldungen per Telefon, in Gesprächen oder per Mail wider. Auch dafür sagen wir von der Redaktion ganz herzlich Danke.

Soviel Lob und Anerkennung ist für uns ein starker Antrieb, die vorliegende und die kommenden Ausgaben wieder für Sie höchst attraktiv zu gestalten. So blicken wir in unserem PORTRAIT auf die Basis und stellen eine junge und mutige Tankstellenbetreiberin vor. Im TANKWORT beleuchten wir die Marktplätze Tankstelle und Shop und geben viele nützliche Tipps, wie Sie Ihr Geschäft noch mehr ankurbeln können und vieles mehr.

Aber schauen Sie doch selbst. Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen und Blättern.

Herzlichst Ihr





Seite 6 – 9 | TANKSTELLE & MITTELSTAND '13 schlug alle Rekorde



Seite 18 – 19 | Marktplatz Tankstellen - Shop



Seite 20 | bft-Akademie eröffnet



Seite 22 – 23 | Mut ist weiblich



Seite 24 | Waschen – schneiden – legen

# Themenübersicht

## TITELTHEMA

TANKSTELLE & MITTELSTAND '13 schlug alle Rekorde	6 – 9
Eine runde Sache	10
Mit schickem Outfit in den Kundenservice	11

## INDUSTRIEPARTNER

Klein, stark, schwarz	12
Prall gefülltes Auftragsbuch bei WEAT	13
Starke HELLA Präsenz auf Messe Tankstelle & Mittelstand 2013	14 – 15

## LEADERBOARD

Wir bündeln Tankstellen Kompetenz	16 – 17
-----------------------------------	---------

## TANKWORT

Marktplatz Tankstellen-Shop	18 – 19
-----------------------------	---------

## INSIDE

bft-Akademie eröffnet	20
-----------------------	----

## PORTRAIT

Mut ist weiblich	22 – 23
------------------	---------

## SHOPNEWS

Waschen – schneiden – legen	24
„TV to GO“ – Kundendialog in Perfektion	25

## WIRTSCHAFT

Investieren – aber mit Köpfchen	26 – 27
---------------------------------	---------

## TERMINE – GEWUSST WO!

Termine – Schulungen – Weiterbildungen	28
--	----

## KURZ VOR SCHLUSS

Kreuzworträtsel	30 – 31
-----------------	---------

### Bildnachweis:

Cover, Seite 3 – 4: Birgit Limbach, bft, Bierwirth privat; Seite 6 – 9: Birgit Limbach; Seite 10: Bernd Fiehöfer; Seite 11: Birgit Limbach; Seite 12: Drago Mocambo; Seite 13 – 14: Birgit Limbach; Seite 15: Otto Christ AG; Seite 18 – 19: bft; Seite 20: Birgit Limbach; Seite 22 – 23: Bierwirth privat; Seite 24: Tank & Cut; Seite 25: Nordland Gruppe; Seite 26: ifl Leasing; Seite 28: shutterstock - Thorsten Frisch; Seite 29: kopfstrom GmbH; Seite 31 shutterstock - Robert Adrian Hillman, Landmann;

# Impressum

**TANKSTOP –  
Das Fachmagazin  
der Einkaufsgesellschaft  
Freier Tankstellen mbH**

Der Bezug der Zeitschrift TANKSTOP ist kostenfrei.

**Herausgeber und Verlag**  
eft Einkaufsgesellschaft  
Freier Tankstellen mbH  
Ippendorfer Allee 1d  
53127 Bonn

Tel. 0228-910290  
Fax 0228-9102929  
tankstop-magazin@eft-service.de  
www.eft-service.de/ihr-business/tankstop

### Chefredaktion

Bernd Scheiperpeter  
redaktion-tankstop@eft-service.de

### Redaktionsleitung

Birgit Limbach  
redaktion-tankstop@eft-service.de

### Anzeigenleitung

Bernd Scheiperpeter  
anzeigen-tankstop@eft-service.de

### Anzeigenpreisliste

Preisliste I / Mediadaten vom Januar 2013

### Erscheinungsweise

6 x jährlich

### Auflage

Druckauflage 3.800 Exemplare

### Layout und Satz

Kopfstrom GmbH, Bonn  
www.kopfstrom.de

### Druck

Druckerei Engelhardt GmbH,  
Neunkirchen-Seelscheid  
www.druckerei-engelhardt.de

### Papier

Tauro Offset  
FSC-zertifiziert

### Anzeigenpreisliste

Preisliste II / Mediadaten vom April 2013

Für unverlangt eingereichte Manuskripte, Texte oder Fotos übernimmt die Redaktion keinerlei Haftung.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, Vervielfältigungen und Nutzung von Inhalten, auch auszugsweise, sind nur nach ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

# TANKSTELLE & MITTELSTAND '13 schlug alle Rekorde



## Geschäftsanhaltung und Abschlüsse auf der Messe

Zum 16. Mal trafen sich Vertreter der Branche des Tankstellenmittelstandes zur zweitägigen Messe TANKSTELLE & MITTELSTAND in Münster. Bis auf den letzten Quadratmeter waren die fünf Messehallen belegt. Insgesamt zeigten 325 Aussteller ihre Produkte und Dienstleistungen. Dank des erstmals eingesetzten Online-Registrierungsverfahrens können die Messemacher, die Einkaufsgesellschaft Freier Tankstellen (eft) und der Bundesverband der Freien Tankstellen (bft), eine exakte Besucherzahl vermelden: 5.500 Fachleute informierten sich an den beiden Messetagen. „Das ist Rekord“, freuen sich die Geschäftsführer der eft Frank Feldmann und Bernd Scheiperpeter. „Die Messe ist mit ihrer 30-Jährigen Geschichte und Erfahrung im Tankstellen-Mittelstand fest etabliert. Sie hat sich zur unverzichtbaren Leitmesse der Branche entwickelt. Besucher wie Aussteller schätzen das hohe Qualitätsniveau, die Vielfalt und den gebündelten Informationstransfer auf kompakter Ausstellungsfläche.“

## Lob auf der ganzen Linie

Das spiegeln auch die Kommentare der Aussteller wider. Dr. Max Ferdinand Krawinkel, Geschäftsführer des Anbieters elektronischer Preisanzeigen PWM, freute sich über die hohe Besucherzahl. „Der ganze deutsche Markt war da. Münster ist für uns ein wichtiger Handelsplatz.“ Stefan Schwarzer, Vertriebsleiter der Otto Christ AG bestätigte ebenfalls einen deutlichen Zuwachs an Kontakten. „Wir verzeichnen ein Plus von 15 Prozent. Die kompakte Messedauer von zwei Tagen ist perfekt und absolut ausreichend.“ Dr. Nima Mehrdadi, Director Strategy and Technology Transfer bei der Hella KG, lobte besonders die hochprofessionelle Vorarbeit und Präsentation der Messe. „Die Ausstellung TANKSTELLE & MITTELSTAND ist für die Branche ein unverzichtbares Standbein geworden. Aussteller und Besucher sind hochmotiviert und sehr interessiert. Speziell für unseren Stand kann ich einen Zuwachs an gezielten Anfragen und guten Geschäftsabschlüssen feststellen.“

## Zwei Tage sind perfekt

Von Messejahr zu Messejahr reflektieren die Macher nicht nur den Inhalt, sondern auch die Dauer der Ausstellung. „Würde der Markt eine Ausdehnung des zeitlichen Umfangs erfordern, würden wir reagieren“, so Bernd Scheiperpeter. „Das Ergebnis unserer aktuellen Umfrage unter Ausstellern und Besuchern bestätigt aber, dass das vorliegende Konzept mit zwei Tagen rund und umfassend ist. Die Bedürfnisse werden vollumfänglich gedeckt.“ Es gibt nur den einen Kuchen. Bei drei oder mehr Messtagen würde dieser lediglich gestreckt, aber nicht vergrößert werden. Gunter Bertels vom Eiswürfelproduzenten **Ice Age Ice** bestätigt, dass zwei Ausstellungstage personell und finanziell gut zu stemmen sind. Günter Lohmann von der **CPM Germany GmbH** ist mit seinem Unternehmen zum dritten Mal Aussteller. Auch er glaubt nicht, dass weitere Messtage mehr Besucher anziehen.





Messeprofi Burkhard Stegemann, Marketing Projektmanager bei der **Lekkerland Deutschland GmbH**, liebt die beiden geballten Tage. „Lieber komprimiert und gut frequentiert, als gestreckt und langatmig.“ Dr. Nima Mehrdadi von Hella sieht alle Bedürfnisse auf den Punkt gebracht.

Ein weiterer Pluspunkt der Ausstellung TANKSTELLE & MITTELSTAND ist das durchdachte Konzept. „Unser Erfolgsrezept heißt thematische Bündelung in die fünf wichtigsten Themenfelder der Tankstellenbranche: Waschen, Shop & Convenience, Technik, Information und Dienstleistung“, beschreibt Frank Feldmann das Ergebnis von drei Jahrzehnten klug gewachsener Erfahrung.

### Nach der Messe ist vor der Messe

Wer glaubt, die Messemacher könnten jetzt entspannt durchatmen, irrt. Bereits am letzten Messetag häuften sich bei der eft die Anfragen und Vorbuchungen für die Messe 2015. Nach einer Woche



verzeichnete die Einkaufsgesellschaft bereits eine Belegungsrate von 80 Prozent für das Branchen-Highlight in zwei Jahren. „Uns ist ganz wichtig, dass wir den Messteilnehmern absolute Planungssicherheit garantieren“, so Geschäftsführer Bernd Scheiperpeter. „Mit dem Messestandort Münster belegen wir einen professionellen, bezahlbaren und verkehrstechnisch idealen Standort bei stabilen Preisen.“

### Tue Gutes und rede darüber

Neben den knapp 5.500 Fachbesuchern kam noch eine weitere Gruppe in den Genuss der Messeangebote. Einer liebgewonnenen Tradition folgend erhielt nach Abschluss der Ausstellertage die Tafel-Münster 35 Großkisten gefüllt mit Lebensmitteln, Getränken, Süßwaren und Tiefkühlkost vorwiegend von Ausstellern aus der Convenience-Halle. Roland Goetz, Vorsitzender der Tafel-Münster, freute sich besonders. „Da gehen uns die Augen über.“ Woche für Woche versorgt die Tafel rund 14.000 sozialschwache Menschen in Münster dank dieser Gaben mit gutem Essen. „Wir danken der Einkaufsgesellschaft Freier Tankstellen und dem Bundesverband sehr für ihre gute Tat.“

■ eft / BL





KUNDENDIALOG IN PERFEKTION.





## Werbung zum Mitnehmen. So geht das.

Mehr Informationen unter: [www.nordland-gmbh.de](http://www.nordland-gmbh.de)  
[www.tv-toGo.de](http://www.tv-toGo.de)



## Eine runde Sache

### Auftanken beim traditionellen Ausstellerabend

Es war mal wieder eine runde Sache. Am Abend des ersten Messtages hatte die Einkaufsgesellschaft Freier Tankstellen (eft) zusammen mit dem Bundesverband Freier Tankstellen (bft) zum traditionellen Ausstellerabend in die Große Halle Münsterland eingeladen. 1.000 Gäste waren der Einladung gefolgt, womit das polizeilich zugelassene Personenkontingent restlos ausgeschöpft war.

Mit der Einladung zum Ausstellerabend bedanken sich der eft und bft bei den Messeteilnehmern und ihren vielen Mitarbeitern für ihren Aufwand und die professionelle Darstellung ihrer Leistungen und Produkte. An großen Tischen, eingedeckt im Orange der Firmenfarben der eft und des bft, nahmen die Gäste in loser Folge Platz. Ein köstliches Buffet mit europäischen Spezialitäten verwöhnte den Gaumen. Ein kühles Helles, gesponsert von der Veltins Brauerei sowie frisches Mineralwasser, gesponsert von der Rhodus-Quelle, flossen in Strömen.

Das Rahmenprogramm gestalteten dieses Jahr der Kabarettist Frank Goosen mit seinen charmanten Erzählungen über den Ruhrpöttler an und für sich und das Musikduo Die Poplounge.

■ eft / BL



### Volles Licht bei halben Kosten

LED - das Licht der Zukunft für Ihre Tankstellenwerbung.

Lichtwerbung, Werbemasten, Beschilderung, Displays, Pylone, Transparente ...

[www.neon-reinhardt.de](http://www.neon-reinhardt.de)



FIRMENGRUPPE  HERMANN BRÜCK  
Düsseldorf . Essen . Münster



**Minuten** fürs  
Chemie nachfüllen!

**ACS**<sup>®</sup>  
Advanced Chemical System

**Das neue Chemie-Kartuschensystem für Portalwaschanlagen**

- **Komfortgewinn:** einfacher und schneller Kartuschentausch – ein Vorgang, der maximal 2 Minuten dauert! So ist Ihre Anlage schneller wieder im Einsatz.
- **Qualitätsgewinn:** keine Verwechslungsgefahr, kein Betrieb ohne Chemie, stets optimales Dosierverhältnis.
- **Sicherheitsgewinn:** kein offener Umgang mit Chemieprodukten mehr. Lesen Sie mehr dazu unter [www.washtec.de/ACS](http://www.washtec.de/ACS).



WashTec Cleaning Technology GmbH · Argonstraße 7 · D-86153 Augsburg  
Tel.: +49 (0)821/55 84-0 · Fax: +49 (0)821/55 84-14 10

**WELTNEUHEIT!**



Jetzt Video  
ansehen!

**WashTec**

## Mit schickem Outfit in den Kundenservice

### Die neue bft-Workerfashion-Kollektion ist da

Schick, funktionell, pflegeleicht und mit hohem Tragekomfort. Das zeichnet die neu designte Berufsbekleidung für Tankstellenmitarbeiter aus. Entworfen vom Berliner Designer Matthias Müller. Orange, weiß und schwarz sind die dominierenden Farben, die die neue bft-Kollektion bestimmen. Abgerundet werden Polos, Blusen, Hemden, Jacken, Latzhosen, Schürzen & Co. durch die schwarz-weiße Zielflaggenoptik, die dezent beispielsweise am Ärmelsaum angebracht ist. Die Berufskleidung ist auf höchste Ansprüche ausgerichtet. Das Mischgewebe weist einen großen Baumwollanteil auf.

Zu einer sauberen und attraktiven Tankstelle gehören mehr denn je auch Mitarbeiter, die sich vor dem Kunden durch eine einheitliche Berufskleidung mit ihrem Arbeitgeber und damit der Tankstellenmarke identifizieren. Die bft-Corporate Collection hält praktische Garderobe für den Bistro-, Service-, Outdoor-, Werkstatt- und Hygienebereich vor. Zu bestellen ist sie ab Juli über den Online-Shop der eft unter [www.eft-service.de/online-shop](http://www.eft-service.de/online-shop)

■ eft / BL





## Klein, stark, schwarz

### Espresso der kleine Schwarze in aller Munde

#### Kaffeekochen kinderleicht

Ein guter Kaffee weckt müde Geister. Dieses Charakteristikum trifft ganz besonders auf den kleinen Schwarzen, den Espresso, zu. Besonders im schnellen Geschäft des Tankstellen-Shops stellt er eine willkommene Abwechslung zum klassischen Braunen dar und ist eine gern genommene Alternative. Kaffee macht munter, das belegen sogar zahlreiche wissenschaftliche Studien, wie der Deutsche Kaffeeverband mitteilt. Damit ist Kaffee das ideale Getränk für Verkehrsteilnehmer, natürlich in Maßen genossen.

#### Kaffeegenuss an der Tankstelle

Ein gutes Maß ist der kleine Schwarze, von Kennern Espresso genannt. Ganze 25 bis 35 ml des braunen Getränks, abgefüllt in eine passende, meist etwas dickwandigere kleine Tasse, sind der Inbegriff des südländischen Kaffeegenusses. Ursprünglich stammt diese Kaffe Zubereitung tatsächlich aus dem Land, in dem die Zitronen blühen, aus Italien. 1945 war es, als in Mailand ein findiger Gourmet auf den Geschmack kam.

Kaffee ist in Deutschland nach wie vor der Renner unter den Getränken. 149 Liter tranken die Deutschen letztes Jahr durchschnittlich pro Kopf. Mit der richtigen Maschine und der richtigen Kaffeebohne können auch Tankstellenbetreiber ganz leicht an ihrer Station auf diesen Kundentrend reagieren und ihr Angebot anpassen. Es bedarf lediglich einer guten Siebträgermaschine mit Espresso-technik, einer ausgesuchten Bohne und eines entsprechend fein gemahlten Kaffeemehls. Für einen echten italienischen Espresso empfiehlt Giorgio Drago, Geschäftsführer und Röstmeister der privaten Kaffeerösterei Drago Mocambo eine Kaffeeportion von sechs bis neun Gramm, den nötigen Kesseldruck von 1,2 bis 1,4 bar und die entscheidende Pressung von 20 bis 25 Kg.

Was nach High End-Kaffe Zubereitung klingt, ist im Tagesgeschäft jedoch kinderleicht umzusetzen. Die nötige Technik liefert das Gerät, lediglich die Auswahl der Bohne leistet der

Mensch. Für einen etwas mildereren Espresso empfiehlt der Röstmeister die feine und hochwertige Arabica-Bohne. Wer die südländische Köstlichkeit gern mit einem kräftigeren Körper und einer stärkeren Crema liebt, sollte die Robusta-Bohne wählen.

Einen kleinen Tipp hält der Fachmann auch noch bereit: Neben den genannten Kriterien ist letztlich noch die Durchlaufgeschwindigkeit des Wassers entscheidend für den guten Geschmack. Idealerweise läuft das Wasser zwischen 25 und 30 Sekunden durch das Kaffeemehl. Fließt das Wasser schneller durch den Siebträger, werden nicht alle Aromen gelöst; läuft es zu langsam, lösen sich zu viele Bitterstoffe, was den Geschmack erheblich beeinträchtigt.

Ein ausgeklügeltes Kaffeekonzept bietet Drago Mocambo zusammen mit der Einkaufsgesellschaft Freier Tankstellen (eft) interessierten Tankstellenbetreibern an. Weitere Informationen dazu gibt es unter [www.eft-service.de](http://www.eft-service.de)

Espresso hat übrigens nichts mit „express“ und damit „schnell“ zu tun, weshalb die Aussprache Espresso auch schlicht falsch ist. Der Begriff leitet sich vom italienischen *espressivo* ab und bedeutet „ausdrucksstark“.

■ eft/BL



Innovative LED-Technologie  
für viele Anwendungen



## Starke HELLA Präsenz auf Messe Tankstelle & Mittelstand 2013

### Lichtexperte mit ganzheitlichem LED-Beleuchtungskonzept für Tankstellen – Fokus auf Shopbeleuchtung

Auf der diesjährigen Messe Tankstelle & Mittelstand in Münster präsentierte HELLA innovative Produktlösungen im Bereich der Tankstellenbeleuchtung für den Innen- und Außenbereich. Einen wesentlichen Schwerpunkt der erfolgreichen Messepräsenz bildete die Ausleuchtung von Tankstellenshops – hier bietet HELLA ein wegweisendes Gesamtkonzept.

Für die zahlreichen und zum Teil sehr speziellen Anforderungen, die Betreiber an die Ausleuchtung des Verkaufsbereichs stellen, hat Lichtexperte HELLA ein umfassendes Konzept auf Basis innovativer LED-Technologie entwickelt. Dieses überzeugt durch hohe Flexibilität, Kosten- und Energieeffizienz. In die Decke installierte HELLA LED-Downlights sorgen für eine homogene und weitflächige Grundausleuchtung. Highlights und Akzente setzt darüber hinaus die Spot- und Ambientbeleuchtung.

Ein weiteres Highlight auf dem Messestand war die Vorstellung des

neuen LED-Lichtbandsystems IL2 PLUS, das sich vor allem für die Ausleuchtung von Werkstätten und Lagern eignet. Mit den Produkten der Beleuchtungsserien Eco IndustryLine und Eco StreetLine können zudem verschiedene Areale, wie etwa die Tankbereiche, die Waschanlage, der Servicebereich Staubsauger/Luft/Wasser oder Zufahrten individuell ausgeleuchtet werden.

Im Nachgang der Messe kommentierte Raimondo Baiamonte, verantwortlich für den Vertrieb der Leuchten: „Wir sind sehr zufrieden mit den hohen Besucherzahlen an beiden Messetagen. Der Messeauftritt ermöglichte uns eine starke Positionierung der Marke HELLA im Tankstellensektor. Unsere neuen und innovativen Konzepte überzeugten sowohl bestehende Kunden als auch Interessenten, die bislang noch keinen Kontakt zu HELLA hatten.“

■ HELLA KGaA Hueck & Co.

## TOP-100 Innovator Christ zeigt

# „Protect Shine Xpress“ – Lackschutz mit Repair-Effekt

Durch den Einsatz eines zusätzlichen Sonderwachsprogramms konnten Portalwaschanlagen bisher an geeigneten Standorten den durchschnittlichen Waschpreis steigern. Diese Programmoption wurde so eine tragende Säule für eine verbesserte Ertragsituation im Waschgeschäft.

Die bisherige Generation der Sonderwachsprogramme hatte aber den großen Nachteil, dass Programmlaufzeiten mit von zehn bis zu 15 Minuten erforderlich wurden. Vor dem Auftrag des Sonderwaxes war teilweise sogar eine zusätzliche Zwischentrocknung erforderlich, bevor das Sonderwachs in einem zusätzlichen Überlauf auf der Lackfläche einmassiert werden konnte. Die Maschinenkapazität wurde durch diese zusätzlich erforderlichen Überläufe drastisch reduziert. Dies war gerade in den Hauptwaschtagen deutlich spürbar.

Nachfolgende Washkunden erleben diese langen Programmlaufzeiten sehr negativ und verlassen die Waschanlage, weil die lange Wartezeit in der Warteschlange nicht in Kauf genommen werden. Hinzu kommt, dass der Washkunde die bezahlte Mehrleistung für dieses Sonderwachs nicht wahrnehmbar erlebt. Oftmals fehlen auch die entsprechenden Marketinghilfen an den Zapfsäulen, Kassenbereich und der Waschanlage um diese Zusatzleistung erfolgreich zu vermarkten. Ausgehend von diesen Pro-

blembereichen, hat die Otto Christ AG ein neuartiges Sonderwachsprogramm entwickelt, das die vorgenannten Probleme löst.

Mit dem speziellen Xpress-Programmablauf wird die Maschinenkapazität mit Protect Shine um bis zu 40% gesteigert ohne dass die Wasch- und Trockenqualität abgesenkt wird. Das Programm mit Vitesse-Hochdruckvorwäsche, Radwäsche, zweimaligen Waschüberlauf, Konservierung mit Protect Shine und Doppelrocknung wird in nur 6,30 Minuten abgearbeitet.

Im Programmablauf wird das Sonderwachs für den Kunden wahrnehmbar über zwei große Fächerdüsen aufgetragen. Der großzügige Auftrag der milchigen Emulsion wird vom Washkunden aktiv wahrgenommen. Der Sonderwachs-auftrag wird zusätzlich über die Laufschriftanzeige in Klarschrift oder über die Piktogrammanzeige angezeigt. Protect Shine verleiht dem Fahrzeug einen lang anhaltenden brillanten Diamantglanz und ist durch die spezielle Zusammensetzung in der Lage, bei regelmäßiger Anwendung, Lackunebenheiten aufzufüllen.

Die Option Protect Shine Xpress ist für die Anlagenmodelle CENTUS, VARIUS, GENIUS, PRIMUS, VARIUS 1+1 sowie für die VARIUS TAKT verfügbar und wird erstmalig auf der Messe Tankstelle und Mittelstand in Münster vorgestellt.

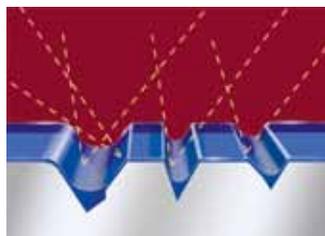
In dem Paket dieser Sonderwachs-ausstattung ist eine zusätzliche Grundausstattung von Marketinghilfen bereits enthalten. Neben einem großen zweiseitigen Wendespannband ist ein großformatiges Plakat, sechs Einleger für Tankstellentopper sowie ein Paket aus 1.000 Flyern mit enthalten. Die werbliche Nutzung des geschützten Logos „Protect Shine Xpress“ ist ebenfalls Umfang der Ausstattung.

Die Waschanlage wird von dem Christ Chemieaufendienst optimal eingestellt. Regelmäßige Kontrollen der Wasch- und Trockenqualität sichern ein optimales Kundenergebnis für einen maximalen Erfolg. Die chemischen Produkte sind optimal auf die Maschinenanforderungen und Waschprogrammabläufe abgestimmt und garantieren so ein verlässliches Ergebnis.

Durch Protect Shine Xpress ist der Anlagenbetreiber erstmals in der Lage, neben der Steigerung des durchschnittlichen Waschpreises, auch die Waschzahlen in Spitzenwaschzeiten zu steigern. Durch diese Kombination wird der Ertrag gegenüber marktüblichen Standardlösungen erheblich gesteigert.

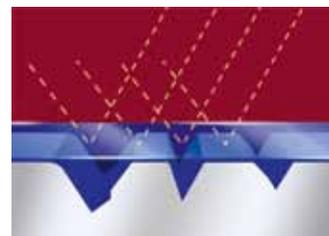
■ Otto Christ AG

Und so funktioniert der Repair-Effekt von Protect Shine:

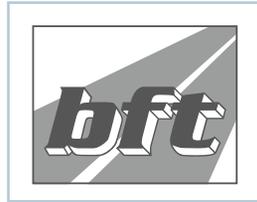


Bei regelmäßiger Anwendung baut sich eine immer stärkere Schutzschicht auf.

Die Unebenheiten werden immer weiter aufgefüllt.



Der Fahrzeuglack wird immer glatter und erstrahlt mit neuem Diamantglanz.





# Marktplatz Tankstellen-Shop

## Neue Serie im TANKSTOP mit Tipps und Tricks für gute Geschäfte

Ein leerer Tank zwingt Verkehrsteilnehmer naturgemäß zum Pflichtstopp an der Tankstelle. Damit aus dem „Muss“ ein attraktiver Aufenthalt mit Mehrwert für den Tankstellenbetreiber und seinen Kunden wird, möbeln immer mehr Stationäre ihren Shop auf. Längst ist aus dem reinen Kraftstoffanbieter ein kleiner Supermarkthändler zum Teil mit umfassendem Gastrobereich geworden.

### Heute: Die Kassenzone

Schicke Shops mit einem guten Sortiment erhöhen die Verweildauer des Kunden; er verzehrt mehr, kauft mehr und kommt gern zurück. Was so einfach klingt, birgt in der Umsetzung jedoch so manche Tücke. Ein ganz zentraler Bereich ist die Kassenzone. Niemand kommt um sie herum. Oft aber gleicht sie eher einem Produktschlachtfeld als einer geschickten Angebotszone.

Was umfasst die Kassenzone? Eigentlich alles, was sich im Blickfeld des Kunden während des Zahlvorganges befindet. Und das ist eine Menge. Von Rauchwaren über Schokoladenriegel, von Süßwaren, Rollen- und Stangenwaren über Kau- und Fruchtgummis bis zu Werbedisplays neuer Angebote wie Feuerzeuge, Gewinnspiele, Zeitungen auf dem Counter, dem Bezahlssystem und mehr. In Summe kommen schnell einige zig Artikel zusammen. Wie soll sich der Kunde in der kurzen Bezahlssituation angesprochen und zum Kauf von Waren motiviert fühlen, wenn ihn die Fülle des Angebotes erschlägt?

Oft lässt sich schon mit wenigen Handgriffen die Kassenzone optimieren, weiß Harald Wilhelm, Vertriebsleiter der Einkaufsgesellschaft Freier Tankstellen und Berater für Tankstellenunternehmer. Folgende Tipps gibt er:

- » Die Produktauswahl in der Kassenzone sollte von der Rennerliste geleitet werden. Diese wird bestimmt vom regional sehr unterschiedlichen Kaufverhalten der Kunden. Auskunft dazu gibt das eigene Warenwirtschaftssystem und verschiedene Marktforschungen, nachzulesen zum Beispiel bei Nielsen.

- » Eine große Fehlerquelle birgt die Platzierung. Diese muss nach der Wertigkeit der Produkte in Bezug auf den Verkaufspreis erfolgen. Beispiel: Große Riegel und damit höhere VK's nach oben, kleinere Riegel und damit Produkte mit geringerer Marge gehören in die unteren Regale. Sicherlich fokussiert sich die Industrie in ihrer Beratung eher auf das eigene Produkt. Der Stationär sollte jedoch immer seinen Kunden und dessen Bedürfnisse und Nachfrage im Auge haben.

- » Weniger ist mehr. Beispiel Schokolade. Statt zehn, 15 oder noch mehr Schokoladensorten in einem Regal anzubieten, empfiehlt es sich, das Angebot zu reduzieren und damit für den Kunden mehr Klarheit und Übersicht im Regal zu schaffen.

- » Bei der Preisgestaltung dürfen Stationäre oft mutiger sein. Viele, so weiß der Marktkenner Harald Wilhelm, orientieren sich am na-



hegelegenen Einzelhandel. Dabei liegt es in der Natur der Sache, dass ein Supermarkt mit einer wesentlich größeren Abnahmemenge günstigere Preise aufrufen kann. Der Tankstellenkunde vergleicht in der Regel nicht mit dem Einzelhandel, sondern wird bei seinem Kaufentscheid vom spontanen Impuls angetrieben. Schon wenige Cent Aufschlag bringen dem Stationär in Summe den gewünschten Umsatzerfolg.

Weitere und tieferegehende Informationen hält das eft-Beratungskonzept für den Marktplatz Tankstelle bereit. Ansprechpartner ist Harald Wilhelm.

Kontakt: harald.wilhelm@bft.de bei der Einkaufsgesellschaft Freier Tankstellen in Bonn.

■ eft / BL

In loser Reihenfolge wird der TANKSTOP in jeder Ausgabe ein Thema zum Marktplatz Tankstelle aufgreifen und näher beleuchten. Die nächste Ausgabe befasst sich mit dem heißen Thema „Kühlung“.

# GUT, WENN MAN EINE RESERVE AN BORD HAT!



Das Castrol Professional Sortiment mit der revolutionären *Fluid Strength Technology™*.  
Professioneller Schutz vor Motorschäden!

**Jetzt exklusiv an Tankstellen!** 



FIFA WORLD CUP  
Brasil

IT'S MORE THAN JUST OIL.  
IT'S LIQUID ENGINEERING.



OFFICIAL SPONSOR

# bft-Akademie eröffnet

## Modulares Bildungssystem für Mitarbeiter bis Führungsebene

Im Herbst 2013 öffnet die bft-Akademie ihre Pforten. Zielgruppe sind Tankstellenunternehmer ebenso wie alle Mitarbeiter im Shop, in der Werkstatt oder im Service. Das besondere dieser Akademie ist, so Projektleiter Dirk Schneemann, dass die Referenten zu den Interessierten oder zumindest in deren Nähe reisen und nicht umgekehrt. Das spart Reisekosten und Zeit. Ermöglicht wird dieses Prinzip durch das modulare Konzept. Im Gegensatz zu klassischen Weiterbildungseinrichtungen wird nicht ein Thema zu einem fixen Termin angeboten, sondern entsprechend der im Vorfeld ermittelten Bedürfnisse der Wissenshungrigen werden Vorträge oder Workshops zusammengestellt. Platziert werden diese an wechselnden Orten, eben dort, wo die Nachfrage besteht.

### Ganzjähriges Angebot

Entsprechend des mobilen Baukastensystems wird auch die Terminplanung gestaltet. Angebot und Nachfrage bestimmen den Zeitplan. Zeit ist Geld, das beherzigen auch die Macher der bft-Akademie. Entsprechend komprimiert werden die Module aufgebaut. Dabei stellen Tagesveranstaltungen den zeitlich größten Umfang dar. Neben dem klassischen Frontalunterricht sind auch online-Schulungen geplant, bei denen sich der Interessierte per PC oder Laptop in ein virtuelles Klassenzimmer per Zugangscode einloggt. Somit sind die einzelnen Module je nach Thema langfristig plan- und buchbar.

### Tankstelle ist Praxis

Um das theoretische Wissen so plastisch und praxisnah wie möglich zu gestalten, hat die bft-Akademie namhafte Partner aus der Wirtschaft gewinnen können. Die Firmen Huth Elektronik Systeme GmbH, Scheidt & Bachmann GmbH, WEAT Electronic Datenservice GmbH, Christ Wash

Systems, Lekkerland, S+T Shop und Training Quickborn sowie Mobil 1 stellen ihr Know-how zur Verfügung. Weitere Partnerfirmen sind bereits im Gespräch. „Die Tankstelle ist kein Studienfach“, erklärt der bft-Vorsitzende Thomas Grebe. „Tankstelle ist Praxis. Das macht unsere Unternehmer so einzigartig.“

### Erfolg ist erlernbar

Stillstand bedeutet Rückschritt, den sich Tankstellenunternehmer weniger denn je für sich und ihre Mitarbeiter leisten können. „Das immer komplexer werdende Umfeld der Tankstelle macht permanente Weiterbildung zur Pflicht“, so der Geschäftsführer der Sprint Tank Berlin und entschiedener Unterstützer der bft-Akademie Volker Kretschmer.

Weitere Auskünfte zur bft-Akademie gibt es unter: [schneemann.dirk@gmail.com](mailto:schneemann.dirk@gmail.com)

■ eft / BL



Dirk Schneemann, Projektleiter der bft-Akademie

#### Vier Themenbereiche stehen im Fokus:

##### » Für Unternehmer

- Betriebs- und Warenwirtschaft
- Unternehmerisch denken & handeln
- Mitarbeiterführung & -entwicklung
- Arbeitsrecht
- Gesetzliche Rahmenbedingungen
- Branchen- & Markttrends

##### » Kunde & Umsatz

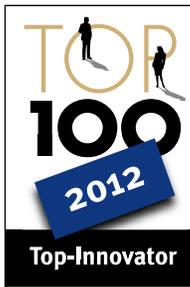
- Aktives Verkaufen
- Kundengewinnung & -bindung
- Motivationsmodelle
- Persönlichkeit & Kommunikation
- Kundengespräche in der Praxis

##### » Technik & Sicherheit

- Produkte
- Arbeitsschutz & Sicherheit
- Technisches Regelwerk
- Gesetze & Vorschriften
- Trends & Innovationen
- Hygiene & Gesundheit

##### » Fachwissen

- Kassensysteme & Kartenzahlungen
- Shop & Bistro
- Schmierstoffe
- Wäsche



Über 50 Jahre Erfahrung im Waschanlagenbau

# The Real Car Wash Factory

130 Jahre Tradition, Qualität und dabei immer einen Schritt voraus mit Innovationen

*Laufschrift-  
auszüge*

*Attraktives  
Design*



*Rundum-  
Prokürung*

*Schneides  
Washwatere  
SENSORFIL*

*Patenterte  
geeuleinrichtung*

*VDA-Zertifiziert*

*Qualität  
made in Germany*

*Mehr Umsatz*



**GENIUS VITESSE, höchste Qualität für die professionelle Fahrzeugwäsche!**

# Christ

WASH SYSTEMS



Sibylle Bierwirth betreibt seit fünf Jahren ihre eigene Tankstelle im Gewerbegebiet von Harsleben.

## Mut ist weiblich

### Jungunternehmerin betreibt erfolgreich Tankstelle auf grüner Wiese

Am Anfang war ihre Familie geschockt: Sibylle Bierwirth absolvierte mit Bravour das Wirtschaftsgymnasium, ihr Verwaltungsstudium schloss sie ebenfalls mit guten Noten ab. Eine sichere Anstellung bis zur Rente in der öffentlichen Verwaltung hatte sie so gut wie sicher. Aber dann brachte ein Studienfreund die junge Frau auf eine ganz neue Fahrte: Die Eröffnung einer eigenen Tankstelle. Eine Idee mit Perspektive, denn Kraftstoff wird immer gebraucht, dachte sich Bierwirth.

„Es sollte eine Biodieselstation werden“, erinnert sich die heute 33-Jährige. „Der Markt klang vielversprechend, die prognostizierten Zahlen ebenfalls.“ Es folgten aufwändige Recherchen, Berechnungen, das Erstellen eines Businessplanes, lange Zahlenkolonnen, viele Behörden- und Bankengänge. Am Ende stand ein schlüssiges Konzept. Das passende Grundstück war bald im Gewerbegebiet von Harsleben vor den Toren von Halberstadt gefunden. 5.000 Quadratmeter grüne Wiese. „Ich wollte eine modulare Tankstelle mit überirdischen Tanks eröffnen.“ Das sollte Kosten sparen und Beweglichkeit für weitere Planungen ermöglichen. Auflagen und behördliche Verbote ließen aber nur eine unterirdische Lösung zu.

#### Fünf Jahre Zeit zum Auftanken

Im April 2009 war es dann soweit. Die Ellybis Tankflotte, eine Automatentankstelle unter dem Logo der Schildkröte, öffnete den Zapfhahn. Im Angebot sind seither Super- und Dieseldieselkraftstoff, LPG-Gas, für LKW AdBlue und entsprechend LKW-Diesel. Mit ihrer unbemannten Automatentankstelle bietet die junge Frau eine 24-stündige Öffnungszeit. In einem Container in Sichtweite zu den Zapfsäulen hat sie ihr Büro untergebracht. Von einem Acht-Stunden-Tag kann sie nur träumen. Aber eine beträchtliche Anzahl an Stammkunden und die vielen positiven Rückmeldungen bestärken sie täglich in ihrem Tun. Sibylle Bierwirths Preispolitik und die guten Umsatzzahlen geben ihrer Geschäftsidee und ihrem Mut Recht.

#### Frauenpower bedient Nachfrage

Umtriebiger beobachtet sie regelmäßig den Markt und die Region. Eine erste Expansion von Ellybis Tankflotte ist längst durchkalkuliert, die Pläne liegen fertig in der Schublade: Ein Café plus Shop mit regionalen Produkten und Frischwaren in der Auslage soll her. Mit ihrer Tankstellenadresse im Gewerbegebiet in Sichtweite zur Bundesstraße 79 würde sie damit einer großen Nachfrage gerecht werden. Eine Betreiberin für die neue Geschäftsidee, eine Geschäftsfrau aus Halberstadt, hat sie auch schon gefunden. Neben der derzeitigen Suche nach der finanzierenden Hausbank hat die Bürgschaftsbank von Sachsen-Anhalt bereits grünes Licht signalisiert. Wenn die Finanzierung steht, so Sibylle Bierwirth, gibt es ab Sommer 2013 Kaffee, Kuchen und weiteres Köstliches für den hungrigen Kraftfahrer.



Zum Abschalten tauscht sie die Zapfpistole gegen den Pinsel.

## Glänzende Ideen

Damit nicht genug. Die geschäftstüchtige Jungunternehmerin möchte in Kürze einen weiteren Gang zulegen und eine Waschstation mit vier Waschboxen bis zu einer Größe für Sprinter und kleine LKW eröffnen. Die Grundstücksfläche von 5.000 Quadratmetern bietet ausreichend Raum dafür. Abgerundet werden soll das Angebot von Automatentankstelle, Shop und Waschplatz am Schluss durch eine kleine Werkstatt.

„Smart Repair“ nennt Bierwirth ihr Vorhaben für den kleinen Schaden zwischendurch. Jeder Baustein ihres klug durchdachten Baukastensystems soll vom jeweiligen Betreiber in Eigenverantwortung umgesetzt werden. Ellybis Tankflotte stellt die Fläche, ihren

mittlerweile bekannten Namen und den hoch effektiven Standort zur Verfügung.

Mit großer Zufriedenheit blickt Sibylle Bierwirth auf die Erfahrungen der ersten fünf Jahre ihrer Selbstständigkeit zurück. Sicher gab es auch den einen oder anderen Tiefschlag. So beispielsweise, als sie sich auf die Beratung einer Fachfirma zum ausgesuchten Preismast verlassen hatte. Viel zu klein und unterdimensioniert war dieser und musste schleunigst ausgetauscht werden. „Das war ein teures und zweifelhaftes Vergnügen. Aber solch eine Lernphase gehört sicher dazu.“ Gut beraten und professionell betreut fühlt sich die Unternehmerin als Mitglied im Bundesverband Freier Tankstellen (bft). „Die kurzen Wege innerhalb des Verbandes, die Kompetenz der Mitarbeiter, die netten und hilfsbereiten Kollegen der Gemeinschaft und die sinnvoll platzierten Regionaltreffen weiß ich sehr zu schätzen.“

Und welche Träume treiben die Privatfrau Sibylle Bierwirth um? Die Familienplanung, ganz klar, „aber dafür habe ich ja noch ein bisschen Zeit.“ Die wenige Freizeit verbringt sie momentan mit ihrem Italienischem Windspiel, einem Miniwindhund namens Cristo oder bewaffnet mit Pinsel und Farbe an der Staffelei.

■ eft/BL



**Carstens**  
Shop-Einrichtungen

**Frische Ideen für Ihren Shop!**  
*Damit Ihre Kunden sich wohlfühlen.*

Lassen Sie sich in unserem Show-Room inspirieren.  
Vereinbaren Sie einen Termin unter 040 / 52 68 31 21.

Carstens Shop-Einrichtungen GmbH  
An der Bahn 3 | 22844 Norderstedt | [www.carstensshop.de](http://www.carstensshop.de)

# Waschen – schneiden – legen

## Neue Marketing-Idee für Tankstellen macht guten Schnitt

Volltanken, Ölwechsel, Wagenwäsche und gleichzeitig eine neue Frisur. Klingt vielleicht etwas abgefahren, ist aber die wohl durchdachte und hart am Markt kalkulierte neue Marketing-Idee von Ralf Mehlmann und dem Immobilienfachmann Dr. Bernd Andrich. Ihre Geschäftsidee nennen sie Tank & Cut.

Mehlmann, Direktor der Immospa AG und gemeinsam mit seiner Lebensgefährtin

rufstätigen. Ganz nach dem Motto, wenn der Prophet nicht zum Berg kommt, muss sich der Berg – hier also der Friseur – in Bewegung setzen. Warum also soll dieser seine Dienstleistung nicht dort anbieten, wo täglich oft mehrere hundert Kunden verkehren, nämlich an der Tankstelle. Und der Tankstellenbetreiber schafft mit diesem Angebot auf seiner Fläche Synergieeffekte und erhöht für seine Kunden die Fahrt zur Zapfsäule um eine Attraktivität.

und den Friseur zu Buche, dass Tankstellen nicht an Ladenschlussgesetze gebunden sind. Bei Bedarf können Figaros ihre Dienste rund um die Uhr und an sieben Tage pro Woche anbieten. Wie Dr. Bernd Andrich zu berichten weiß, für viele Friseur-Filialisten eine attraktive Aussicht.

Mit diesem Konzept wollen die beiden Macher Mehlmann und Andrich die Tankstellenszene in Deutschland und der Schweiz



selbst Tankstellenbetreiber in Konstanz am Bodensee, weiß, dass mit dem Kraftstoffverkauf allein keine großen Gewinne mehr einzufahren sind. Eine neue Geschäftsidee musste her, wie Tankstellen- und Waschstraßenbetreiber mehr Kunden an ihre Station locken und binden können. Tank & Cut soll diese Brücke schlagen. Die Initialzündung hierzu wurde eigentlich aus der Not geboren, wie sich der Geschäftsmann erinnert. „Es war wirklich zum Haare raufen. Zeit für einen Friseurbesuch hatte ich meist erst nach Ladenschluss oder am Wochenende.“ So wie ihm, geht es vielen Be-

Da die Shop-Flächen meist bis auf den letzten Zentimeter belegt sind, musste eine mobile Lösung für den Salon her. Tank & Cut bietet hierzu gut durchdachte und komplett für den Friseurbedarf ausgestattete Raummodule an. Auf drei mal sechs Metern stehen in den Containern zwei Nass- und zwei Trockenarbeitsplätze zur Verfügung. Die monatliche Miete beträgt 1.800 Euro. Alle notwendigen Anschlüsse wie Wasser und Strom inklusive. Der Verbrauch läuft über einen extra Zähler.

Als weiterer Clou schlägt für den Stationär

aufrollen. Ende März öffnete der erste Tank & Cut-Modulsalon in Konstanz seine Türen. Das Ergebnis nach rund zwei Monaten sei mehr als zufriedenstellend, betonen beide. Bis Jahresfrist wollen sie an sechs weiteren Stationen ihre Module platzieren. Fast 300 Zusagen liegen ihnen nach eigenen Aussagen schon von interessierten Tankstellenbetreibern vor. Unter anderem von dem Münsteraner Tankstellenbetreiber Westfalen AG und dem Waschstraßenanbieter Otto Christ AG.

■ eft / BL

## MESSE-Neuheiten bei Ihrem Profi im Kartenzahlungsverkehr

Zukunftssicherheit mit dem als TOP-PRODUKT prämierten Kartenterminal VX820



- eigenes Know-How, eigenes Rechenzentrum
- Netzbetreiber für bargeldlose Bezahlssysteme und Zahlungsinstitut (offizielle Zulassung der BaFin)
- deutscher Mittelständler in Privatbesitz
- seit 1992 am Markt



OPP-C60

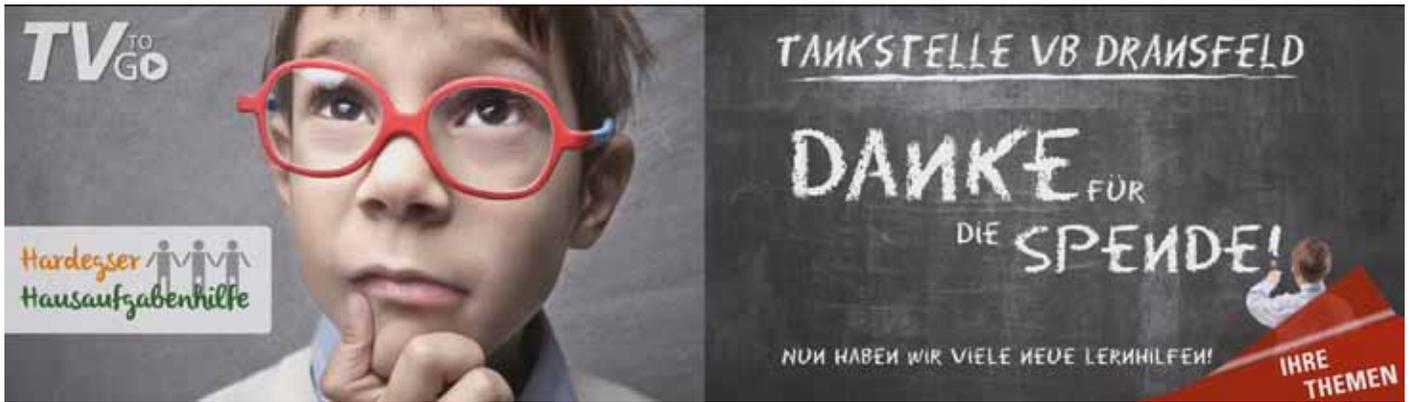
Maßgeschneiderte Abrechnungspakete, Hotline und Service sind immer inklusiv !



**LAEGO AG**

PoS-Partner Netzwerk  
Richildenstrasse 4  
80639 München  
[www.lavego.de](http://www.lavego.de)  
Telefon (02941) 58915  
Fax (02941) 58920  
jan-peter.knoop@lavego.de





## „TV to GO“ - Kundendialog in Perfektion Digitale Werbe- und Preiskommunikation für Tankstellen und -Shops

Sie haben Ihren Kunden etwas zu sagen? Möchten Ihre Angebote aufmerksamkeitsstark und zielgruppengenau präsentieren, über Produktneuheiten informieren und aktuelle Aktionen erfolgreich bewerben? Kurz gesagt: Sie möchten auf die Kaufentscheidungen Ihrer Kunden stärker direkten Einfluss nehmen?!

Mehr denn je sind Tankstellen ein Ort mit hohem Publikumsverkehr und geringer Verweildauer. Durchschnittlich nur rund vier Minuten verbringt Ihr Kunde auf und an der Station. Diese Zeit optimal zu nutzen ist unsere gemeinsame Herausforderung.

Wir haben die Komplettlösung für Sie. Mit „TVtoGO“, einem einzigartigen Konzept für digitale Kundenkommunikation auf Tankstellen, bieten wir ein optimal auf die spezifischen Anforderungen der Branche angepasstes Marketing-Konzept. Einfach zu bedienen, umsatzstärkend und dabei überraschend kostengünstig.

Als Beschaffungspartner für Verbrauchsmaterial ist die NORDLAND Gruppe vielen

Gesellschaften und Pächtern nicht nur bekannt, sondern seit mehr als 25 Jahren verlässlicher Partner und Lieferant. Erstmals präsentierte das Ahrensburger Unternehmen im Mai im Rahmen der „Tankstelle & Mittelstand 2013, der Branche nun auch gezielt den Geschäftsbereich digitale Kommunikation. Mit der Umsetzung und der Integration von digitaler Werbe- und Preiskommunikation am POS, gehört NORDLAND bundesweit zu den Top 5 in diesem Marktsegment.

„TVtoGO“ steht im übertragenen Sinne für „Werbung zum Mitnehmen“ – und dies gleich in mehrfacher Hinsicht: Mit wenig Aufwand, geringen Kosten und einfachem Handling bietet „TVtoGO“ bedarfsgerechte und günstige Komplett-Pakete (inkl. Technik & Service) in zur Zeit drei verschiedenen Ausbaustufen, wobei die individuelle Erweiterung und Anpassung der einzelnen Varianten, je nach Geschmack und Anforderung, jederzeit möglich ist.

Aufmerksamkeitsstark, werbewirksam, absatzsteigernd, imagefördernd... – mit

„TVtoGO“ geben Sie Ihren Kunden zugleich standortoptimiert und maßgeschneidert die von Ihnen gewünschten Informationen mit auf ihren Weg. Information, Präsentation und Kommunikation: Gerade in Wartezonen, wie der Waschstraße, an den Zapfsäulen und dem Kassenbereich, bieten die digitalen Screens durch die längeren Betrachtungszeiträume die Möglichkeiten, mehr Botschaften und vielfältige Informationen punktgenau zu platzieren und werbewirksam zu transportieren.

Individuelle Angebote ohne Fremdwerbung, angepasst an Standort, Tageszeit, Saison, Wetter und anderes mehr. Nachrichten, Wetter, regionale News, Sie haben die Wahl. Unkompliziert, direkt, flexibel und individuell. Das ist Kundendialog in Perfektion!

Mehr Informationen über die NORDLAND Gruppe und „TVtoGo“ gibt es unter [www.nordland-gmbh.de](http://www.nordland-gmbh.de).

■ Nordland Gruppe

**bft** **KUTTENKEULER LUBRICANTS**

**Qualität die überzeugt**

MADE IN GERMANY Premium Motorenöle neuester Generation

Kuttenkeuler Mineralölhandels- und Tankstellenbetriebs GmbH  
Dieselstraße 10 D-50996 Köln  
Telefon +49 (0) 2236 96203-0  
Telefax +49 (0) 2236 96203-27  
e-mail [vertrieb.schmierstoffe@kuttenkeuler.com](mailto:vertrieb.schmierstoffe@kuttenkeuler.com)  
e-mail [vertrieb.treibstoffe@kuttenkeuler.com](mailto:vertrieb.treibstoffe@kuttenkeuler.com)

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

# Investieren – aber mit Köpfchen

## Mit Leasing die Liquidität des Unternehmens sichern

Seit mehr als 30 Jahren finanziert die IFL Leasing die unterschiedlichsten Investitionsprojekte. Die persönliche Beratung vor Ort steht hierbei im Mittelpunkt. Als Finanzierungsalternative zur Hausbank kann Leasing Liquidität sichern und die Kreditlinien schonen. Wie, das erläutert Michael Galetz von der IFL Industrie-Leasing GmbH.

### Unbegrenzte Auswahl

Gegenüber der klassischen Miete bietet Leasing den besonderen Vorteil für den Leasingnehmer, dass er sich das Leasingobjekt individuell und auf seine Bedürfnisse zugeschnitten bei beliebigen Herstellern oder Lieferanten aussuchen kann. Die Leasing-Gesellschaft beschafft das Leasing-Objekt und verleast (vermietet) es an den Leasing-Nehmer.

Gerade für den Tankstellenbetreiber dürfte interessant sein, dass als Leasingobjekt nicht nur die „klassischen“ Leasing-Objekte, zum Beispiel Kraftfahrzeuge, Kassensysteme oder EDV, sondern nahezu alle Investitionsgüter rund um die Tankstelle geeignet sind. Hierzu zählen Waschstraßen, Zapfsäulen, Werkstatttechnik, Kaffeeautomaten, Kühltruhen, Tische, Stühle und Verkaufstresen. Selbst die komplette Shop-Einrichtung, Tankcontainer oder auch Tank & Cut-Salons sind durchaus über Leasing darzustellen.



Michael Galetz, ifl-Repräsentant

### Flexible Vertragsgestaltung

Die Verträge zwischen der Leasing-Gesellschaft und dem Leasing-Nehmer sind nicht starr festgelegt, sondern werden individuell und flexibel gestaltet. Im Einzelnen betrifft es die Vertragslaufzeit, Anzahlung und Restwerte. Für Filialisten sind Rahmenverträge besonders interessant. Hierbei wird für die verschiedenen geplanten Investitionen der einzelnen Filialen ein gesamter Finanzrahmen zur Verfügung gestellt. Dieser kann dann abgerufen werden, sobald er in den betreffenden Betrieben benötigt wird.

Um die eigene Liquidität nicht zu belasten, können oder wollen eine Vielzahl von Tankstellenbetreibern nötige Investitionen nicht aus Eigenmitteln finanzieren. Der erste Weg führt daher meist zur Hausbank, um dort ein Darlehen oder die Erhöhung der Kontokorrentlinie zu beantragen. Dies belastet jedoch den Kreditspielraum und könnte dadurch künftige, dringende Investitionen erschweren.

### Unabhängigkeit

Eine gewisse Abhängigkeit von der eigenen Hausbank als einzigem Kapitalgeber ist nicht von der Hand zu weisen. Nicht nur „harmlose“ Begebenheiten, wie Betreuerwechsel, Umstrukturierung oder Fusionen bei der Hausbank, sondern auch Finanzmarktentwicklungen, wie jüngst die Finanzkrise, können sich mitunter negativ aus-



wirken. Eine Finanzierung über Kontokorrent ist zudem teuer und blockiert wertvolle Liquidität. Viele Betriebe kennen das Problem. Natürlich wäre es möglich, die Leasinggesellschaft der Hausbank zu wählen, allerdings wird dieser Vertrag in der Regel mit auf den Kreditrahmen des Betreibers angerechnet.

Daher gilt: Risikostreuung auch auf der Finanzierungsseite. Unabhängige Leasing-Gesellschaften sollten die erste Wahl sein. Sie stellen hier eine ideale Ergänzung dar, bieten dem Betreiber eine entsprechende Unabhängigkeit gegenüber den Banken und gewährleisten eine höhere Flexibilität. „Das kostet doch nur 3.000,-€. Das bezahle ich mal eben so.“ Viele Tankstellenbetreiber denken und handeln so. Nur können sich viele kleine Beträge schnell zu einem großen Betrag summieren und belasten „schleichend“ immer mehr die Liquidität. Ganz egal ob EDV, Regalsysteme oder Staubsauger, kleinere Anschaffungssummen sind bestens für Leasing geeignet.

### Vorteile auch für den Lieferanten

Neben den genannten Vorteilen für den Tankstelleninhaber oder Betreiber als Leasingnehmer liefern Leasingunternehmen auch gute Gründe zur Zusammenarbeit mit Herstellern und Lieferanten von Maschinen und Geräten rund um die Tankstelle. Der Hersteller nutzt Leasing als willkommenes Instrument zur Absatzförderung, indem er dieses als Finanzierungsmöglichkeit in den Verkaufsgesprächen mit seinen Kunden einfließen lässt. Nach Abschluss des Vertrages erhält der Lieferant den vollen Kaufpreis über die Leasing-Gesellschaft und der Kunde wird über die gesamte Vertragslaufzeit betreut. Somit besteht ein ständiger Informationsfluss zwischen Leasing-Gesellschaft, Kunde und Händler, was in Bezug auf Zusatz- und Anschlussgeschäfte für alle Seiten vorteilhaft ist.

- IFL-Leasing



## Wir machen unseren Weg. Für Sie.

Der Alltag der Menschen wird immer flexibler und mobiler. Damit alltägliche Bedürfnisse zu jeder Zeit und an jedem Ort befriedigt werden können, gibt es Lekkerland. Wir beliefern in Deutschland 61.400 Tankstellen, Kioske und Gastronomiebetriebe, um den 82 Millionen Menschen das Leben mit Süßwaren, Food, Getränken, Telekommunikation und einem Vollsortiment an Tabakwaren angenehmer zu machen. Unser Logo ist das sichtbare Zeichen für diese Leistung.

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



# Gewusst wo!

## Termine – Schulungen – Weiterbildungen

### Backen & Backshop

» **EDNA Tiefkühlbackwaren** bietet über seine Außendienstmitarbeiter Hilfe und Beratung bei Produktfragen, Backen und Präsentieren von Backwaren an. Individuelle Backschulungen vor Ort sind nach Absprache jederzeit möglich.

Mehr Information unter [www.edna.de](http://www.edna.de)

» Der Anbieter von Tiefkühl-Backwaren im Tankstellen-Shopgeschäft **Hiestand & Suhr Handels- und Logistik GmbH** bietet Weiterbildungen zu folgenden Themen an:

- Im Schulungszentrum der Wiesheu GmbH, Wolfen bei Leipzig
- Basisseminar Mehr Erfolg mit Backwaren I, Termin: 03.09.2013
- Basisseminar Mehr Erfolg mit Backwaren II, Termin: 04.09.2013
- Hygieneschulung / HACCP inkl. IFSG auf Anfrage
- In der Hiestand Bake off Academy, Gerolzhofen
- Basisseminar Mehr Erfolg mit Backwaren I, Termin: 23.07.2013 und 15.10.2013
- Basisseminar Mehr Erfolg mit Backwaren II, Termin: 24.07.2013 und 16.10.2013
- Hygieneschulung / HACCP inkl. IFSG auf Anfrage

Mehr Informationen unter [info@hiestand-suhr.de](mailto:info@hiestand-suhr.de)

### Schmierstoffe

» **Die ExxonMobil** bietet digitales Basistraining für Tankstellen mit Mobil 1 Ölen im Verkauf an. Die 15-minütige interaktive Schulung ist über USB-Anschluss abspielbar und kann mit einem Quiz abgeschlossen werden. Inhalte: Nachfüllölpotenzial, Aufgaben Motorenöl, Bedeutung des Viskositätsangaben, Fragen + Antworten im Verkaufsgespräch, Verkaufsargumente.

Mehr Informationen unter [oliver.hinze@exxonmobil.com](mailto:oliver.hinze@exxonmobil.com)

### Mitarbeiter & Kunde

» Die **Holst Personalentwicklung** bietet zu den Themenkomplexen Mitarbeiterführung, Verkaufserfolge, Umsätze und Erträge im Jahr 2013 drei verschiedene Tagesseminare in unterschiedlichen Regionen an.

#### Erfolgreiche Mitarbeiterführung

- Raum Magdeburg / Leipzig: 05.09.2013
- Raum Stuttgart / Mannheim: 03.09.2013
- Mitarbeiter zu mehr Verkaufserfolgen führen
  
- Raum Hagen / Dortmund: 26.06.2013
- Raum Stuttgart / Mannheim: 10.09.2013
- Umsätze und Erträge positiv beeinflussen
- Raum Magdeburg / Leipzig: 27.06.2013
- Raum Hagen / Dortmund: 04.09.2013

Mehr Informationen unter [www.holst-pe.de](http://www.holst-pe.de)

### Waschen & Service

» Die **Otto Christ AG** bietet zwei Schulungstermine zum Thema „Fit for Carwash, Weiterbildung für Ihr Autowaschbusiness“ an. Referent ist Stefan Schwarzer.

10.09.2013 und 10.12.2013

Otto Christ AG, Memminger Straße 51, 87734 Benningen

Weitere Informationen unter [sschwarzer@christ-ag.com](mailto:sschwarzer@christ-ag.com)

Für die Inhalte der vorgestellten Seminare, Daten und Fakten ist ausschließlich der Veranstalter zuständig und verantwortlich.

Haben Sie auch Termine, die Sie gern im TANKSTOP veröffentlichen möchten? Senden Sie uns diese mit entsprechenden Kontaktdaten unverbindlich an [redaktion-tankstop@eft-service.de](mailto:redaktion-tankstop@eft-service.de). Ein Anspruch auf Abdruck besteht nicht.



Der nächste TANKSTOP – das eft-Fachmagazin für Tankstelle und Mittelstand – erscheint am 19.08.2013.

**Nachgeschaut:**

Unter [www.eft-service.de/ihr-business/tankstop](http://www.eft-service.de/ihr-business/tankstop) können Sie in vorherigen Ausgaben des TANKSTOP blättern, Texte nachlesen und Termine nachschlagen.

**Ihre Meinung zählt**

Die Macher von TANKSTOP freuen sich über Ihre Rückmeldungen. Teilen Sie uns mit, wie Ihnen das neue Magazin gefällt. Sagen Sie uns, welche Themen Sie interessieren, nennen Sie uns wichtige Branchentermine zur Veröffentlichung in der Rubrik „Gewusst wo!“ und halten Sie uns regelmäßig mit Ihren Pressemitteilungen auf dem Laufenden.

Mailen Sie ganz einfach an: [redaktion-tankstop@eft-service.de](mailto:redaktion-tankstop@eft-service.de)



# WEAT

*Der Spezialist im Tankstellengeschäft*

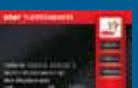
Partner für Einzeltankstellen,  
Mittelstand und Konzerne

Markttransparenzstelle  
**WEAT ist Preismelder**

[www.weat.de](http://www.weat.de) ♦ Tel.: (02 11) 90 57 - 485

Wir sind die Spezialisten für den  
bargeldlosen Zahlungsverkehr an Tankstellen

... und mehr: Preismelder - Nassdatenverarbeitung - Preissteuerung - Wettbewerbsdaten ...



# Kreuzworträtsel

Patron der Goldschmiede	gleich, einerlei	verdickte Wurzeln	Fort am Großen Sklavensee	erbost sein	Insel vor Spitzbergen	Fremdwortteil: vor	Windschatten-seite	Extrakt	germanische Gottheit	Mongolenfürst †1405	Kommunalbeamte	Frauenkose-name
Steuer beim Auto					Etikett							
japan. Brettspiel (japan.)		nordischer Meer-riese					mund- artiglich: Amelse	5	österr.: Lieb- schaft	chinesischer Politiker † Farbe		
antikes Ruder- kriegs- schiff					Kälber- magen- enzym		Absicht	Pep, Schwung	fester Boden			
		9		Blas- instru- mente	Flachs- garn- gewebe				„ge- dämpft“ in der Musik			
Ent- schlos- senheit	Helden- gedichte		„Bett“ in der Kinder- sprache			Fremd- wortteil: Wind	Hebri- den- insel		englisch: Königin	3	zwölf Dutzend	Haupt- stadt von Albanien
elektronischer Fühler					ein Wochen- tag				Name vieler Zeitun- gen		enge Meeres- durch- fahrt	6
Wiesen- pflanze	afrika- nische Holzart	eine Gewürz- paste		10	leichte Holzart		Geiz					
			deutsche Vorsilbe		Segel- kom- mando: wendet!		Weinort am Rhein	orienta- lische Rohr- flöte			Bruder von Fafnir (Edda)	
					dt. Recht- schreib- buch	Geld- stück			1	schau- dern	englisch: Meer	
inner- halb	franzö- sischer Drama- tiker †		amerika- nischer Erfinder †1931				zu- künftig (latein.)	räumli- che Be- schränk- theit			Aus- lands- bleibe (Flucht)	Wider- sacher Gottes
Haupt- stadt Jemens		Vogel- nach- wuchs		8	europ. Fußball- bund (Abk.)	Vorname Räikkö- nens				Stadt an der Elbe		
			Frauen- kurz- name	stärkster Finger				afrika- nische Kuh- antilope			Bewoh- ner einer Donau- stadt	Mit- arbeitern kündigen
tropi- sches Nage- tier	ebnen, bügeln	Tadel				Zahl- wort		Maß des elektr. Wider- stands	mehr- sätziges Musik- stück			
					sehr kleiner Bach	Leicht- metall (Kurz- wort)	4	feinste Keramik- ware				2
Heil- und Gewürz- pflanze		Dusche			poetisch: Adler		Film- gattung (Kw.)		Rufname Schwar- zen- eggens	grob gemah- lenes Getreide		Teil der Bibel (Abk.)
					ugs.: Dumm- kopf	irisch- keit, Feuer- gott		An- ziehungs- punkt				Divisor (math.)
			vor kurzer Zeit					Gast- stätten- ange- stellter		ehema- liger Schah Persiens		
extrem, äußerst	Urein- wohner Japans Anrede				Fremd- wortteil: Gebirge	feiner Spott					US-kana- discher Grenz- see	eine Zitaten- sammlung
Hafen- stadt auf Honshu (Japan)			Rauch- Nebel- Gemisch			chem. Zeichen für Neodym	Trink- gefäß, Seidel					
Tier des Polar- gebiets						griechi- sche Sieges- göttin			Signal- gerät			7
ugs.: nein			US- Stumm- filmstar (Harold)				leichter Wind				Gattin des Ägir	

Lösungswort:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----



**OIL!** - Unser Netz läuft. Danke PWM.  
Den Unterschied erkennen.



Fr. Anne Bauer (Tankstellenbetreiberin) & Hr. Henning Döhrmann (OIL Technik).

35 Jahre Erfahrung und Know-how stecken in den elektronischen Preisanzeigen von PWM. Dank eigener Entwicklung und ständiger Optimierung, ist PWM der einzige Spezialanbieter weltweit und Marktführer von elektronischen Preisanzeigen für Tankstellen.

**OIL!** - Bei jedem Wetter zuverlässig - Technik made by PWM

OIL! Tankstellen GmbH & Co. KG - D-23936 Uphahl - Preisturm QUATRO SMD-LED

Qualität verbindet.