

TS

TANKSTOP – das EFT-Fachmagazin für Tankstelle und Mittelstand

Ausgabe 05-2026 | Jahrgang 14 | kostenfrei | ZKZ 83988

Inventur und Sicherheit

Bernd Fiehöfer

Tankstellen- gastronomie

Bernd Fiehöfer

1500ste SmartCare

WashTec



WIR BÜNDELN TANKSTELLEN-KOMPETENZ

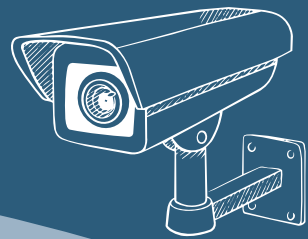
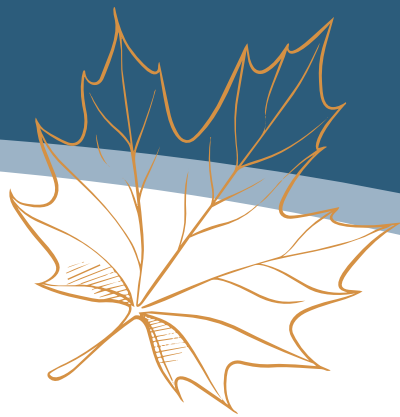
TANKE DER NACHFRAGE.

MEHR NACHFRAGE, MEHR UMSATZ.
MIT UNSEREN PRODUKTEN
FÜR IHRE TANKSTELLE.



**LIQUI
MOLY**

FOR THE DRIVERS



Wird es ein goldener Herbst?

Vor ein paar Wochen war ich für zwei Tage auf der Automechanika in Frankfurt. Nach all den Horrormeldungen der vergangenen Monate, vor allem auch aus der Automobilzuliefererbranche, war es spannend zu sehen, wie sich Global Player wie Scheffler, Continental und ZF präsentierten. Laut Michael Johannes, Brand Manager Automechanika, war es die beste Messe, die er in über 30 Jahren begleiten durfte. 4400 Aussteller aus 80 Ländern und 112000 Fachbesucher sind Zahlen aus Vor-Corona-Zeiten und sie belegen, dass die Automobilbranche trotz oder wohlmöglich wegen ihrer tiefgreifenden Veränderungen und Themen wie Künstliche Intelligenz, softwaredefinierte Fahrzeuge, vernetzte Systeme, Fahrassistentenlösungen und alternative Antriebe lebt und spannend bleibt.

Ähnlich spannend sieht es derzeit an der Tankfront aus, nachdem die Huthi-Milizen neben der Straße von Hormus jetzt auch im Jemen die Meerenge Bab al-Mandab, eine weitere wichtige Schifffahrtsroute nach Europa, blockiert haben. Die Folgen: Preise über 2,50 am Mittag sorgen für viele verbale Entgleisungen der Autofahrer gegenüber dem Tankstellenpersonal an der Kasse und politischem geplanten Aktionismus in Berlin. Benzin-Gipfel, Preisdeckel, Steuererstattungen – was kommt, wird hoffentlich für alle Beteiligten besser sein als die 12-Uhr-Mittags-Regel.

Führende Köpfe aus der Handelsgastronomie trafen sich letzstens in Köln beim EHI Retail Congress. Unter anderem auch Sebahat Y. Dogan, der Gründer von Bona'ne, einer Restaurantkette mit frischen Produkten

aus der kurdisch-türkischen Küche. Die erste Filiale entstand 2009 im Rheinauhafen in Köln und seitdem bin ich eigentlich regelmäßiger Gast dieser herrlich leckeren und unkomplizierten Institution – damals ein neues Konzept mit immer wieder großartigem Flair. Bernd Fiehöfer hat diesen Kongress und vor allem auch die Ausführungen von S. Dogan verfolgt und hat einige mögliche Anregungen für Tankstellenbetreiber abgeleitet.

Und mit dem Titelthema widmet sich der TANKSTOP einer sehr großen Problematik innerhalb des operativen Tankstellengeschehens. Sicherheit, Diebstahl, Raubüberfälle, Kameras, Inventurdifferenzen sind Keywords, die immer mehr Oberhand gewinnen – leider. Was es an neuen Erkenntnissen und Lösungen gibt, erfahren Sie in dieser Ausgabe.

Viel Spaß beim Lesen – auf einen goldenen Herbst. Hoffentlich!

Herzlichst, Ihr

Bernd Scheiperpeter



Inhalt



08 → Titelthema

Sicherheit und Inventur an Tankstellen – wenn nicht alles bezahlt wird... Für die enormen Verluste auf Verkäuferseite sind in erster Linie Ladendiebstähle verantwortlich, die zunehmend von professionell agierenden Banden „vollbracht“ werden. Gleichwohl gehen die Anzeigen für Ladendiebstahlsdelikte zurück. Wie kann dies sein?



14 → Standort Tankstellengastronomie

Die Handelsgastronomie entwickelte sich in den vergangenen Jahren an vielen Tankstellen von einer „einfachen“ unterwegsversorgung hin zu einem erstklassigen Foodservice-Geschäft. Nach dem Vorbild klassischer Gastronomie schuf man äußerst kundenfreundliche Verweilbereiche und Restaurants, in denen großartige, leckere Arrangements für jeden Hunger und für jeden Geschmack Appetit machen. Warum es sich lohnt...



30 → Lekkerland SE

In Tankstellen-Shops umfasst das Tabak-Regal heute deutlich mehr als nur klassische Tabakwaren. Zigaretten bleiben zwar ein bedeutender Umsatzfaktor, doch die Kategorie ist spürbar breiter geworden: E-Zigaretten, Pods und Liquids ergänzen das Angebot und schaffen zusätzliche Verkaufschancen.



34 → Alfred Kärcher Vertriebs-GmbH

Entdecken Sie Fahrzeugreinigung auf einem neuen Level: Sie benötigen flexible Fahrzeugwaschsysteme, die wirtschaftlich, effizient und zugleich ressourcenschonend arbeiten? Moderne Reinigungslösungen für PKW und Nutzfahrzeuge bieten weit mehr als nur saubere Fahrzeuge: Sie sorgen für optimierte Abläufe, zufriedene Kunden und wirtschaftliche Betriebskonzepte.

AKTUELLES

- 06 → Alles auf einen Blick
- 07 → Rätselgewinnerin: Eva Wittmann
- 08 → Titelthema: Inventur und Sicherheit an Tankstellen
- 14 → Standort Tankstellengastronomie
- 24 → TankeTalk Award: Ludger und Michael Brämswig
- 26 → 100 Jahre Peter Stolz GmbH
- 50 → Rechtstipp
- 52 → Der informierte Tankwart
- 54 → Onlineshop
- 56 → Mitmachen lohnt sich! – Kurz mal nachgedacht
- 58 → Gewusst wann ...

SHOPNEWS

- 30 → **Lekkerland:** E-Zigaretten: Neue Potenziale für den Shop
- 42 → **SONAX:** Sonax startet mit einzigartiger Kundenansprache ins Wintergeschäft

INDUSTRIEPARTNER

- 32 → Leaderboard – die EFT-Empfehlungslieferanten
- 34 → **Kärcher:** Fahrzeugreinigung neu gedacht: Effizienz, Komfort und digitale Lösungen
- 38 → **WashTec:** WashTec feiert die 1500ste SmartCare
- 40 → **Koch Chemie:** Automechanika 2026: KCx by KochChemie bringt neue Versiegelungslösungen auf den Markt
- 46 → **Dr. Stöcker:** Dr. Stöcker stärkt Forschung, Entwicklung und Kundenservice durch Erweiterungsbau
- 48 → EFT / bft-Empfehlungslieferanten für Ihre Station

BILD COVER: BERND FIEHÖFER

ANZEIGEN



ALLES AUF EINEN BLICK!

TANKSTOP ONLINE

Alle zwei Monate erhalten Sie den TANKSTOP druckfrisch per Post auf Ihren Schreibtisch. Parallel gibt es den TANKSTOP auch online als kostenfreies ePaper. Der große Vorteil: Sie können das Magazin lesen, wo immer Sie gerade sind.

Senden Sie dazu eine E-Mail mit allen Mailadressen und Namen sowie der vollständigen Firmenadresse an: marketing@eft-service.de, Stichwort: TANKSTOP online.

Das aktuelle TANKSTOP-ePaper ist seit dem **19. Oktober 2026** online:
www.eft-service.de/leistungen/tankstop-das-magazin



SAVE THE DATE

Der nächste TANKSTOP – das EFT-Magazin für Tankstelle und Mittelstand – erscheint am **15. Dezember 2026**.

Sie bekommen keinen TANKSTOP? Das ändern wir gern. Teilen Sie uns einfach Ihre Anschrift per Mail mit: marketing@eft-service.de. Gern nehmen wir Sie in den kostenfreien Bezug auf.

Alle Ausgaben: Unter **www.tankstop.de** finden Sie unser Archiv mit allen Ausgaben.



IHRE KLEINANZEIGE

Sie möchten etwas verkaufen? Dann inserieren Sie schnell und unkompliziert im TANKSTOP in der Rubrik „Kleinanzeige“ (für bft-Mitglieder ist der Abdruck kostenfrei).

Sende Sie uns einfach folgende Daten zu:

- + Kontaktdaten
- + Foto
- + Beschreibungstext (Marke/Baujahr/evtl. Beschädigungen)
- + Verkaufspreis

Die Redaktion behält sich vor, das Angebot auf Seriosität und Plausibilität zu prüfen. Ein Anrecht auf Abdruck besteht nicht.

Bitte senden Sie Ihr Angebot an: marketing@eft-service.de

BEILAGENHINWEIS

- +EDNA
- +EiKO-Europe GmbH
- +SONAX GmbH



Jetzt werden Schritte gezählt

TEXT | BILD: BERND SCHEIPERPETER

Tief im südöstlichsten Zipfel der Republik freut sich aktuell Eva Wittmann von der Tankstelle und dem Autohaus Fassbinder über ihre erste Smartwatch. „Endlich hab ich auch mal Glück gehabt. Das Kreuzworträtsel gehört für mich zur festen Größe einer jeden neuen TANK-STOP-Ausgabe und wird immer direkt nach Erscheinen gelöst“, berichtet die Niederbayerin aus Sonnen. Der 1.500 Einwohner Ort liegt nur ein paar Kilometer von der österreichischen und auch von der tschechischen Grenze entfernt und so verwundert es nicht, dass der Tank-

tourismus einen starken Einfluss auf die Umsätze der Tankstelle hat. „Nicht nur, dass jetzt wieder verstärkt in den beiden Nachbarländern getankt wird, die Deutschen fahren auch für ihren Lebensmittelwocheneinkauf oder auch für einen Frisörbesuch rüber.“ Da kann man nur hoffen, dass sich irgendwann die politischen Rahmenbedingungen anpassen. „In diesem Umfeld ist die Freude über den Gewinn umso größer. Im abwechslungsreichen Alltag zwischen Tankstelle und Verkauf hilft mir die Uhr, den Überblick zu behalten.“

Wenn nicht alles bezahlt wird

Sicherheit und Inventur an Tankstellen

TEXT: BERND FIEHÖFER

Mit Blick auf den gesamten Einzelhandel in Deutschland stiegen die Inventurdifferenzen in 2025 gegenüber dem Vorjahr 2024 von 4,95 Milliarden Euro auf 5,11 Milliarden Euro, ein Plus von 3,2 Prozent. Ladendiebstähle kletterten im gleichen Zeitraum sogar um 3,4 Prozent, ein Volumen von 3,05 Milliarden Euro. Demgegenüber stiegen die Ausgaben für Prävention auf 1,7 Milliarden Euro, ein Plus von drei Prozent. Für die enormen Verluste auf Verkäuferseite sind in erster Linie Ladendiebstähle verantwortlich, die zunehmend von professionell agierenden Banden „vollbracht“ werden. Gleichwohl gehen die Anzeigen für Ladendiebstahlsdelikte zurück. Wie kann dies sein?

Frank Horst, seit vielen Jahren Leiter des Forschungsbereichs Inventurdifferenzen und Sicherheit in der EHI Retail Institute GmbH, weiß, dass der Ladendiebstahl in den vergangenen drei Jahren wertmäßig um ein Viertel stieg. „Selbst bei Inflationsbereinigung haben wir noch immer 15 Prozent mehr Diebstähle als vor drei Jahren.“ Dabei sind längst nicht alle Ladendiebstähle bei der Polizei angezeigt worden. Tatsächlich ist die Zahl angezeigter Ladendiebstähle in Deutschland von 2023 bis 2025 sogar um 5,39 Prozent zurückgegangen, im Fall von einfachem Ladendiebstahl sogar um 5,71 Prozent. Vor diesem Hintergrund sagt Frank Horst: „Jeder erkannte Diebstahl muss auch zur Anzeige gebracht werden, denn nur so kann man der Politik den Handlungsbedarf bei der Strafverfolgung beim Diebstahl schmackhaft machen.“

ÜBER DEN SINN VON ANZEIGEN

Wenn man weiß, dass die Aufklärungsquote bei Ladendiebstählen unter zwei Prozent liegt, stellt sich demge-

genüber allerdings schon die berechtigte Frage nach dem Sinn einer Anzeige. Denn ein bloßes Aktenzeichen bringt nicht einen einzigen Verlust zurück. Tankstellenbetreiber müssen Personen beschreiben und den „schwierigen“ Videobeweis für diejenigen Kunden erbringen, die Shopartikel oder getankten Kraftstoff an der Kasse nicht bezahlten. Dieser enorme Aufwand und die geringe Aufklärungsrate führen meist dazu, keine Anzeige zu erstatten, stattdessen die Kosten selbst zu tragen oder/und die Preise im Tankstellenshop zu erhöhen. Auf keinen Fall sollte Selbstjustiz ein Fall für alle Fälle werden. Wenn ein Tankstellenunternehmer der „Beute“ selbst hinterher jagt, weil er inzwischen weiß, wer der Betrüger war und wo er polizeilich gemeldet ist, muss er ihn nicht zwangsläufig „besuchen“. Denn völlig unklar bleibt das Motiv – etwa vergessen, zu bezahlen oder bewusst betrogen. Und unklar bleibt vor allem, was ihn hinter einer sich öffnenden Wohnungstür erwartet. Die offensichtliche Konsequenz: Die durch Ladendiebstahl entstandenen Kosten werden einerseits



den ehrlichen Kunden auferlegt, da in erster Linie die Verkaufspreise erhöht werden. Andererseits bleibt der entstandene Verlust beim Tankstellenunternehmer.

AN DER SÄULE GEHT'S INS GELD

Finanziell deutlich empfindlicher trifft es Tankstellenunternehmer, wenn Kunden auf dem Tankfeld an der Zapfsäule vorsätzlich – wie geplant auch immer – betrügen. Die entstandenen Einnahmeverluste sind in der Regel um ein Vielfaches höher als Ladendiebstähle im Shop.

Und auch dabei gehen Kriminelle trotz immer besser auflösender Videotechnik sowohl am Tag als auch besonders in den Nachtstunden zunehmend professioneller vor. Falsche Kennzeichen, das Bezahlen lediglich von prominenten Süßwaren aus dem Umfeld des unmittelbaren Kassentresenbereichs, Ablenkung durch inszenierte Verkaufsgespräche oder eine bewusst falsche Säulennummeransage bringen Irritation und Verwirrung, auch Verwechslung für das Kassenspersonal unter Ausnutzung völlig überraschender, im Grunde ahnungsloser Situationen. Das Resultat: Im Handumdrehen wurde im Wert von vielleicht Einhundert Euro oder noch mehr betrogen, da der getankte Kraftstoff beim Bezahlvorgang unberücksichtigt blieb.

NOTWENDIGES KAUM MACHBAR

Die rechtskonformen Empfehlungen dafür, bei Verdacht nicht so, sondern so und so vorzugehen, lesen sich zumindest für die Basics in der Theorie logisch, sind je-

doch in der täglichen Praxis für eine Tankstelle – ganz ehrlich – wohl kaum zu machen: lückenlos beobachten, direkt ansprechen, vorläufig festnehmen und Identität prüfen, zudem protokollieren und anzeigen. Soweit bekannt, gibt es in Tankstellenshops weder sichtbare noch unsichtbare Detektive. Da nutzt ganz offensichtlich auch das Wissen des Tankstellenunternehmers über die Gesetzeslage nicht, die in § 242 Strafgesetzbuch wie folgt geregelt ist: Wer eine fremde bewegliche Sache einem anderen in der Absicht wegnimmt, die Sache sich oder einem Dritten rechtswidrig zuzueignen, wird mit Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder mit Geldstrafe bestraft. Und selbst der Versuch ist strafbar. Statt der Aufgabe von Anzeigen füllen Verkäufer dann sogenannte „Flitzerprotokolle“.

UNTERSCHÄTZTE GEFAHREN

Betrug gibt es in allen Lebensbereichen, so auch im klassischen Einzelhandel und damit völlig fraglos auch an Tankstellen. Er wird – das ist ganz offensichtlich – als gegenständliche, zumeist überraschende Gefahr oft unterschätzt. Typischerweise wird dabei die Leichtgläubigkeit des Verkaufspersonals ausgenutzt und zugleich ihnen gegenüber zeitlicher Druck ganz bewusst eingerechnet. Betrogen wird beispielsweise mit Kassenbelegen, bei Bargeldwechsel durch Ablenkung, mit zuvor gestohlenen EC- oder Kreditkarten oder unter der Kleidung versteckte Waren.

An Tankstellen wird sehr oft auch getäuscht. Eine Täuschung liegt vor, wenn der Täter dem Opfer falsche Tatsachen vorspiegelt oder wahre Tatsachen entstellt oder auch unterdrückt [§ 263 Strafgesetzbuch]. „Wir hatten mehrere Fälle, beschreibt Rolf Geckle, ehemaliger Polizeibeamter und Detektiv, zugleich Dozent an der Verwaltungshochschule Karlsruhe anlässlich des EHI Inventur- und Sicherheitskongresses 2026 im Juni in Köln, dass jemand an die Tankstelle fährt, das Auto betankt und dann in den Shop geht, um zwei Schachteln Marlboro bittet und diese unbar mit der Karte bezahlt. Anschließend verlässt er die Tankstelle mit dem vollgetankten Fahrzeug wieder.“

GROSSES URSACHENSPEKTRUM

Die Gründe für Inventurdifferenzen sind – dies ist ja auch kein Geheimnis – deutlich vielschichtiger. Dazu zählen sowohl interner als auch logistischer Schwund, tatsächlicher Bruch und zugleich Verwaltungsfehler im Backoffice. Während die Schuldigen für internen

AdobeStock
KI generiert



Schwund meist durch das eigene Personal und Lieferanten der Tankstelle verursacht werden, entstehen Fehler in der Verwaltung in der Regel dadurch, dass Artikelpreise falsch ausgezeichnet und fehlerhaft gescannt wurden oder auch Warenzugänge unwahr eingepflegt und Sortimentsbestände tatsachenfremd erfasst wurden. Derartige menschengemachte, meist versehentlich entstandene Fehler im Backoffice sind wohl nicht immer zu vermeiden, sollten jedoch aufgrund von Permanentinventuren im laufenden Geschäftsjahr relativ schnell auffallen. Dazu zählen dann unbedingt auch die tagesaktuellen Abschriften aus dem Bistro und deren korrekte wertmäßige Erfassung. Eine akkurat geführte Warenwirtschaft ist Voraussetzung für die Wirtschaftlichkeit einer Tankstelle.

PRÄVENTIVES VORGEHEN GEHT NICHT FÜR „LAU“

Die Entwicklung von Technik und der inzwischen hohe Grad an Funktionalität der Systeme lassen längst mehr als gute Möglichkeiten zu, um Diebe und Betrüger einfacher sowie ziel- und auch rechtssicher zu überführen, um eine respektable Aufklärungsrate zu erzielen.

Jedoch kostet Prävention auch Geld. So ist eine ganzheitliche, kameragestützte Absicherung des gesamten äußeren Tankstellenareals, im Shop und im unmittelbaren Verkaufsbereich eine Möglichkeit. Tankstellen, die ihren Kunden Convenience auch außerhalb der Öffnungszeiten mit einem Smart Store bieten, brauchen zudem Kamera- und Monitortechnik für den Self-Check-Out-Bereich, um sowohl Diebstahl und als auch Manipulation durch Kunden

Die Zahl der Raubüberfälle auf Tankstellen pro Kalenderjahr schwankte in den vergangenen sieben Jahren kaum und betrug in 2025 laut polizeilicher Kriminalstatistik 497 Fälle. Unter der Annahme von derzeit rund 14 300 Tankstellen war jede 29. Tankstelle betroffen.



*Frank Horst, Leiter des
Forschungsbereichs
Inventurdifferenzen &
Sicherheit
@EHI*

zu entdecken. Empfehlenswert ist ein gut durchdachtes und für den jeweiligen Standort der Tankstelle passendes Konzept – situationsbezogene Aufnahmetechnik, Datenschutz, Wachzentrale, Wachdienst etwa. Was sich allgemein mit Blick auf eine lückenlose Beobachtung gut in der Theorie darstellen lässt, bedeutet in der Praxis etwa mit Blick auf den Außenbereich tatsächlich alles – Fenster, Türen, Zäune – von Kameras überwachen zu lassen und im besten Fall sensible Schnittschnellen mit Einbruchmeldesensoren – Glas und Rahmen der Fenster – auszustatten. Hinzu kommen Kassenbereich, Büro- und Aufenthaltsräume, die Wareneingangsbereiche, der Tresorraum. Sinnvoll scheint auch die Installation von Lautsprechern. Betrüger und Diebe agieren vor allem in unbemerkten, ja unbeobachteten Situationen und nicht selten im Schutz der Dunkelheit. Alle Kameras, die außerhalb des Shops installiert sind, sollten zu einer Wachzentrale aufgeschaltet sein.

AUS SICHEREM GRUND

Die Gründe für ein derartiges kameragestütztes Vorgehen liegen auf der Hand – Abschreckung, gezielte Nachverfolgung von Tatverdächtigen, Aufdecken von Diebstählen und Manipulationen beispielsweise, Ver-

hinderung von Einbrüchen und Vandalismus. Ein gutes Kamerakzept dient darüber hinaus dazu, Diebstahl und Manipulation in Self Check Out-Arealen zu verringern, etwa – sofern vorhanden – den vollständig personalunabhängigen Smart Store Qwick24, um den Kunden Einkäufe rund um die Uhr und an jedem Tag des Jahres zu ermöglichen. Eine weitere Option für Tank-

„Bodycams können ein Werkzeug im Koffer für mehr Sicherheit sein.“

CHRISTIAN WIGGER, GESCHÄFTSFÜHRER WIGGER BAUMARKT

stellen können KI-gestützte Kamerakonzepte sein, um in der Verkaufspraxis Gesichts- und Warenerkennung zu ermöglichen.

DAS DRITTE AUGE

Eine ganz anderer möglicher, durchaus zu überlegender Lösungsansatz, um Betrug im Tankstellenshop zu verhindern und zugleich die Sicherheit des eigenen Personals zu erhöhen, kann der Einsatz von Bodycams



AdobeStock 83717786
@Robert Kneschke

sein. Was in Großbritannien schon längst praktiziert wird, muss im deutschen Einzelhandel wohl noch mehr Bühne bekommen. Zugleich braucht ein derart tiefer Einschnitt in die Verkaufswelt wichtige Antworten auf berechnete Fragen: Wie reagieren Kunden und auch eigene Mitarbeiter beispielsweise darauf, wenn eine eingeschaltete Kamera am Körper des Gegenüber getragen wird? Was muss bei einem praktischen Einsatz von Seiten des Datenschutzes beachtet werden? Was ist diesbezüglich in Deutschland überhaupt machbar? Bringt diese sichtbare Präsenz tatsächlich deeskalierende Situationen und damit Sicherheit? Bereits vor zwei Jahren testete Christian Wigger, Geschäftsführer von Wigger Baumarkt in Kooperation mit der peicom GmbH, einem Unternehmen, dass unter anderem Bodycams von Motorola für mehr Sicherheit im Einzelhandel anbietet. Die Vorteile liegen auf der Hand – Sicherheit und Schutz für Personal und Kunden, Aufzeichnung von Ereignissen, Diebstahlprävention.

Fazit: Inventurdifferenzen haben vielschichtige Gründe. Um sie zu bekämpfen, müssen die Fehlerquellen ermittelt werden. Falsche Entnahmedokumentationen durch unterschiedliche Anlässe, etwa Schwund durch Diebstahl, fehlerhafte Bestandserfassung sowie Kassen- und Inventurfehler seien stellvertretend genannt. Durch den Einsatz verschiedener Maßnahmen gegen Inven-

turdifferenzen – Diebstahlschutz, Einsatz moderner Überwachungstechnik sowie im Innen- als auch im Außenbereich und die Ausrüstung des Personals mit Bodycams sind gute Möglichkeiten, auf der Grundlage eines durchdachten präventiven Sicherheitskonzepts gegen Diebstahl und Inventurdifferenzen. Da die Fallzahlen an räuberischen Diebstählen von Waren, Betrug und Täuschung sowie auch körperlichen Übergriffen steigen, sollte die Sicherheit als Kostenfaktor und eben nicht als Investment gesehen werden. Konrad Adenauer sagte bereits vor über sieben Jahrzehnten: „So ernst die Lage ist, sie ist nicht verzweifelt, sie ist nicht hoffnungslos.“ [Rundfunkrede im Schloss Bellevue nach dem Scheitern der Berliner Außenministerkonferenz am 23. Februar 1954]. Dies war seinerzeit zwar ein politischer Kontext, lässt sich jedoch auf die derzeitige Inventur- und Sicherheitssituation an Tankstellen durchaus übertragen.

Nach Einschätzung der Kriminalitätsentwicklung im Handel des EHI nahmen in 2026 der allgemeine Kundendiebstahl und der organisierte Ladendiebstahl sowie die Gewaltbereitschaft potenzieller Täter deutlich zu.



INVENTURDIFFERENZEN + SICHERHEIT

Studie: Inventurdifferenzen 2026 (PDF)



Studie: Inventurdifferenzen 2026 (PDF)

Autorin: Frank Horst
ISBN: 978-3-87257-641-5
Format: Digital

465,00 € zzgl. MwSt.
Preis für Mitglieder: 0 € zzgl. MwSt.

LESEPROBE ZUR BESTELLUNG



CADIS | THE FUTURE OF CARWASH



Christ
WASH SYSTEMS



Standort Tankstellen- gastronomie

Besser gemacht, lohnt

TEXT | BILD: BERND FIEHÖFER

Die Handelsgastronomie entwickelte sich in den vergangenen Jahren an vielen Tankstellen von einer „einfachen“ Unterwegsversorgung hin zu einem erstklassigen Foodservice-Geschäft. Nach dem Vorbild klassischer Gastronomie schuf man äußerst kundenfreundliche Verweilbereiche und Restaurants, in denen großartige, leckere Arrangements für jeden Hunger und für jeden Geschmack Appetit machen. Warum es sich lohnt...

„Die Handelsgastronomie ist mittlerweile viel mehr als die Versorgung beim Einkauf. Sie ist für Menschen ein Grund, länger zu verweilen und auch natürlich, wie man ein Unternehmen wahrnimmt“, sagt Paulina Ullrich, Leiterin Forschungsbereich Handelsgastronomie bei der EHI Retail Institute GmbH. „Gleichzeitig bewegt sich die Handelsgastronomie auch in einem sehr anspruchsvollen Umfeld. Denn wir Menschen werden preissensibler, wir wollen Qualität, wir wollen Geschwindigkeit.

MARKT UND TANKSTELLE

Ein Blick auf die aktuelle Marktsituation, auf Trends und Best Practice lohnt, um seine eigenen Geschäfte im globalen Markt der Gastronomie einordnen zu können und auch vielversprechende Ideen im gastronomischen Bereich der eigenen Tankstelle umzusetzen. Denn die

Handelsgastronomie erreichte in 2025 ein neues Rekordniveau mit einem realen Wachstum von 7,1 Prozent. Im aktuellen Jahr 2026 werden 4,3 Prozent Umsatzsteigerung erwartet, wie die neue EHI-Studie „Handelsgastronomie in Deutschland 2026“ zeigt. Der erzielte Branchenumsatz stieg auf respektable 13,29 Milliarden Euro. „Die Handelsgastronomie begegnet dem anhaltend schwierigen Konsumklima mit attraktiven Preis-Leistungsangeboten“, beurteilt Paulina Ullrich die Lage. Sie sagt weiter: „Gleichzeitig profitiert sie von deutlichen Preisvorteilen gegenüber dem übrigen Außer-Haus-Markt und spricht insbesondere das ausgabefreundliche ältere Publikum an.“ Dahinter steht eine enorme Entwicklung hin zu einem strategisch bedeutsamen Geschäftsbereich im Einzelhandel. Äußerst interessant dabei ist, dass nicht nur der Lebensmitteleinzelhandel den größten Anteil

am Umsatz inne hat, sondern Tankstellen Platz 3 mit einem Umsatzanteil von 9,5 Prozent belegen. Der aktuellen EHI-Studie zufolge wird vor allem dort Wachstum erwartet, „wo Gäste schnell, unkompliziert und flexibel versorgt werden. An erster Stelle dabei stehen das To-Go sowie das Snackgeschäft. Es folgen Take-away und das Mittagessen mit 51,9 Prozent.“ [Quelle: EHI-Studie 2026]

FÜR DIE ORIENTIERUNG

Mit Blick auf die Konsumzeiten in der Handelsgastronomie steht fest: Der Mittag bleibt das Kerngeschäft, sein Umsatzanteil: 59,8 Prozent, Snacks sind eine bedeutsame Umsatzquelle – durchschnittlicher Umsatzanteil – 17,5 Prozent. Durchaus interessant in diesem Kontext ist der Durchschnittsbon je Kunde beziehungsweise Gast – 5,78 Euro – und dessen Verweildauer von durchschnittlich 17 Minuten. Die EHI-Studie zeigt zudem die am meisten verkauften Speisen und Getränke – Frikadellen, Wurst beziehungsweise Currywurst und kalt belegte Brötchen

sowie alkoholfreie Getränke und Softdrinks, Kaffee und Kaffeespezialitäten sowie Energy Drinks. Warum es sich in der für Tankstellen typischen Handelsgastronomie unter anderem mit Blick auf die gestiegenen Preise in nahezu allen Bereichen des Konsums und im Zuge zunehmend preisbewussterer Entscheidungen mehr als lohnt, zeigt ein beispielhafter Preisvergleich zwischen Handelsgastronomie und den übrigen OOH-Markt [Out-of-Home]: Während im Segment Wurst/Currywurst der Preisunterschied bei plus 114,2 Prozent (!) liegt – 2,27 Euro zu 4,86 Euro, macht er im Segment Pasta-Gericht 80,5 Prozent aus – 5,87 Euro zu 10,60 Euro. [Quelle: YouGov]. Dass es entgegen diesen Tatsachen jedoch auch völlig andere aktuelle Beispiele gibt, ist unbestritten. Wenn etwa an Autobahn-Raststätten eine labbrige, gut durchgewässerte Bockwurst aus dem Würstchenwärmer für 4,99 Euro angeboten wird, entstehen nicht nur Fragezeichen hinter der Stirn eines Kunden. Das Besondere daran ist jedoch, dass sie dennoch – egal wie gut oder

i

Der Forschungsbereich im EHI Retail Institute wird demnächst zehn Jahre alt. Grund genug, eine neue Konsumentenstudie gemeinsam mit Vertretern, Partnern und Unternehmern des Einzelhandels zu machen.

Empfehlungen für erfolgreiche Verkäufe – Top Five:

- **Gesundes Handeln vereinfachen:** Konsumenten wollen Orientierung statt zusätzlicher Recherche. Maßnahme: Gesundheitswelten statt Einzelsortimente.
- **Gesundheit bezahlbarer inszenieren:** Preis bleibt die zentrale Kaufbarriere. Maßnahme: preiswerte gesunde Alternativen hervorheben.
- **Healthy Convenience ausbauen:** Verbraucher wünschen sich gesunde, schnelle und unkomplizierte Lösungen. Maßnahme: Frühstücks-, Lunch- und Snack-Momente besetzen.
- **Genuss und Gesundheit gemeinsam verkaufen:** Gesundheit gewinnt nicht gegen, sondern mit Genuss. Maßnahme: Genuss als festen Bestandteil gesunder Ernährung inszenieren.
- **Bedürfnisse statt Trends managen:** Dauerhafte Bedürfnisse liefern nachhaltiges Wachstum. Maßnahme: dauerhafte Shopper-Bedürfnisse vor Hypes stellen.



schlecht sie schmeckt – gekauft wird, da – auch das ist ganz offensichtlich – andere warme Speisen demgegenüber ein Vielfaches kosten. Unverständlich in diesem Zusammenhang bleibt, warum Kunden immer wieder bereit sind, sich über den viel zitierten Tisch ziehen zu lassen.

PRÄZISION UND GESUNDHEIT FÜR DIE ZUKUNFT

Bleiben wir bei weniger Trostlosem und blicken stattdessen in eine bessere Zukunft. Der aktuellen EHI-Studie zufolge wird es in den nächsten drei Jahren vor allem dort Wachstum geben, wo Kunden und Gäste schnell,

unkompliziert und flexibel versorgt werden – sowohl im Snack- und To-Go-Geschäft als auch im Take-away- und Mittagsgeschäft. Parallel dazu werden sich in den kommenden zwei bis drei Jahren die Formen der Ernährung ändern. Immer wichtiger werden High Protein-Produkte und funktionale Ernährung. Die Rede ist beispielsweise von Vitamin-Drinks und probiotischen Joghurts, deren Bestandteile aus frischen Lebensmitteln und zusätzlich etwa aus Vitaminen und probiotischen Milchprodukten bestehen. Allesamt Produktinnovationen, die äußerst proteinhaltig sind und sättigen.

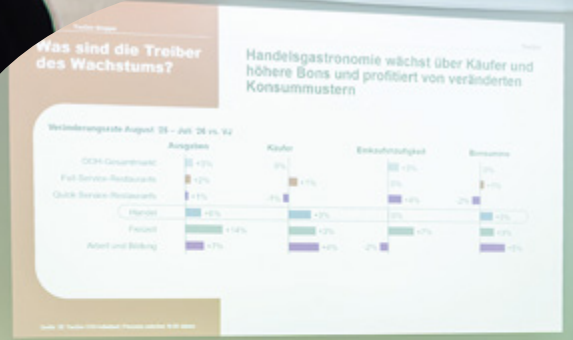


„Wir brauchen Menschen, die unser Konzept besser machen. Wie können wir Menschen für die Gastronomie begeistern. Beides wünsche ich mir sehr.“

SEBAHAT Y. DOGAN

Menschen werden sich gesünder und funktioneller ernähren. Sie werden sich von Trends in der Küche leiten lassen – internationale, im Besonderen asiatische und Gerichte aus der klassischen Küche [Hausmannskost]. Menschen entscheiden sich zunehmend für gesunde alkoholfreie Drinks. Iced Coffee Drinks gehören vor allem dazu. Dass gesundes Essen und Trinken im Alltag der Konsumenten immer wichtiger werden, ist ganz offensichtlich. Die Aufgabe dabei wird sein, Gesundheit, hochwertige Lebensmittel, Geschmack, Vertrauen und vor allem Hospitality so zu connecten, dass daraus ein alltagstaugliches Gastrono-

miekonzept entsteht. „Qualitätsgetriebene Gastronomie braucht eine bewusste Balance aus Anspruch, Zugänglichkeit und Wirtschaftlichkeit“, sagt Michaela Loredana Lungu, Founder von LYV Longevity Café in Wien. Sie sagt dazu auch: „Nicht jedes Konzept muss ein Longevity Café sein, aber jedes Konzept kann Gesundheit leichter, verständlicher und attraktiver machen.“ Vor allem, weil viele Menschen gesundheitsbewusster leben wollen und längst gut informiert sind. Deswegen braucht es zunächst einmal vor allem Vertrauen zu Zutaten, Herkunft und Qualität der Produkte. Michaela Loredana



„Ich habe den Anspruch, Dinge zu tun, die mir Spaß machen. Es ist mein Leben.“

SEBAHAT Y. DOGAN

Lungu formuliert einen möglichen Leitgedanken: „Gesundheitsorientierte Gastronomie wird nicht dadurch massentauglich, dass sie lauter über Gesundheit spricht. Sie wird es, wenn Qualität, Funktion und Wohlbefinden so gut in Genuss und Alltag integriert sind, dass sie sich selbstverständlich anfühlen.“

In der Gunst stehen aktuell hochwertige Angebote – gern auch als Bundle – frisch und für Kunden sichtbar zubereitet. Zudem entscheidet über den Kauf Erlebnis und Anlass sowie insbesondere nicht nur die Frische der Produkte, sondern zunehmend ebenso die sichtbare Zubereitung. Selbstverständlich dabei sind längst hochwer-

tige, verfügbare Convenience und Selbstbedienungskonzepte. Letzteres spart Personal und somit Kosten.

KÜNFTIGE ERFOLGSBAUSTEINE

Von neuen Gästegewohnheiten und ihren Potenzialen weiß Sebastian Walter, Senior Consultant YouGov Shopper. Er sieht die Handels gastronomie als Krisenprofiteur. Dennoch stellt er mit Blick auf den YouGov Zukunftssensor von August 2026 fest: „Die Konsumstimmung hellt sich nicht auf und bremst die Erholung. Der Pessimismus bleibt auf hohem Niveau, Optimismus bleibt schwach, jedoch stabil, die Ungewissheit sinkt

leicht und eine Trendwende ist nicht erkennbar.“ So kommt er zu dem Schluss, dass nicht die Finanzlage, sondern die Zukunftserwartung den Konsum belastet... finanzielle Einschnitte und private Budgetknappheit aufgrund der durch den Nahostkonflikt erheblich gestiegenen Lebenshaltungskosten. Mit Blick auf vier vergangene Jahre stiegen die Preise um 23 Prozent. Die logische Folge ist, dass sehr viel preiswerter eingekauft und zu günstigen Produkten gewechselt wird, dazu ein Wechsel hin zu preiswerteren Handelsmarken erfolgt.

JAHRESBEGINNENDE STEUERENTLASTUNG FLOPPT

„Von Januar bis Juli 2026 sind die Auswirkungen des finanziellen Drucks trotz Mehrwertsteuerentlastung zu Jahresbeginn deutlich zu sehen.“ Dennoch wächst der Markt vor allem im Bereich Full-Service-Restaurants, Quick-Service-Restaurants und eben auch im Handel. „Die Handelsgastronomie wächst über Käufer und höhere Bons und profitiert von veränderten Konsummustern.“ Denn: „In Zeiten größerer Zurückhaltung entwickelt sich die Handelsgastronomie robuster als der übrige Markt.“ Jedoch verringert sich der Vorsprung der Handelsgastronomie seit

dem Frühjahr 2026. Schuld daran sind Familien, einkommensschwächere Haushalte und weniger Snacking. Interessant: 71 Prozent der Haushalte verfolgen inzwischen bewusst eine bestimmte Ernährungsform, etwa mit Prä- und Probiotika. Der hochgelobte, ertragsreiche Kaffeegenuss außer Haus bleibt nicht nur stabil, sondern steigt.

PERSONAL UND TECHNIK

Ein geschicktes Personalmanagement ist ohnehin ein Garant für den Erfolg. Vor dem Hintergrund von mehr Service, Umsatz und Motivation werden längst professionelle Softwares gebraucht, die den Personaleinsatz bedarfsorientiert steuern. Sie übernehmen je nach Lage der Dinge den dazu passenden Personaleinsatzplan. Hinzu kommt, dass die Software über die App zugleich die Mitarbeiterwünsche bezüglich ihres Arbeitseinsatzes berücksichtigt. Der entscheidende Vorteil liegt in service- und mitarbeiterorientierenden Dienst- beziehungsweise Schichtplänen getragen von Transparenz sowie Effizienz und wohl auch Zufriedenheit aller Beteiligten. Aus Sicht von NOI Cologne Gründer Geo Sotiriou sind drei Tools wichtig – Wechsel vom Starren zum



DIE SICHT DES PSYCHOLOGEN JENS LÖNNEKER

„Essen und Trinken ist in Deutschland ein Riesenthema“, sagt Jens Lönneker, Geschäftsführer von lönneker & imdahl rheingold salon, einem Marktforschungsunternehmen, das strategische und operative Lösungen auf der Grundlage von tiefenpsychologischen Erkenntnissen entwickelt. Er fragt: „Was motiviert eigentlich Menschen im Umgang mit Essen, was sind die zentralen Hintergründe?“ Er sagt: „Wir essen nie, weil wir nur Hunger und Durst haben. Im Essen steckt immer ein psychologischer Sinn. Man packt es auch immer in einen kulturellen Kontext.“ Er sagt auch: „Früher war Mittag um zwölf für die Familie. Und es wird gegessen, was auf den Tisch kommt. Heute ist es eher so, dass gegessen wird, wenn der Lieferdienst kommt, oder wir gehen in die Handelsgastronomie und bekommen dort sowohl klassische als auch vielleicht koreanische Food.“ Also, es geht um feste Essenzeiten und standardisierte Abläufe. Was nicht mehr gewollt ist, sind zerkochte Kartoffeln, ...stattdessen viel mehr Freiheit, quasi die Eroberung der kulinarischen Welt. Es gibt heute eine große Vielfalt an

Essen und Trinken zu jeder Tageszeit. Wir haben ‚Tischlein, deck‘ dich geschafft. Das Tischlein, deck‘ dich ist heute jedoch in Gefahr. Denn die Fülle bringt ein Übermaß auf den Ebenen, auch bei Klima und Klimafolgen. Die Frage daraus: Was macht dabei der Körper mit mir? Wenn ich heute krank werde, werde ich gefragt...du bist schon wieder erkältet? Hast du einmal darüber nachgedacht, wie du dich ernährst? Es entstehen Schuldgefühle... Die Flexitarier wissen, wie ihre Ernährung sein sollte. Ihr Bekenntnis unter dem Vorbehalt des Fleischkonsums wird legalisiert. Es entsteht eine Zwischenform. Was bleibt, ist die Diskussion über Zucker. Und auch Narrative bleiben... die gute alte Zeit. Was jetzt im neuen Gewand auftaucht, ist Longevity. Aus meiner Sicht ist dies zu harmlos formuliert. Es ist ein altes Wunschbild, das im neuen Gewand auftaucht. Es ist der Wunsch und der Traum von der Unsterblichkeit... rückwärts altern. Das neue Narrativ heißt also Gesundheit und Unsterblichkeit. Dabei werden nun Dragees und Pillen eine vielversprechende Alternative. Jedoch halten dies die Leute nicht lange durch.“



digitalen Kassensystem, ein digitaler Ordersatz und ein Reservierungstool. „Das gibt uns Struktur. Menschen können online reservieren und bekommen eine Aufenthaltsdauer von zwei Stunden am Tisch. Die von uns eingesetzte KI analysiert und zeigt uns, was wir vorher nur gefühlt haben. Sie setzt Daten in Erkenntnisse“, sagt Geo Sotiriou. Er führt überaus erfolgreich im Herzen von Köln im Belgischen Viertel ein italienisches Restaurant mit offener mediterraner Küche. Sein erst in 2024 neu gegründetes Restaurant wurde 2026 auf der Internorga in Hamburg mit dem Hauptpreis ausgezeichnet – „Deutschlands bestes neues Gastronomiekonzept 2026“. Stellvertretend seien zwei Gäste genannt, die wie folgt bewerteten: „Die offene Küche ist ein Erlebnis. Alles

frisch, alles mit Liebe zubereitet.“... und „Fantastisches Essen, aufmerksamer Service und ein Ambiente, das man nicht vergisst.“

BEST PRACTICE AUS DEM OBERSTEN REGAL

Fantastisch ist ein weiteres Best Practice-Beispiel, ein überaus besonderes orientalisches Restaurant im Kölner Stadtzentrum: die Bonaïme Factory. Geschäftsführer Sebahat Y. Dogan erlebte in vielen Jahren wohl alle Facetten der gastronomischen Geschäftswelt. Sein Erfolg gelang vor allem, weil seine inzwischen große Familie ohne Wenn und Aber mit dem Herzen und in ausgesprochen herzlicher, jedoch auch anspruchsvoller Atmosphäre dabei war und ist, vor allem zusammenhält.

ANZEIGEN



TANKSTELLEN

VERSICHERT MAN HIER:

www.tankstellenversicherung.de

Für alle Tankstellenbetriebe, Pächter, Eigentümer, Mineralölhändler oder -konzerne

Nehmen Sie gerne Kontakt mit uns auf.

www.tankstellenversicherung.de

Constantia Vermittlungsgesellschaft für Versicherungen mbH
Standort Köln | Tel.: 02234.40 97 - 00 | koeln@goette-gruppe.de
Standort Hamburg | Tel.: 040.54 80 33 40 - 10 | hamburg@goette-gruppe.de
Versicherungsmakler nach §34d Abs1. Gewerbeordnung

GÖTTE GRUPPE
persönlich. kompetent.



Im Restaurant bietet er gemeinsam mit seinem Team gesunde Speisen mit frischem Gemüse, feinen Kräutern und erlesenen Gewürzen – stets frisch – seinen Gästen eine orientalisch geprägte moderne kurdisch-türkische Küche. Bonaïme Factory arbeitet in einem gläsernen Establishment, das den Gästen besondere Geschmackserlebnisse garantiert. Die wohl entscheidende Frage für

den heutigen Erfolg mit Blick auf den damaligen Start fasst der gute Laune verbreitende Dogan so zusammen: „Wir lebten von Anfang an die Kultur des Mitanpackens und des täglichen Arbeitens. Die ganze Familie packte mit an, ohne dafür Geld zu verlangen. Meine geschäftliche Bühne war daher meine Familie.“



Die Tankstellenbranche braucht vor allem Leidenschaft, insbesondere die Qualität der unterwegsversorgung. Es lohnt, die Verweildauer der Kunden mit erstklassigen Offerten zu erhalten und auszubauen. Es lohnt zudem, in eine vielversprechende Gastronomie zu investieren. Und es lohnt

ebenso, regionale Stärke im Vor-Ort-Wettbewerb zu präsentieren. Gastronomischer Erfolg ermöglicht auch eine adäquate Bezahlung aller Mitarbeiter und bringt besonderes Engagement jedes Einzelnen des Teams. Insofern: Packen wir es an!

ANZEIGEN



EiKO-Europe bietet maßgeschneiderte LED-Beleuchtung für Ihre gesamte Tankstelle – effizient, langlebig und wirtschaftlich.

Ihre Vorteile:

- Mehr Sicherheit & Orientierung
- Geringere Energie- und Betriebskosten

Neu: Teil des eft-Partnernetzwerks.

Jetzt informieren:

 www.eiko-europe.de

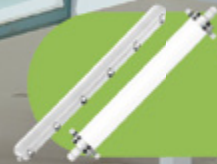


**Tankstellenbeleuchtung aus einer Hand -
Effizient. Zuverlässig. Zukunftssicher.**

Highlights für Ihre Tankstelle - Unsere Top-Produkte im Überblick



STAR Canopy
Tankfeld



Tri-Proof | IP69K
Werkstatt
Waschanlage



STAR Road
Parkplatz & Zufahrt



Downlight CCT
Shop & Office



STAR Flood
Parkplatz & Zufahrt



LED Panel CCT
Shop & Office

Erster Tanke Talk-Award geht nach Lohne

TEXT | BILD: BERND SCHEIPERPETER

Große Freude herrschte bei Ludger und Michael Brämswig, als sie vor ein paar Wochen den ersten Tanke Talk - Award überreicht bekamen.

Der Tanke Talk ist ein von der EFT Einkaufsgesellschaft Freier Tankstellen ins Leben gerufenes Interview- und Gesprächsformat für die Tankstellenbranche, das seit 2025 einmal im Monat auf den Social-Media - Kanälen gepostet wird. Die Idee dahinter ist, Persönlichkeiten aus der Tankstellen- und Conveniencewelt zu Wort kommen zu lassen - Branchenexperten, Tankstellenbetreiber, Lieferanten und andere Partner. Dabei geht es vor allem um deren Erfahrungen, um aktuelle Entwicklungen, neue Geschäftsideen und praktische Lösungen für den täglichen Tankstellenbetrieb.

Aus den ersten 12 Videos konnten nun die Social-Media-Follower der EFT den Gewinner des Awards bestimmen und der ist eindeutig das Familienunternehmen aus dem niedersächsischen Lohne.

„Wir sind unglaublich stolz und freuen uns sehr über diese besondere Auszeichnung. Sie zeigt uns, dass unser täglicher Einsatz, unsere Ideen und unser Weg als innovatives Familienunternehmen wahrgenommen werden“, sagt Michael Brämswig, „dieser Preis ist eine tolle Anerkennung für unser gesamtes Team, unsere Partner und unsere Kundinnen und Kunden, die uns auf unserem Weg begleiten. Gleichzeitig ist es für uns Motivation, weiterhin neue Wege zu gehen und die Zukunft der Mobilität aktiv mitzugestalten“.

Seit Jahrzehnten steht die Ludger Brämswig GmbH für Energieversorgung, Kundennähe und Innovation. Mit modernen Konzepten wie nachhaltigen Kraftstoffen (HVO100), digitalen und convenienten Lösungen und einem Focus auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden (u.a. neuer Smart Store) entwickelt das Unternehmen seine Angebote kontinuierlich weiter.

Das Gewinner-Video ist auf den Social-Media-Kanälen der eft abrufbar.



Fresh+Tasty

Das Foodservice Konzept für die Tankstelle



Das + für unsere Kund:innen



Gönn dir, was **gut** ist.

Bei Interesse wenden Sie sich gerne an Ihren/Ihre Lekkerland Ansprechpartner:in.



Ein Jahrhundert Firmengeschichte

Die Peter Stolz GmbH in Gillenfeld / Vulkaneifel

TEXT | BILD: PETER STOLZ GMBH | FOTO GOSSLER, STELLA TREIMETTEN, YVONNE THOMAS

Was vor 100 Jahren begann, ist heute ein starkes Fundament. Landwirtschaft, Handel und Energie - getragen von Vertrauen und Zusammenarbeit.

Unser bft-Mitglied, die Peter Stolz GmbH in Gillenfeld/ Vulkaneifel feierte am letzten Juniwochenende ihren 100. Geburtstag.





*Die bft-Tankstelle der
Peter Stolz GmbH*

EIN RÜCKBLICK:

Gegründet wurde die Firma 1926 als Landhandelsunternehmen in Gillenfeld. Waren wie Landesprodukte, Kraft- und Futtermittel, Kunstdünger sowie Baumaterialien wurden per Güterzug und später mittels LKW vertrieben.

In den Kriegsjahren spielte die Firma Stolz eine wichtige Rolle in der Nahrungsversorgung und galt somit als systemrelevant, was zur Folge hatte, dass Mitarbeiter - durch

persönlichen Einsatz von Peter Stolz beim Wehrmeldeamt - nicht an die Front abkommandiert wurden, damit sie den Geschäftsbetrieb aufrechterhalten konnten.

Kurze Zeit nach dem 2. Weltkrieg gründete Peter Stolz 1946 zudem eine Niederlassung im zerstörten Wittlich, einer Kleinstadt zwischen der Eifel und dem Moseltal gelegen, welche bis heute besteht.

Der Fuhrpark zum
Transport von Diesel,
Heizöl und Futtermitteln



Bereits 1955 - mittlerweile ersetzen Traktoren Pferde und Ochsen - wurde neben dem Landesproduktengeschäft das Landmaschinengeschäft eröffnet. Binnen drei Jahren verkaufte die Firma Stolz rund 200 EICHER-Schlepper, welche sie neben dem Fabrikat LANZ vertrieb.

Die heutige bft-Tankstelle wurde bereits vor über 70 Jahren - im Jahr 1965 - eröffnet. Ebenso stieg Stolz in den 60ern in den Vertrieb von Heizöl ein - neben den bisherigen Brennstoffen Kohle, Koks, Briketts und Diesel.

In den 70er Jahren investierte die Firma in den Landhandel. Der Betrieb konnte um eine leistungsstarke Getreideerfassungsanlage, Silo-LKWs, eine Lagerhalle für Dünger, eine Trocknungsanlage für Getreide sowie um Rund- und Ecksilos erweitert werden.

Auch in puncto Ökologie setzt Stolz seit den 90ern immer wieder Wegmarken. Als 1995 die Tankstelle in Gillenfeld als eine der ersten Tankstellen in Rheinland-Pfalz mit einer Biodiesel-Zapfsäule erweitert wurde, reiste eigens dazu sogar der damalige Wirtschaftsminister Rainer Brüderle aus Mainz an.

In den Jahren 2000 und 2001 wurde die bft-Tankstelle um- und ausgebaut sowie eine moderne Waschanlage errichtet.

Seit 2007 betreibt die Firma Stolz zudem als Agenturgeber eine Tankstelle in Kröv/Mosel.

Während der Coronazeit erfuhr die Tankstelle in Gillenfeld erneut einen modernen Umbau des Shops sowie eine Sortimentsanpassung.

Der heutige Fokus der Peter Stolz GmbH richtet sich auf den Agrarhandel sowie das Mineralölgeschäft mit der bft-Tankstelle, dem eigenen Fuhrpark und einem zentralen Treibstofflager.

Derzeit beschäftigt das Unternehmen 17 Mitarbeiter und wird in dritter Generation geführt. Der Firmensitz ist seit 100 Jahren die Bahnhofstraße in Gillenfeld.

Aktuelle Infos mit vielen Fotos und Hintergründen finden sich auf der Facebookpräsenz der Firma Stolz.



Luftaufnahme des
Betriebsgeländes



Blick ins Festzelt anlässlich des Firmenjubiläums am 27.06.26



Das Team der Firma Stolz



Überreichung der IHK-Ehrenurkunde (von links): Marcus Hormes (IHK Trier), Gesellschafter Richard Stolz, Geschäftsführer Walter Lorenz und Landrätin des Landkreises Vulkaneifel Julia Gieseking.

E-Zigaretten:

Neue Potenziale für den Shop

TEXT | BILD: LEKKERLAND SE | YARRRRRRBRIGHT / WWW.SHUTTERSTOCK.COM

E-Zigaretten haben sich längst vom reinen Zusatzartikel neben Zigaretten und klassischen Tabakwaren gelöst. Pods, Liquids und wiederverwendbare Geräte prägen das Einkaufsverhalten inzwischen deutlich mit.

In Tankstellen-Shops umfasst das Tabak-Regal heute deutlich mehr als nur klassische Tabakwaren. Zigaretten bleiben zwar ein bedeutender Umsatzfaktor, doch die Kategorie ist spürbar breiter geworden: E-Zigaretten, Pods und Liquids ergänzen das Angebot und schaffen zusätzliche Verkaufschancen.

Gerade deshalb lohnt sich ein regelmäßiger Blick auf das Sortiment: Welche Artikel werden besonders stark nachgefragt? Welche Bereiche wachsen, welche verlieren an Relevanz? Wer die aktuellen Entwicklungen bei E-Zigaretten kennt, kann das Angebot im Shop gezielt steuern und neue Potenziale rechtzeitig nutzen.

MEHRWEG SORGT FÜR ZUSÄTZLICHE DYNAMIK

Am deutlichsten zeigt sich der aktuelle Trend im Mehrweg-Bereich. Dazu zählen sowohl Geräte mit bereits befüllten Pods als auch offene Systeme für Liquids. Vor allem Pods entwickeln sich zu einem wichtigen Umsatzbringer: In Tankstellen-Shops machen sie bereits mehr als die Hälfte der Umsätze mit E-Zigaretten aus.

Auch Liquids gewinnen deutlich an Bedeutung: An Tankstellen hat sich der Umsatz innerhalb eines Jahres nahezu verfünffacht. „Es lohnt sich daher, neben einer breiten Auswahl an Pods auch Liquids anzubieten“, sagt Christian Kurth, Manager Category Tobacco bei Lekkerland.

GESCHMACK SCHAFFT KAUFANREIZ, MARKE SCHAFFT BINDUNG

Bei der Entscheidung für eine E-Zigarette ist die Geschmacksrichtung ein zentrales Kriterium. Viele Nutzer:innen haben ein bevorzugtes Aroma und wählen dieses immer wieder. Zugleich bleibt rund die Hälfte der Käufer:innen einer bestimmten Marke verbunden.

Für Tankstellen-Shops heißt das: Ein überzeugendes Sortiment braucht Breite. Es sollte die relevanten Marken enthalten und zugleich genügend Geschmacksvarianten bieten, damit Kund:innen ihr bevorzugtes Produkt verlässlich vorfinden.

Fünf Ansätze für mehr Umsatz im Shop:

- 1) Mehrwegprodukte aufmerksamkeitsstark platzieren.
- 2) Pods und Liquids durchgehend ausreichend bevorraten.
- 3) Topsorten verlässlich verfügbar machen.
- 4) Verbundkäufe aktiv anstoßen.
- 5) Umsteiger:innen mit passender Beratung unterstützen.

VIELE DAMPFER:INNEN NUTZEN WEITERHIN AUCH ZIGARETTEN

Besonders stark nachgefragt werden E-Zigaretten von Erwachsenen unter 40 Jahren. Viele aus dieser Gruppe haben zuvor klassische Zigaretten konsumiert. Ein wesentlicher Beweggrund für den Wechsel ist der Wunsch, Kosten zu senken.

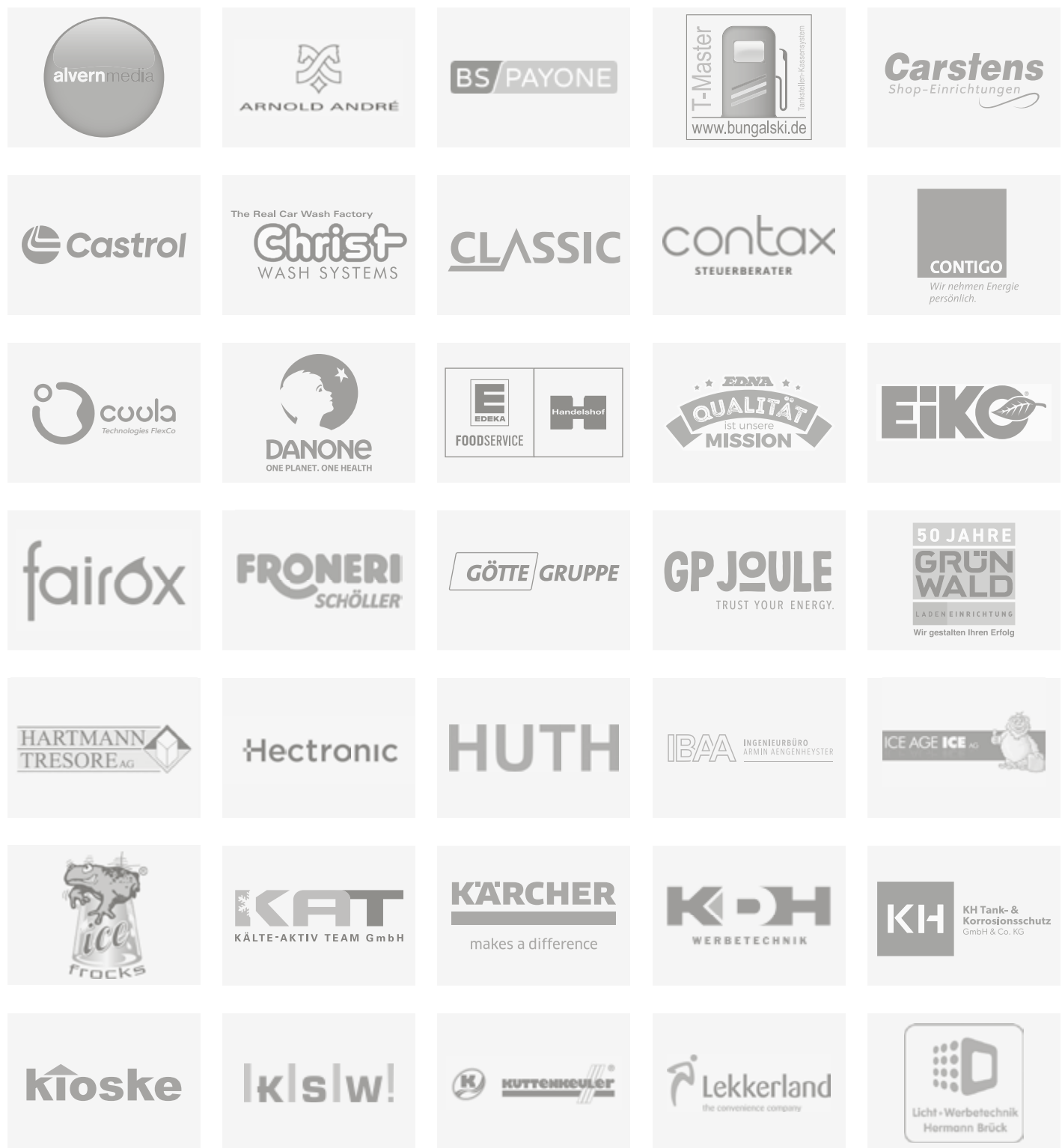
Der Umstieg auf die E-Zigarette bedeutet allerdings nicht automatisch, dass klassische Zigaretten keine Rolle mehr spielen. Knapp 60 Prozent verwenden bei-

de Produkte parallel. Welche Variante genutzt wird, ist oft situationsabhängig: unterwegs häufiger die E-Zigarette, in geselliger Runde oder am Wochenende eher die klassische Zigarette.

„Dieses flexible Konsummuster ist inzwischen fest etabliert. Unsere Befragungen zeigen, dass Frauen E-Zigaretten häufiger bei sozialen Gelegenheiten verwenden, während Männer eher zur Entspannung oder als Belohnung dampfen“, sagt Christian Kurth von Lekkerland.



Die EFT-Empfehlungslieferanten – mehr dazu unter:



www.eft-service.de/partner



THE
MAGNUM
ICE CREAM COMPANY

MADIC
Deutschland

MMV Bank

MMV Leasing

PETEC

PETRONAS

**pro
Jape**
DEUTSCHLAND

PWM[®]



Roadrunner

SCHEIDT & BACHMANN



SELGROS



S-IQ

DER SHOPPENRICHTER



DR. C.
SOLDAN

SONAX[®]

STRACKE
Ladenbau – Möbelbau

thion
Einrichtungsideen mit System

TSG

UTB
ABSCHIEDERSERVICE

WÄCHTER
GROUP 24/7
IMMER FÜR SIE IM EINSATZ.

**Wash
Tec**

WEAT

DEIN SPEZIALIST FÜR BAUPROJEKTE UND GEBÄUDESTRUKTUREN

witas
der Einkaufspartner
für Tankstellen + Autowaschbetriebe

WMF



einkaufsgesellschaft
freier tankstellen



Fahrzeugreinigung neu gedacht:

Effizienz, Komfort und
digitale Lösungen

TEXT | BILD: ALFRED KÄRCHER VERTRIEB-GMBH

A photograph of a car wash interior. A silver car is positioned on a conveyor belt, moving through a series of large, rotating brushes. The scene is illuminated by bright, overhead lights, creating a high-contrast environment. The car's license plate is visible and reads 'WN AK 818'.

Entdecken Sie Fahrzeugreinigung auf einem neuen Level: Sie benötigen flexible Fahrzeugwaschsysteme, die wirtschaftlich, effizient und zugleich ressourcenschonend arbeiten? Moderne Reinigungslösungen für PKW und Nutzfahrzeuge bieten weit mehr als nur saubere Fahrzeuge: Sie sorgen für optimierte Abläufe, zufriedene Kunden und wirtschaftliche Betriebskonzepte. Mit kompletten Systemlösungen für die Fahrzeuginnen- und außenreinigung lassen sich Waschergebnisse erzielen, die überzeugen – egal ob im Autohaus, an der Tankstelle oder im Waschcenter.



WIRTSCHAFTLICHE REINIGUNG MIT HOHER DURCHLAUFRATE.

Portalwaschanlagen zählen zu den effizientesten Lösungen für die professionelle Fahrzeugwäsche. Sie ermöglichen eine wirtschaftliche Reinigung bei gleichzeitig hoher Produktivität und liefern konstant überzeugende Ergebnisse, für Betreiber ebenso wie für deren Kunden. Dabei bieten unterschiedliche Modelle ideale Lösungen für verschiedenste Anforderungen.

KOMFORT UND NEUE MÖGLICHKEITEN FÜR KUNDEN.

Digitale Technologien verändern auch das Waschgeschäft. So können digitale Services beispielsweise mobiles Bezahlen und die einfache Buchung von Waschprogrammen ermöglichen. Kunden wählen ihre Fahrzeugwäsche künftig dank Pay&Wash ganz bequem per App aus oder bezahlen kontaktlos – ein zusätzlicher Komfort, der Wartezeiten reduziert und neue Zielgruppen anspricht. Gleichzeitig eröffnen digitale Systeme Möglichkeiten für Aktionen, Bonusprogramme oder individuelle Angebote. Moderne Lösungen wie das Online-Managementsystem K!Connect ermöglichen es Betreibern, ihre Anlagen effizient zu organisieren und gleichzeitig das Kundenerlebnis deutlich zu verbessern.

INTUITIVE BEDIENUNG UND MODERNES BEZAHLEN.

Ein wichtiger Bestandteil moderner Waschparks ist ein komfortables Start- und Bezahlssystem. Lösungen wie K!Control ermöglichen eine besonders einfache Bedienung der SB-Waschanlage und führen den Kunden intuitiv durch den Waschprozess. Über ein übersichtliches Bedienpanel mit großem Display können Waschprogramme schnell ausgewählt werden.

Moderne Bezahlssysteme unterstützen dabei sowohl klassische als auch digitale Zahlungsmethoden und sorgen für ein komfortables und zeitgemäßes Wascherlebnis.

FAZIT

Innovative Fahrzeugreinigungssysteme verbinden leistungsstarke Waschtechnik mit digitalen Services und nachhaltigen Konzepten. Für Betreiber bedeutet das effiziente Prozesse, zufriedene Kunden und eine zukunftssichere Investition in Ihr Waschgeschäft.



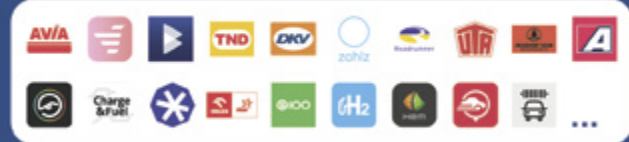
ANZEIGEN

MOBILE PAYMENT MIT WEAT

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

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

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



WEAT

DER SPEZIALIST IM BARGELDLOSEN ZAHLUNGSVERKEHR

NEU:
ZAHLEN PER
QR-CODE



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

WashTec feiert die 1500ste SmartCare

Meilenstein für die Erfolgsserie

TEXT | BILD: WASHTEC CLEANING TECHNOLOGY GMBH

Augsburg, Juli 2026 – WashTec hat am 30. Juli 2026 die Produktion und Auslieferung der 1500sten SmartCare gefeiert und unterstreicht den internationalen Erfolg der kompakten Portalanlage, die sich seit ihrer Markteinführung zu einer festen Größe im weltweiten Fahrzeugwaschgeschäft entwickelt hat.

„Der Weg zum heutigen Erfolg verlief nicht von Anfang an reibungslos. Wie bei vielen innovativen Produktneueinführungen brachte die Anlaufphase Herausforderungen in Produktion und Prozessen mit sich. Dank des großen Engagements der beteiligten Teams konnten diese erfolgreich gemeistert werden. Ich bin richtig stolz darauf“, erklärt Jörg Mielke, SVP of Global Operations WashTec.

Mittlerweile ist die SmartCare in 31 Ländern vertreten. Die meisten freilich in Europa, aber auch Standorte wie

Taiwan, Färöer und Martinique sind darunter. Bisher wurden in SmartCare Anlagen weltweit bereits mehr als 16 Millionen Fahrzeuge gewaschen.

Ein besonders eindrucksvolles Beispiel für die Qualität der Anlagen liefert eine SmartCare, die mittlerweile 79 918 Autos gewaschen hat. Der Spitzenreiter zeigt eindrucksvoll die Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit des Systems im täglichen Betrieb.

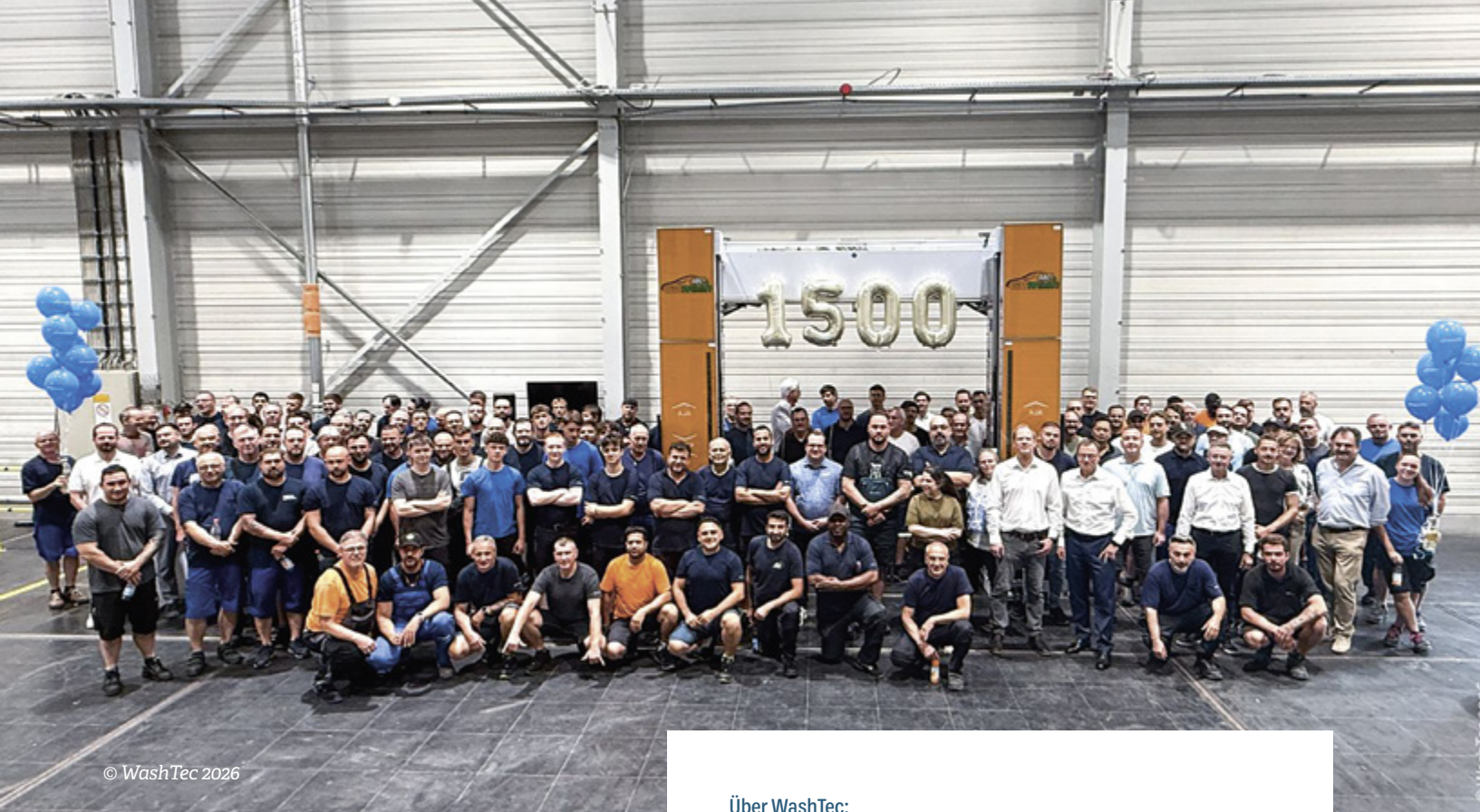
„Die 1500ste SmartCare Anlage ist ein bedeutender Meilenstein für WashTec. Sie zeigt, wie erfolgreich unser Team zusammengearbeitet hat, um ein innovatives Produkt international zu etablieren. Besonders stolz macht uns die hohe Akzeptanz bei unseren Kunden und die beeindruckende Zahl von über 16 Millionen Fahrzeugwäschen“, so Georg Wimmer, Senior Vice President Business Line Equipment.

Als Lösungsanbieter rund um die Fahrzeugwäsche blickt WashTec optimistisch nach vorne. Die steigende internationale Nachfrage nach Komplettlösungen, also Maschine, digitale Services und technischer Service aus einer Hand und die positiven Erfahrungen der Kunden bilden eine starke Grundlage für weiteres Wachstum.

„Mit der 1500sten SmartCare Anlage setzt WashTec ein deutliches Zeichen für Innovationskraft, Qualität und Kundennähe. Das ist sicher nicht das letzte Kapitel in der Erfolgsgeschichte der SmartCare“, schließt Dirk Webert, Senior Vice President R&D Mechatronics.



l: Jörg Mielke, SVP of Global Operations WashTec, m: Georg Wimmer, Senior Vice President Business Line Equipment, r: Dirk Webert, Senior Vice President R&D Mechatronics



© WashTec 2026

Über WashTec:

Die WashTec-Gruppe mit Sitz in Augsburg, Deutschland, ist der weltweit führende Anbieter von innovativen Lösungen rund um die Fahrzeugwäsche. Weltweit beschäftigt WashTec rund 1850 Mitarbeiter und ist mit eigenen Tochtergesellschaften in den Märkten Europa, Nordamerika sowie in Asien/Pazifik vertreten. Darüber hinaus ist WashTec mit selbstständigen Vertriebspartnern in rund 80 Ländern präsent.

ANZEIGEN



MOTORÖL

HÖCHSTE QUALITÄT

www.kuttenkeuler.de



KUTTENKEULER

bft

Automechanika 2026:



KCx by KochChemie bringt neue Versiegelungslösungen auf den Markt.

TEXT | BILD: KOCH-CHEMIE GMBH

KCx by KochChemie nutzte die diesjährige Automechanika in Frankfurt am Main für den Launch seiner neuen „Special Agents“. Das Versiegelungstrio umfasst Ceramic Neo Co.03 für lackierte Außenflächen, Ceramic Glass Cg0.01 für Glas und Plast Shield für unlackierte Kunststoffe. Glass Pre Polish ergänzt die Produktgruppe als vorbereitende Reinigungspolitur für die Glasversiegelung. Die Produkte richten sich an professionelle Fahrzeugaufbereiter und weitere B2B-Anwender.

Unter dem Leitgedanken „Three special lists. One mission.“ präsentierte KCx by KochChemie am eigenen Messestand drei auf die jeweiligen Oberflächen abgestimmte Versiegelungen. Ceramic Neo Co.03 schützt lackierte Außenflächen langfristig vor Umwelteinflüssen wie UV-Strahlung, Streusalz, Vogelkot und Flugrost. Die Keramikversiegelung erzeugt eine hydrophobe, glatte Oberfläche, vertieft die Farbwahrnehmung und erleichtert durch ihre Easy-to-Clean-Eigenschaften die anschließende Fahrzeugwäsche. Ein Verarbeitungsfenster von fünf bis zehn Minuten soll eine anwenderfreundliche und prozesssichere Applikation ermöglichen. Ceramic Neo Co.03 ist in 30- und 75-ml-Gebinden erhältlich.

Ceramic Glass Cg0.01 wurde für Fahrzeugscheiben entwickelt. Die fluorfreie und PFAS-freie Glasversiegelung erzeugt eine hydrophobe Oberfläche und erhöht die Tropfengeschwindigkeit. Regentropfen werden dadurch ab etwa 50 km/h vom Fahrtwind abgetragen. Dies kann die Sicht bei Regen verbessern und den Bedarf an Scheibenwischereinsatz reduzieren. Auch das Entfernen von Umweltschmutz und Insektenrückständen wird erleichtert. Das Produkt ist in einem 50-ml-Gebinde erhältlich.

Für unlackierte Kunststoffe wie Schweller, Stoßfänger und weitere Kunststoffteile stellte KCx by KochChemie Plast Shield vor. Die Versiegelung frischt die Farbe der Oberflächen auf, erzeugt einen hydrophoben Effekt und erleichtert die spätere Reinigung. Plast Shield ist ebenfalls in einem 50-ml-Gebinde verfügbar.

Glass Pre Polish dient als Vorbereitung für Ceramic Glass Cg0.01. Die Reinigungspolitur entfernt tief sitzende Verschmutzungen von Glasoberflächen und schafft damit die Grundlage für die anschließende Versiegelung. Sie kann maschinell mit einem Mikrofaser-Polierpad oder manuell mit einem Mikrofaser-Handpolierschwamm verarbeitet werden.

„Lack, Glas und unlackierte Kunststoffe stellen unterschiedliche Anforderungen an eine Versiegelung. Mit den Special Agents bringen wir deshalb drei Produkte auf den Markt, die auf die Eigenschaften der jeweiligen Oberfläche abgestimmt sind“, erklärte Alexander Friebe, Forscher bei KCx by KochChemie. CEO Christian A. Mähler bezeichnete den Launch als wichtigen Meilenstein, um die Kompetenz des Unternehmens im Bereich professioneller Fahrzeugversiegelungen weiter auszubauen.

Mit den Special Agents erweitert KCx by KochChemie sein Produktsystem für die professionelle Fahrzeugaufbereitung um Lösungen für zentrale Außenflächen am Fahrzeug. Seit der Präsentation auf der Automechanika sind die Produkte über den Außendienst sowie das neue B2B-Portal von KCx by KochChemie erhältlich.

Weitere Informationen zu den Produkten finden sich unter <https://www.kochchemie.com/de/unternehmen/expertblog/mission-versiegelung>



Ceramic Glass Cg0.01 für die Versiegelung von Fahrzeugscheiben.



Glass Pre Polish: die optimale Vorbereitung für Ceramic Glass Cg0.01.



Ceramic Neo Co.03 für die Versiegelung von lackierten Außenflächen.



Plast Shield für die Versiegelung von unlackierten Kunststoffen.



Das neue Versiegelungstrio von KCx by KochChemie: Ceramic Neo Co.03, Ceramic Glass Cg0.01 und Plast Shield.

Sonax startet mit einzigartiger Kundenansprache ins Wintergeschäft

BILD | TEXT: SONAX GMBH

Mit den Produktschwerpunkten für die Wintersaison 2026/27 unterstreicht Sonax einmal mehr die emotionale und erlebnisstarke Kundenansprache der Marke: Im Zentrum der Sonax Winterkampagne steht der neue Winterscheibenreiniger „Sonax Antifrost+Klarsicht gebrauchsfertig bis -18 °C Snow Limit“. Die Neuheit präsentiert sich im einzigartigen, weiß dominierten Premium-Design mit dem für Sonax typischen Originalitätsanspruch.

Nach dem erfolgreichen Wintergeschäft 2025/26 mit Rekordumsatz setzt Sonax damit auch in der kalten Jahreszeit konsequent auf eine trendige Duftinszenierung und bewährte Bestseller mit aufmerksamkeitsstarken Platzierungen, die eine hohe Abverkaufsdynamik sicherstellen.

Die Produktstory des neuen „Sonax Antifrost+Klarsicht gebrauchsfertig bis -18 °C Snow Limit“ ist bewusst emotional inszeniert: Der Winterscheibenreiniger überzeugt „stilvoll im Auftritt mit der Lizenz zum Eindruck hinterlassen und stark in jeder Wintermission – mit Klarsicht-Garantie.“ Dieser Premium-Anspruch zielt mit ansprechendem Etikett in Silberfolie und Mattlack-Design direkt auf die Wahrnehmung am POS. ab und unterstützt eine hochwertige Inszenierung. So grenzt sich die

Neuheit im Vergleich zu Wettbewerbsprodukten neben der Produktleistung auch im Design deutlich ab.

Patrick Ginster, Sonax Verkaufsleiter Tankstellen und Waschanlagen, ergänzt: „Das Umsatzpotenzial ist top – das neue Produkt trifft auf einzigartige Weise den Zeitgeist. Wir setzen wie beim Sommerrenner ‚Edeldark‘ auf den „Fine Fragrance“-Trend, mit einem eleganten, frischen Duft.“

Auch funktional überzeugt Sonax – mit höchstem Qualitätsanspruch und klaren Verkaufsargumenten: „Stark in der Wirkung“, beseitigt der neue Winterscheibenreiniger typische Winterverschmutzungen. Mit wenigen Wischtakten sorgt das Produkt zuverlässig für klare Sicht und verhindert das Einfrieren der Scheibenwaschanlage.





Besonders wirkungsvoll: Präsentation des 1-Liter-Standbodenbeutels als Vollpalette mit den markant bedruckten Umkartons.



Mehr verkauf mehr:
Präsentation des 5-Liter-Kanisters als Vollpalette
mit den markant bedruckten Umkartons.

Weitere Sonax Winter-Favoriten wie der „Sonax Scheibenenteiser Ice-fresh“ runden das Wintersortiment ab.

Wie gewohnt bei Sonax überzeugt der auf Basis der „Auto Bild“-Testsieger-Formel von „Sonax Antifrost+Klarsicht gebrauchsfertig -20°C Citrus“ entwickelte auch durch seine Anwendungssicherheit: Er ist ideal für moderne Wischertechnologien und Fächerdüsen geeignet, hält Wischerblätter geschmeidig und sorgt so für ein dauerhaft gleichmäßiges Wischergebnis. Zudem ist er lack-, kunststoff- und gummi-verträglich.

„DUFTET NICE. IST STARK BEI EIS.“

Um die Einführung der neuen Winter-Favoriten zusätzlich zu forcieren, setzt Sonax auf eine breit angelegte Media-Kampagne, die gezielt auf maximale Reichweite und Nachfragegenerierung ausgerichtet ist. Über reichweitenstarke Online- und Social-Media-Kanäle, aufmerksamkeitsstarke POS-Kommunikation sowie flankierende PR- und Influencer-Maßnahmen wird die Kampagne die emotional inszenierte Produktwelt konsequent verlängern. Ziel ist es, die Markenpräsenz in der saisonalen Hochphase deutlich zu steigern, neue Zielgruppen anzusprechen und den Abverkauf nachhaltig zu stärken.

ZWEITPLATZIERUNGEN BEWIRKEN DYNAMISCHES IMPULSGESCHÄFT

Sonax empfiehlt eine aufmerksamkeitsstarke Platzierung im Rollwagen oder in der Außenbox. Besonders wirkungsvoll ist zusätzlich die Präsentation als Vollpalette mit den markant bedruckten Umkartons: Sie sorgt nicht nur für hohe Sichtbarkeit und spontane Kaufimpulse, sondern hält zugleich ausreichend Ware für eine hohe Abverkaufsdynamik vor. So lassen sich in saisonalen Spitzenzeiten große Mengen verkaufen, ohne dass das Verkaufspersonal laufend händisch nachfüllen muss. Für die Außenboxplatzierung empfiehlt Sonax insbesondere in der dunklen und kalten Jahreszeit zusätzlich die bewährte Außenboxbeleuchtung. Sie setzt die Produkte auch bei schlechten Lichtverhältnissen aufmerksamkeitsstark in Szene und ist weiterhin über den Sonax Außendienst erhältlich.

Flexibel: Aufmerksamkeitsstarke Präsentation im Rollwagen.



Sicher durch den Winter.



Hohe Sichtbarkeit und spontane Kaufimpulse: Mit der attraktiven Präsentation vor dem Shop lassen sich in saisonalen Spitzenzeiten große Mengen verkaufen.



Patrick Ginster, Sonax Verkaufsleiter Tankstellen und Waschanlagen: „Das Umsatzpotenzial ist top. Sonax Antifrost+Klarsicht gebrauchsfertig bis -18 °C Snow Limit“ trifft auf einzigartige Weise den Zeitgeist.“

ANZEIGEN

Effiziente POS-Lösungen

Overnight Verkaufs- und Lagerungssysteme

- ✓ Nutzt Ihren Außenbereich als Angebots- und Werbefläche
- ✓ Umfassende Sicherheit
- ✓ Hochwertigste Verarbeitung
- ✓ In vielen Breiten verfügbar
- ✓ Kombinierbar in Reihung

Maximale Ausnutzung von Verkaufsflächen durch Kombination verschiedener Breiten.



600 mm 1000 mm 1200 mm



fair_{ox}

Fairox GmbH

Bahnhofstraße 19 | 29643 Neuenkirchen | +49 5195 97 26 59 0 | service@fairox.de

www.fairox.de



Dr. Stöcker stärkt Forschung, Entwicklung und Kundenservice durch Erweiterungsbau

TEXT | BILD: CHEMISCHE FABRIK DR. STÖCKER GMBH & CO. KG



Ein Blick auf den
künftigen Eingangsbereich des Anwendungstechnikums:
Hier werden die im
Labor entwickelten
chemischen Reinigungs- und Pflegemittel praxisnah
getestet und den
Kunden vorgeführt.



So soll der neue Erweiterungsbau der Chemischen Fabrik Dr. Stöcker nach seiner Fertigstellung aussehen. Die Visualisierung zeigt den neuen roten Anbau für geplante Labor, das Anwendungstechnikum sowie den Ausstellungs- und Präsentationsbereich im ersten Obergeschoss. (KI-generierte Darstellung)



Der Rohbau des neuen Erweiterungsbaus am Unternehmenssitz der Chemischen Fabrik Dr. Stöcker in Pfaffen-Schwabenheim nimmt Gestalt an. Hier entstehen neue Flächen für Labor, Anwendungstechnik und Kundendialog.

NEUER ANBAU SCHAFFT MODERNE RÄUME FÜR LABOR, ANWENDUNGSTECHNIK UND KUNDENPRÄSENTATIONEN

Die Chemische Fabrik Dr. Stöcker setzt ihren Wachstumskurs konsequent fort. Nach der Fertigstellung der neuen Logistikhalle mit rund 3500 zusätzlichen Palettenstellplätzen im vergangenen Jahr investiert das familiengeführte Unternehmen erneut in seinen Unternehmenssitz in Pfaffen-Schwabenheim. Mit einem Anbau an das Verwaltungsgebäude entstehen ein modernes Labor, ein neues Anwendungstechnikum sowie ein Ausstellungs- und Präsentationsraum für Kunden.

Mit diesen Investitionen setzt Dr. Stöcker ein klares Zeichen für Innovation, Zukunftsorientierung und die nachhaltige Weiterentwicklung des Unternehmens. Gleichzeitig investiert das Unternehmen in den Ausbau seiner Produktionskapazitäten und in moderne Abfüll- und Fertigungstechnik. So entstehen zusätzliche Kapazitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von der Produktentwicklung über die Produktion bis hin zur Kundenbetreuung.

Der neue Gebäudeteil erweitert insbesondere die Möglichkeiten in der Produktentwicklung und Anwendungstechnik. Das Labor bietet zusätzliche Ressourcen für die Entwicklung innovativer chemischer Lösungen. Im Anwendungstechnikum können Produkte unter praxisnahen Bedingungen getestet und demonstriert werden.

Der neue Ausstellungs- und Präsentationsraum schafft zudem ideale Voraussetzungen für den direkten Austausch mit Kunden, darunter Betreiber von Tankstellen und Waschanlagen und Private-Label-Partner, die ihre Markenprodukte bei Dr. Stöcker entwickeln und produzieren lassen.

„Mit dem neuen Anbau investieren wir gezielt in die Zukunft unseres Unternehmens. Moderne Entwicklungs- und Anwendungsbereiche schaffen die besten Voraussetzungen, um Innovationen schneller zur Marktreife zu bringen und unsere Kunden noch intensiver zu begleiten. Als familiengeführtes Unternehmen profitieren wir dabei von kurzen Entscheidungswegen und einer klaren Zukunftsorientierung“, erklärt die Geschäftsführung der Chemischen Fabrik Dr. Stöcker mit Christian Möller, Benjamin Gozdowski und Dr. Oliver Gozdowski.

Auch in einem wirtschaftlich und geopolitisch anspruchsvollen Umfeld treibt Dr. Stöcker seine Unternehmensentwicklung weiter voran. Das Unternehmen stärkt seine Forschungs- und Entwicklungskompetenz, schafft moderne Arbeitsbedingungen und erweitert seine Kapazitäten. Gleichzeitig entstehen neue Arbeitsplätze und optimale Voraussetzungen, um auch künftig innovative chemische Lösungen „Made in Germany“ zu entwickeln.

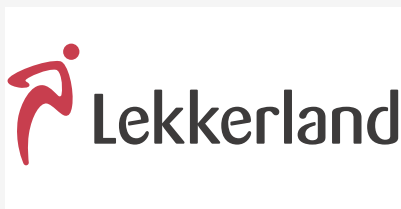
Ihr Vorteil – die EFT/bft-Empfehlungs- lieferanten für Ihre Station

Als Dienstleister für den Bundesverband Freier Tankstellen (bft) bündelt die Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen (EFT) seit 1974 Know-how und Tankstellen-Kompetenz zum Nutzen und wirtschaftlichen Erfolg des Tankstellenmittelstandes.

Durch den bundesweit stark aufgestellten Tankstellenverbund und die Gemeinschaft der freien Tankstellen werden bei den hier gezeigten Empfehlungslieferanten der Industrie und Zulieferfirmen attraktive Leistungen und Konditionen für Pächter und Betreiber von freien Stationen erzielt.

Heute im Portrait EFT / bft-Partner aus der Branche:

EINWEGPFANDSYSTEME



LEKKERLAND SE

Lekkerland ist der Spezialist für den Unterwegskonsum und bietet innovative Dienstleistungen, maßgeschneiderte Logistik und ein breites Großhandelssortiment an. Dabei stehen die Bedürfnisse der Kunden und der Verbraucher im Mittelpunkt. Lekkerland betreut deutschlandweit rund 40.000 Verkaufspunkte. Seit 2020 gehört das Unternehmen zur REWE Group.
www.lekkerland.de



MAX LÜNING GMBH

Die seit 160 Jahren bestehende mittelständische Lüning-Gruppe, an der sich die Edeka Minden-Hannover seit über 25 Jahren mit 49% beteiligt, ist Vertragspartner verschiedener Mineralölgesellschaften und beliefert darüber hinaus viele Betreiber freier Tankstellen. Sie alle nutzen die Einkaufs- und Marketingleistungen, die wir ihnen als starker Großhandelsverband bieten können. Dazu zählen der Zugriff auf unser 15.000 Artikel zählendes Sortiment und eine zeitnahe, bequeme Lieferung. Auf diese Weise kann sich das einzelne Unternehmen mit einem selbst bestimmten, zielgruppenorientierten Sortiment profilieren und seinen Kunden attraktive Einkaufsmöglichkeiten bieten. Neben der Warenversorgung zählen auch eine professionelle Beratung und Begleitung zu unserem Leistungsspektrum.
www.luening.de



**Eine Übersicht aller
EFT- und bft-Partner
und Empfehlungs-
lieferanten
gibt es hier:**

eft-service.de/partner



Carstens

Shop-Einrichtungen

**Schönes Ambiente,
das Emotionen weckt.**

Damit sich Ihre Kunden wohlfühlen.

*Lassen Sie
sich in unserem
Show-Room
inspirieren!*

Vereinbaren Sie einen Termin unter 040 / 52 68 31-0
Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Carstens Shop-Einrichtungen GmbH
An der Bahn 3 · 22844 Norderstedt
www.carstensshop.de



Mehr Klarheit bei HVO100:

Was Tankstellenbetreiber jetzt wissen sollten

Für Tankstellen, die HVO100 anbieten oder künftig in ihr Sortiment aufnehmen wollen, gibt es mehr Klarheit bei der wasserrechtlichen Einstufung. Das Umweltbundesamt (UBA) hat eine häufig verwendete Hauptkomponente von HVO100 ausdrücklich der Wassergefährdungsklasse 1 (WGK 1) zugeordnet. Daneben gibt es eine Neuerung beim Transport von HVO100.

HVO100 UND WASSERRECHT:

WGK 1 IST MÖGLICH – ABER NICHT AUTOMATISCH

Der Stoff „Renewable hydrocarbons (diesel type fraction)“ (EG-Nr. 700-571-2), der in den Sicherheitsdatenblättern vieler HVO100-Kraftstoffe als Hauptbestandteil angegeben wird, ist jetzt ausdrücklich in der UBA-Stoffdatenbank Rigoletto aufgeführt und der **Wassergefährdungsklasse 1 (WGK 1) zugeordnet**.

Das schafft mehr Klarheit. Für Tankstellenbetreiber ist allerdings eine Einschränkung wichtig:

Nicht jedes Produkt, das als HVO100 verkauft wird, ist damit automatisch WGK 1.

Entscheidend ist immer das konkrete Kraftstoffgemisch – einschließlich der enthaltenen Additive. Für die eigene Tankstelle sollte deshalb die Einstufung des tatsächlich gelieferten Produkts zugrunde gelegt werden.

WAS SOLLTEN SIE AN IHRER TANKSTELLE TUN?

Ein unmittelbarer neuer Handlungsbedarf entsteht durch die Veröffentlichung des UBA nicht. Wer HVO100 anbietet, sollte aber darauf achten, dass

- + das **aktuelle Sicherheitsdatenblatt** des tatsächlich gelieferten HVO100 vorliegt,
- + die **wasserrechtliche Einstufung des konkreten Produkts** daraus nachvollziehbar ist und
- + diese Unterlagen für Rückfragen von Behörden oder Sachverständigen verfügbar sind.

Verlassen Sie sich daher nicht allein auf die Bezeichnung „HVO100“ oder auf die allgemeine Aussage, HVO100 sei WGK 1.

Zum Vergleich: Herkömmlicher Dieselmotorkraftstoff und Heizöl EL bleiben auch nach der aktuellen Überprüfung des UBA weiterhin der **WGK 2** zugeordnet.

WAS BRINGT DIE KLARSTELLUNG IN DER PRAXIS?

Gerade bei der Umstellung bestehender Anlagen oder der Aufnahme von HVO100 in das Kraftstoffangebot spielt die wasserrechtliche Einstufung eine Rolle. Die ausdrückliche Veröffentlichung der HVO-Hauptkomponente in Rigoletto erleichtert es Betreibern, Sachverständigen und Behörden, die Einstufung nachzuvollziehen.

Für die Praxis gilt aber weiterhin: **Sicherheitsdatenblatt prüfen und die Einstufung des tatsächlich eingesetzten Produkts dokumentieren.**

AUCH BEIM TRANSPORT GIBT ES MEHR RECHTSSICHERHEIT

Eine weitere Neuerung betrifft vor allem Tankstellenunternehmen, die Kraftstoffe selbst transportieren. Mit der multilateralen Vereinbarung M369 wurde klargestellt, dass die im Mineralöltransport üblichen **AT-Tankfahrzeuge auch für HVO100 und andere paraffinische Dieselkraftstoffe nach EN 15940 eingesetzt werden dürfen.**

Die Regelung gilt bereits für Transporte innerhalb Deutschlands sowie im grenzüberschreitenden Verkehr zwischen den Staaten, die die Vereinbarung unterzeichnet haben. Sie gilt als Übergangsregelung bis zum **31. Dezember 2026**; ab dem **1. Januar 2027** wird die Regelung regulär in das ADR übernommen.

WICHTIG BEI EIGENEN TRANSPORTEN BIS ENDE 2026

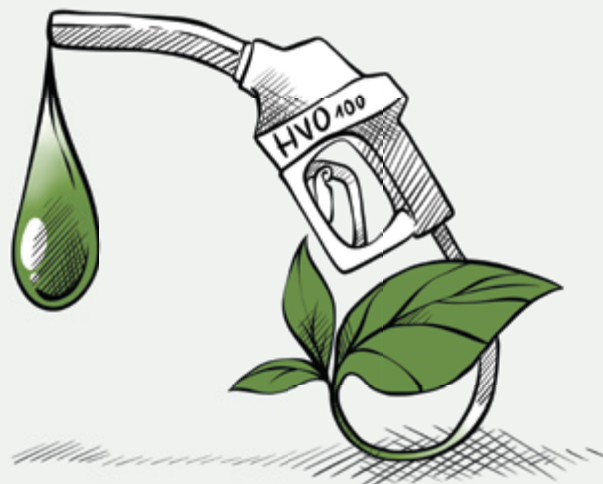
Wer HVO100 mit eigenen Tankfahrzeugen befördert, muss während der Übergangszeit im Beförderungspapier zusätzlich folgenden Vermerk aufnehmen:

„BEFÖRDERUNG VEREINBART NACH ABSCHNITT 1.5.1 DES ADR (M369)“

Wird die Tankstelle durch einen Lieferanten oder eine Spedition beliefert, liegt die Durchführung des Gefahrguttransports grundsätzlich nicht beim Pächter oder Stationspersonal. Betreiber mit eigener Kraftstofflogistik sollten dagegen sicherstellen, dass der zusätzliche Vermerk bis Ende 2026 berücksichtigt wird.

KURZ GESAGT

Für den normalen Tankstellenbetrieb bringt die aktuelle Entwicklung vor allem mehr Klarheit, aber keine neue allgemeine Handlungspflicht. Wer HVO100 anbietet, sollte das Sicherheitsdatenblatt seines konkreten Produkts griffbereit haben und dessen WGK-Einstufung kennen. Wer HVO100 selbst transportiert, muss bis Ende 2026 zusätzlich die Übergangsregelung M369 beachten.



Der informierte Tankwart

TEXT | BILD: REDAKTION | ADOBESTOCK 2161377466 @JARU CREATIVE STUDIO

Sie sind Betreiber oder Pächter einer Tankstelle, Sie kennen die Branche und Sie verfügen über geballtes Wissen rund um die Tankstelle. Hier gibt es Input, um Ihr Wissen zu erweitern. Diese Tipps bringt Sie und Ihren Service nachhaltig und positiv ins Gedächtnis Ihres Kunden.

P wie Preismast

Die großen Auszeichnungstafeln an Tankstellen sind längst keine reinen Preisanzeigen mehr. Technisch ist heute deutlich mehr möglich.

Die Entwicklung von den alten mechanischen Rollbändern bis hin zu modernen, hochtechnischen Infostelen macht den Preismast zu weit mehr als einer bloßen Preisanzeige. Inzwischen sind sie multifunktionale Anzeigeflächen, auf denen neben den Kraftstoffpreisen auch Informationen, Werbung und weitere Inhalte dargestellt werden können.

Die eingesetzte Displaytechnologie ist vielfältig: Zum Einsatz kommen hochauflösende SMD-LED-Module oder vollfarbige Grafikbildschirme. Eine hohe Leuchtdichte sorgt für optimale Lesbarkeit – selbst bei direkter Sonneneinstrahlung. Sensoren passen die Helligkeit des Preismastes automatisch an die jeweiligen Lichtverhältnisse an. So ist rund um die Uhr eine optimale Darstellung gewährleistet.

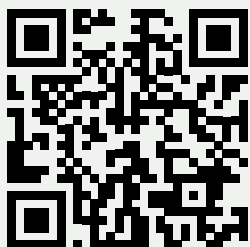
Auch die Technik im „Leuchtturm des Forecourts“ hat sich stark weiterentwickelt. Moderne Preismasten sind längst mit Kassensystemen, Preismanagement-Modulen und Markttransparenzstellen gekoppelt. Gleichzeitig können Werbeflächen über Content-Management-Systeme zentral angesteuert werden. Systemstörungen lassen sich per Fernüberwachung erkennen und melden.

Ihr Preismast benötigt ein Upgrade? Sie fragen sich, ob sich eine Investition lohnt?

Lassen Sie sich vom Profi beraten!



Die EFT-Partner:
KDH Werbetechnik GmbH
PWM GmbH & Co. KG



Die Contigo Energie AG als Dienstleister und Lieferant bietet Ihnen einen echten Mehrwert: Unsere ganz persönliche Energie – damit Sie und Ihr Unternehmen sich mit unseren maximal effizienten Energiedienstleistungen in Ruhe auf das Kerngeschäft auf Ihrer Station konzentrieren können.

Volatilität am Energiemarkt – Jetzt Risiken minimieren

Der Energiemarkt ist nervös

Besonders das Lieferjahr 2027 steht bei Strom und Erdgas unter Druck. Wer jetzt jedoch strategisch vorausschauend handelt, sichert sich langfristig Preisvorteile und Planungssicherheit.

Warum 2027 die Preise aktuell steigen

Eine Kombination globaler Krisen sorgt für eine spürbare Verknappung. Die Bedrohung wichtiger LNG-Handelsrouten durch den Nahost-Konflikt, eine Hitzeperiode mit Wassermangel und einem Einbruch der Energieproduktion sowie eine geringe Energieproduktion in Norwegen als wichtigem Hauptlieferanten belasten den Energiemarkt. Zusätzlich bieten sinkende Gasspeicherfüllstände nur wenig Puffer. Eine notwendige Nachbeschaffung kann dadurch teuer werden.

Die Chance: günstig einkaufen für 2028 – 2030

Während 2027 aktuell teuer wird, bietet die weitere Zukunft ein attraktives Zeitfenster. Die Jahre 2028 bis 2030 sind derzeit noch zu günstigen Kursen planbar. Wer jetzt langfristig sichert, kann Preise einfrieren und künftige Preissprünge umgehen. Gleichzeitig entsteht mehr Planungssicherheit, da die Energiekosten unabhängig von kurzfristigen Krisen kalkuliert werden können.

Jetzt handeln und Vorteile sichern!

Sitzen Sie die Volatilität nicht aus. Sichern Sie sich jetzt die günstigen Energiepreise für die Folgejahre!

Forden Sie jetzt ihr unverbindliches individuelles Angebot an:

Connor Kimmig
Modulleitung Tankstellen
Vertrieb Franchise & Verbände
kimmig@contigo-energie.de
T +49 234 687598-76
F +49 234 687598-97
oder besuchen Sie unsere Website unter
www.contigo-energie.de

Unsere
Kontakt Daten



Onlineshop

Mehr zu diesem und weiteren Angeboten telefonisch unter
0228 - 910 290 oder im Shop: www.eft-service.de/shop



Aktion im September und Oktober



Im EFT-Shop erhältlich Sortiment

RUBRIK: BELEUCHTUNG | EIKO LED-LEUCHTEN

Details: Forecourt-, Shop- und
Werkstattbeleuchtung

Preis: ab € 29,00

Aktion: 10% Rabatt

Shopartikel 1



Kühlerfrostschutz BFT

RUBRIK: FAHRZEUGZUBEHÖR | FROSTSCHUTZ

Details: Super x 12 Plus im Kanister
pink/violett VE: 1x20L oder 12x 1L |
Universal ANF blau VE: 1x20L
oder 12x1L

Art.-Nr.: 385205 oder 385202 | 385045
oder 385024

Preis: ab € 18,36

Shopartikel 2



Tragetaschen Papier

RUBRIK: VERBRAUCHSMATERIALIEN

Details: braun | 32x39x16 cm | VE: 200 Stück

Art.-Nr.: B-333245

Preis: ab € 39,90

Alle Preise verstehen sich zzgl. ges. MwSt. und Versand.

Ankündigung für November und Dezember



Thermobonrollen

RUBRIK: VERBRAUCHSMATERIALIEN

Format: Mit neutralem Tankstellentext |
80 Stück pro VE |
Maße: 80 mm / 90 mtr./ ø 12 mm

Art.-Nr.: 60000619

Preis: € 119,90

Aktion: 5% Rabatt



Thermobonrollen

RUBRIK: VERBRAUCHSMATERIALIEN

Format: Mit bft-Druck | 80 Stück pro VE |
Maße: 80 mm / 90 mtr./ ø 12 mm

Art.-Nr.: 60002438

Preis: € 119,90

Aktion: 5% Rabatt

Mitmachen lohnt sich!

Kurz mal nachgedacht.

Lösen Sie das Bilderrätsel und gewinnen Sie unseren attraktiven Preis.



Dieser Artikel ist im November und Dezember mit 10% Rabatt im EFT-Onlineshop erhältlich

1 N 7



Laut der Lekkerland SE entwickelt sich dieses Produkt zu einem wichtigen Umsatzbringer

O 3



Die Firma Peter Stolz GmbH feiert hier ein Jahrhundert Firmengeschichte

L 4 6 D



So heißt die neue Duftinszenierung des neuen Sonax Produkts Antifrost+Klarsicht

9 W 2 M

Einsendelösungswort

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Unter allen Einsendungen wird ein Gewinner gezogen. Teilnehmen können ausschließlich Abonnenten des Magazins TANKSTOP.

Senden Sie als Abonnent einfach das Einsendelösungswort per E-Mail an die Redaktion des TANKSTOP: marketing@eft-service.de

Berücksichtigt werden ausschließlich per E-Mail eingehende Einsendungen mit vollständiger postalischer Adresse und Telefonnummer.

Einsendeschluss ist der 16.11.2026



In diese Stadt ging der erste Tanke Talk-Award zu Ludger und Michael Brämwig

O

5



So heiße das Online-Managementsystem von Kärcher

!

C

8

10

Unser aktueller Gewinn



TEXT | BILD: REDAKTION TANKSTOP

SHARK | NINJA FLEXDRAWER AF550EU

Die 6-in-1 Heißluftfritteuse kann: Heißluftfrittieren, Max Crisp – gart gefrorene Lebensmittel, braten, backen, aufwärmen, dörren und ist dabei 55% schneller als ein Umluftofen. Das Volumen umfasst 6,6 Liter und kann als Megazone oder als 2 unabhängige Garzonen verwendet werden. Die antihaftbeschichtete Schublade, der Trenner und die zwei Crisper-Gittereinsätze sind pflegeleicht, da sie spülmaschinenfest sind. Die Bedienung läuft über einen Touchscreen und das Funktionsrad.

WAS SIE JETZT NOCH TUN MÜSSEN?

Einfach das Rätsel lösen und das Einsendelösungswort samt Ihrer postalischen Adresse mailen – fertig. Wir drücken allen Teilnehmern die Daumen und wünschen viel Glück.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN FÜR DAS GEWINNSPIEL

Teilnehmen können ausschließlich Abonnenten des Magazins TANKSTOP mit folgenden Ausnahmen: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der an der Herausgabe des Magazins beteiligten Unternehmen sowie deren Angehörige sind von der Teilnahme am Gewinnspiel ausgeschlossen; ebenso ist der Rechtsweg ausgeschlossen. Eine Barauszahlung des Gewinns ist nicht möglich.

Das Lösungswort des letzten
Rätsels lautet:

TANKAUTOMAT

Gewusst wann!

Für die Inhalte der vorgestellten Termine und Seminare ist ausschließlich der Veranstalter zuständig und verantwortlich.

Veröffentlichen auch Sie Ihre Termine kostenfrei im TANKSTOP. Alle Informationen senden Sie inklusive der entsprechenden Kontaktdaten unverbindlich per Mail an marketing@eft-service.de. Ein Anspruch auf Abdruck besteht nicht.

Termine Messen Konferenzen Kongresse Events

DI., 24. - MI., 25.11.2026

BFT-Arbeitstagung
in Kassel

FR., 16. - SA., 17.10.2026

Lekkerland Hausmesse
in Ulm

MI., 02. - DO., 03.06.2027

TANKSTELLE & MITTELSTAND `27
in Essen

IMPRESSUM

JAHRGANG 14

HERAUSGEBER UND VERLAG

EINKAUFSGESELLSCHAFT
FREIER TANKSTELLEN MBH
IPPENDORFER ALLEE 1D
53127 BONN

TEL. 0228 - 910 29 0
FAX 0228 - 910 29 29
MARKETING@EFT-SERVICE.DE

WWW.TANKSTOP.DE
WWW.EFT-SERVICE.DE/LEISTUNGEN/
TANKSTOP-DAS-MAGAZIN

CHEFREDAKTION

BERND SCHEIPERPETER
MARKETING@EFT-SERVICE.DE

REDAKTION, PROJEKTLEITUNG UND ANZEIGENLEITUNG

MAYA FELDMANN
MARKETING@EFT-SERVICE.DE

LAYOUT UND SATZ

KOPFSTROM GMBH, BONN
WWW.KOPFSTROM.DE

DRUCK

BONIFATIUS, PADERBORN
WWW.BONIFATIUS.DE

ANZEIGENPREISLISTE

MEDIADATEN 2026

ERSCHEINUNGSWEISE

6 X JÄHRLICH

AUFLAGE

6 000 EXEMPLARE

PAPIER

TAURO OFFSET
FSC-ZERTIFIZIERT

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.



Turbo für Ihren Umsatz mit Castrol EDGE



Data Engineering für ultimative Leistung.

Dank jahrelanger technischer Innovationen und der Erfassung von Milliarden von Datensätzen hat Castrol konkrete Faktoren ermitteln können, bei denen Motorenöl die Leistung eines Fahrzeugs beeinflusst. Es hat sich gezeigt, dass Castrol EDGE bei diesen 7 entscheidenden Faktoren* für ultimative Leistung sorgt: **Motorleistung, Ausdauer, Hochtemperaturverhalten, Druckbeständigkeit, Verschleißfestigkeit, Sauberkeit und Kraftstoffeffizienz.**

Die Castrol EDGE Motorenöle sowie alle weiteren Produkte aus unserem Castrol Tankstellen-Sortiment können Sie über unseren Vertriebspartner Tollkühn Shoppartner GmbH bestellen:



0421 - 56 55 50



Zentrale@tollkuehn.de



*Innerhalb des Castrol Motorenölportfolios zeigt nur Castrol EDGE eine ultimative Leistung, indem es Grenzwerte von Industriespezifikationen übertrifft und entweder verschiedene OEM-Spezifikationen für Formulierungen erfüllt oder indem seine Formulierung gemeinsam mit einem OEM im Hinblick auf sieben entscheidende Faktoren entwickelt wurde: Druck, Leistung, Ausdauer, Kraftstoffeffizienz, Hochtemperaturleistung, Sauberkeit und Verschleiß (über 80 % der Castrol EDGE Produkte basierend auf dem globalen Portfolioabsatz 2024).

www.castrol.de



**TANKSTELLE &
MITTELSTAND
'27**

Die Branchenmesse



@TANKSTELLENMESSE

**News, Insights &
Updates direkt für Sie.**

Folgen Sie uns, um nichts
mehr zu verpassen!

Seien Sie dabei!

DIE BRANCHENMESSE FÜR TANKSTELLE, CONVENIENCE UND MOBILITÄT.

Messe Essen

02. + 03. Juni 2027

MESSE
ESSEN

Jetzt die besten Standplätze sichern:

www.tankstellenmesse.de

eft

WIR BÜNDELN TANKSTELLEN-KOMPETENZ