November 2012
G 6626

tankstelle

www.tankstelle-magazin.de
BTG Mit den offiziellen Verbandsnachrichten
DÖT Deutsch - Österreichischer Tankstellenverband e.V.
TANKSTELLENGEWERBE BAYERN

Die Klassenbesten

Ganz weit vorne...

TITEL
Showdown der Waschbranche – Automechanika – **Seite 16**

CONVENIENCE
Mehr Impulse für das Impulsgeschäft **Seite 30**

TECHNIK
Neueste Raffinessen bei der Tanktechnik **Seite 39**

WIRTSCHAFT
Interview mit den Chefs von bft und UNITI **Seite 42**

CLUB
Werben an der Tankstelle wie im Fernsehen **Seite 56**

Glückwunsch an die Gewinner

Die Qual der Wahl, so lässt sich die Suche nach der „Tankstelle des Jahres“ treffend charakterisieren. Denn die Bewerberzahl war klein aber fein. Nur 54 schafften es, in die Auswahl zu kommen und mit vollständig eingereichten Bewerbungsunterlagen sich den strengen Maßstäben der sechsköpfigen Jury zu stellen.

Zunächst ein großes Dankeschön an alle Teilnehmer bei der Wahl „Tankstelle des Jahres“ für die Mühen, die sie auf sich genommen haben, um den Bewerberfragebogen im Internet akribisch auszufüllen und die geforderten Bilder ihrer Station hochzuladen. Sie haben es uns – der Jury – nicht leicht gemacht. Beim Studium der Unterlagen wurde uns schnell deutlich, dass wir es mit den Sahnestückchen unter den Tankstellen zu tun haben.

Aber nicht nur deutsche Tankstellen, auch der Autohof-Oed aus Oed in Österreich und die Station Kostner aus Vahrn in Südtirol haben von unserem Wettbewerb erfahren und sich beworben. Auch an Sie herzlichen Dank für ihre Teilnahme und bleiben Sie uns gewogen.

„Erstmals haben wir nun eine Prämierung für Tankstellen unterschiedlicher Größen ausgelobt.“

Doch nun zu den Gewinnern, also zu denen, die es schafften, mit Ihren Bewerbungsunterlagen die Jury so zu begeistern, dass sie in den meisten Fällen nahezu einstimmig für die jeweiligen Sieger votierte. Und das, obwohl doch die Zusammensetzung der Jury ein sehr buntes Bild ergibt. So kennt Jury-Mitglied Horst Ebert, ehemaliger OMV-Tankstellenchef in Deutschland, viele der Bewerber aus persönlicher Augenscheinnahme. Horst Ebert ist als Unternehmensberater aktiv und auch was Tankstellen anbelangt immer auf dem neuesten Stand.

Ähnlich verhält es sich bei Axel Graf Bülow, dem Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Freier Tankstellen (bft). Auch er hat beruflich schon viele der Stationen besucht und konnte die Bewerbungsunterlagen um seine eigenen Eindrücke ergänzen. Ebenfalls ein langjähriger Branchenkenner ist der Jurist und UNITI-Geschäftsführer Jörg-Uwe Brandis, wenngleich er noch nicht jede Bewerber-Station auf seiner Besuchsliste hatte. Weitgereist und häufiger Kunde in Tankstellen ist Jury-Mitglied Jörg Maltzan, der „Autobild“-Redakteur beurteilt die Tankstellen fast ausschließlich aus dem Blickwinkel des Tankkunden und achtet daher oft auch auf andere Details wie die Brancheninsider.

Zum ersten Mal in der Jury dabei ist Gunter Schröter. Als Branchenkenner zeichnen ihn 38 Jahre im Shell Konzern aus, wo er sowohl im Verkauf, als Finanzleiter, Personalleiter, Leiter Shop-Geschäft und zuletzt als Geschäftsführer der euroShell Deutschland GmbH aktiv war. Als Unruheständler berät Gunter Schrö-

ter seit 2004 die Mineralölindustrie und den unabhängigen Mineralölhandel sowie deren Verbände.
Ebenfalls Mitglied in der Jury ist der Autor dieser Zeilen, der seit 1993 als Chefredakteur die unabhängige Fachzeitschrift **tankstelle** leitet und zuvor als Technik-Journalist für ein Automagazin der Motorpresse Stuttgart recherchierte und schrieb. Natürlich habe auch ich schon die eine oder andere Station inspiziert.
Als wir, die Fachzeitschrift **tankstelle**, vor über vier Jahren in Kooperation mit dem Bundesverband mittelständischer Mineralölunternehmen e.V. (UNITI) unsere Leser aufforderten, sich an der Wahl zur „Tankstelle des Jahres“ zu beteiligen, meldeten sich nur die großen Stationen. Erstmals haben wir nun eine Prämierung für Tankstellen unterschiedlicher Größen ausgelobt, unterteilt nach den Shop-Größen „Small“ „Medium“ und „Large“. Und es war spannend festzustellen, dass auch eine Tankstelle mit knapp 60 Quadratmetern Shop durchaus mit attraktivem Bistro, Architektur und Waschanlage glänzen kann, wie die ST2-Station von Franz Schreyer im bayrischen Vierkirchen.
Überraschend war auch die Prämierung der Esso-Tankstelle Kremmer aus dem saarländischen Merzig. Die Informatikfachfrau Birgit Kremmer wechselte aus einem großen Konzern an die elterliche Tankstelle und die wurde nicht nur in der Kategorie „Medium“ ausgezeichnet, sondern erhielt auch für das betriebswirtschaftliche Konzept den Innovationspreis.
In der Kategorie „Large“ errang die bft-Tankstelle Kuttenkeuler in Goch den ersten Platz und beim Shop konnte das Avia-Haus in Nürnberg punkten.

Futuristisches Design nicht nur außen sondern auch im Shop- und Bistrobereich: Die Bewerber-Tankstelle von Alexander Pörnbacher in Vahrn/Südtirol setzt aber auch auf ein regionales Ambiente im Shop.

Sieger in der Kategorie Bistro war unumstritten die Greenline-Tankstelle in Magdeburg und als erste grüne Tankstelle Deutschlands erzielte die PM-Tankstelle von UNITI-Mitglied Fred Pfennings in Geilenkirchen bei Aachen den Innovationspreis.
Auf den folgenden Seiten stellt nun **tankstelle**-Autorin Silvia Schulz die Gewinner vor. Sie hat alle Stationen besucht und sich vor Ort ein Bild von den Preisträgern gemacht.

Silvia Schulz, Hans Rongisch

rongisch@tankstelle-magazin.de

Das UNITI-Zukunftsforum Tankstelle wird unterstützt von:

PLATIN-SPONSOREN

Carstens Shop-Einrichtungen

SCHEIDT&BACHMANN

GOLD-SPONSOREN

eurodata IT Solutions

Esso

PWM®

TANK & RAST Ihre Autobahnraststätten

Bewertung	
Außeneindruck	100 %
Kundenfreundlichkeit	80 %
Inneneindruck	100 %
Bezahlung	63 %

ST 2, ROMAN STAPFER, VIERKIRCHEN

Auf kleinem Raum ganz große Qualität

Mit der Station 2 von Schreyer-Haustechnik bekam Vierkirchen eine neue Ortsmitte. Der Platz am Kreisverkehr ist hoch frequentiert. Die Architektur der Station ist futuristisch und für den kleinen Ort in Bayern beinahe gewagt. Die Gestaltung ist auf den ersten und auf den zweiten Blick gelungen.

Alles ist lichtdurchflutet. Die Glasüberdachung der Zapfsäulen und die bodentiefen Fenster im Stationsinneren setzen Shop und Bistro in Szene.

Das Außengelände mit Portalwaschanlage, SB-Plätzen, kleiner Außenterrasse, aber auch Shop und Bistro sind eine Augenweide. Tageslicht, im besten Fall Sonnenlicht, sorgt beim Tanken sowie im Innern der Station für Helligkeit.

Im Tankstellengebäude trennen ungleiche Fußböden Verweil- und Shop-Bereich. Die Ausstattung spricht unsere emotionale Seite an. Dunkle Holztöne für den Fußboden und fürs Mobiliar beruhigen. Hellgrüne Polstermöbel, großflächige bunte Bilder auf einer Natursteinwand, Lampen, die auf das Wesentliche, die Ausleuchtung des auf dem Tisch Platzierten, reduziert sind, und Blumenarrangements machen das Bistro zu einem Highlight. So eine einladende Lounge verlangt natürlich nach einem ansprechenden Ort für die entstehenden Bedürfnisse. Der Gast wird für seinen Mut, selbige aufzusuchen, belohnt. Nicht nur weil der Weg dorthin die Entstehungsgeschichte der Station in Zeit und Bildern anschaulich porträtiert, nein alleine für die WC-Gestaltung verdient diese Station einen Preis. Hier wurde mitgedacht und die weibliche Hand ist überall spürbar. Allgemein wird das Bedürfnis „Wenn Kunden müssen müssen“ unterschätzt. Hier wurde dem in nachahmenswerter Weise Rechnung getragen.

Ideal für Soloreisende ist der erhöhte Platz an der Theke. Von hier aus hat der Gast den allerbesten Blick auf das gesamte Shop-Sortiment. So werden zusätzliche Umsätze generiert.

Alles was der Kunde braucht

Der kleine Shop trumpft gleichfalls auf. Die halbhohen Regale in der Mitte ermöglichen den Überblick. Egal ob groß- oder kleingewachsene Kunden. Das Angebot umfasst all das, was der mobile Mensch erwartet und braucht. Zeitungsregale für Männer und Frauen, Jugendliche und Kinder sind nicht nur voneinander getrennt. Sie tragen der unterschiedlichen Größe Rechnung. Außergewöhnlich ist das angebotene kleine Handyzubehör-Sortiment. Drogerieartikel, Autozubehör und Spielwaren runden das Angebot ab. Das Getränkeangebot wird auf gut einem Drittel des Shop-Bereichs präsentiert. Gängige Artikel werden von regionalen Produkten bereichert. Ein Walk-in-Cooler bietet all das, worauf der Kunde Durst hat. ■

An den Tischen lässt es sich gut verweilen. Es sitzt sich bequem. Bodentiefe Fenster sorgen für den unversperrten Ausblick und die Ausstattung im Bistro verheißt Entspannung pur.

KREMMER TANKSTELLE, BIRGIT KREMMER, MERZIG

Tante Emma lebt in Merzig

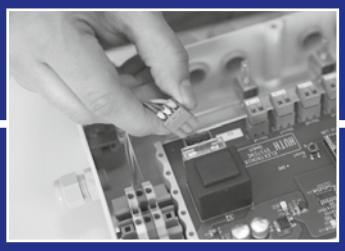
Der Name von Birgit Kremmer ist Programm und mehr als nur ein Wortspiel. Sie hat es sich in den Kopf gesetzt, dem Kunden seine Kindheit ins Gedächtnis zurückzurufen. Er soll sich wie in einem Tante-Emma-Laden fühlen. Was zuallererst mit der Größe, denn die Läden aus längst vergangenen Zeiten waren auch nicht größer als hundert Quadratmeter, gelingt. Dabei sieht es an der Tanke Kremmer nicht wie in einem Tante-Emma-Laden von anno dazumal aus. Hier und jetzt sucht der Kunde vergeblich einen Ladentisch, über den alle Waren individuell gereicht werden. Dafür erwartet ihn ein schön gestalteter Shop. Die Einrichtung suggeriert auf den allerersten Blick: Hier wurde mitgedacht. Nur im Entree ist es aufgrund der zwei kleinen Regalinseln ein wenig eng. Ansonsten sind die Gangbreiten annehmbar. Die Einrichtung spricht an und vermittelt einen wertigen Charakter. Das Farb- und Lichtkonzept ist warm und unaufdringlich. Die Regalierung besteht vorwiegend aus Wandregalen.

Auf der linken Seite findet der Kunde Autozubehör, Zeitungen, Weine und Spirituosen. Es folgt ein kleines Sortiment kühlpflichtiger Waren und Tiefkühlprodukte. Dann an der Stirnseite der größte Getränkekühlschrank der Region und rechts davor weitere gekühlte Getränke und der Leergutautomat. Eine gute Lösung. Es folgt ein kleines, feines Sortiment an Geschenken. Nur han-

Medium

Bewertung	
Außeneindruck	63 %
Kundenfreundlichkeit	83 %
Inneneindruck	83 %
Bezahlung	63 %

Tankstelle des Jahres 2012 — 2012



...individuelle Beratung... ...bedarfsgerechte Planung... ...kundenspezifische Hard- und Softwarelösungen... ...eigene Entwicklungsabteilung ...qualifizierte Ansprechpartner vor Ort... ...24/7 Servicehotline... ...individuelle Beratung... ...bedarfsgerechte Planung... ...kunde en... ...eigene Entwicklungsabteilung ...qualifizierte Ansprechpartner vor Ort... eratung... ...bedarfsgerechte Planung... ...kundenspezifische Hard- und Software ung ...qualifizierte Ansprechpartner vor Ort... ...24/7 Servicehotline... ...ir ng... ...kundenspezifische Hard- und

HUTH

Seit mehr als 30 Jahren Ihr Partner für erfolgreiches Tankstellenmanagement!

HUTH Elektronik Systeme GmbH
Echternacher Str. 10 ◆ 53842 Troisdorf-Spich
Telefon +49 (0)2241 48 63 0 ◆ Fax +49 (0)2241 48 63 810
E-Mail: info@huth.org ◆ www.huth-elektronik.de

delt es sich nicht um die typischen Tankstellen-Blumensträuße und ähnliche Arrangements, sondern an der Tanke Kremmer werden auf Glasregalen an einer Holzwand Produkte aus der Region feilgeboten.

Auf dem Fußboden sind dekorativ Weinkisten aus Holz arrangiert. In ihnen heimische Spezialitäten und die für diese Jahreszeit typischen Herbst-Kränze. Auf der gegenüberliegenden Seite eine ähnliche Wareninszenierung: ein Holzregal mit Glasböden. In die Wanddecke sind Strahler eingelassen. Der Hintergrund besticht mit seiner Natursteinwand. Die angebotenen Artikel, Weine und Spirituosen, werden von den Strahlern ins rechte Licht gerückt. In der Mitte des Shops ist lediglich Platz für eine kleine mobile Kühltheke und die für Tankstellen typische Getränkeplatzierung. Im vorderen Teil der Station dann die Verkaufstheke und rechts davor der Back-Shop. Selbiger leuchtet in frischem Grün. Back-Shop und Bistro laden mit wertiger Ausstattung zum Verweilen ein, auch wenn das kleine Bistro gerade einmal Platz für ein Window-Board mit zwei Hockern und einer Sitzbank mit weiteren fünf Plätzen bietet. Alles in allem klein aber oho. Denn während der Kunde seinen selbst gezapften Tchibo-Kaffee genießt, kann er auf dem Flatscreen die neuesten Nachrichten verfolgen.

Die Esso-Station von Birgit Kremmer bietet den größten Getränkekühlschrank in der Region und wird auch hin und wieder bei örtlichen Festen frequentiert.

Waren werden inszeniert

Fahrbahn und Portalwaschanlage runden das harmonische Bild der Tanke Kremmer ab. Montag ist Waschtag. Zum Wochenanfang bekommt der Kunde die Wäsche zwei Euro günstiger. Darüber hinaus erhalten Geburtstagskinder eine Wäsche für 6,99 Euro bei Preisen von 5,99 bis 11,99 Euro gratis und es gibt eine Elfer-Karte zum Preis von zehn Wäschen.

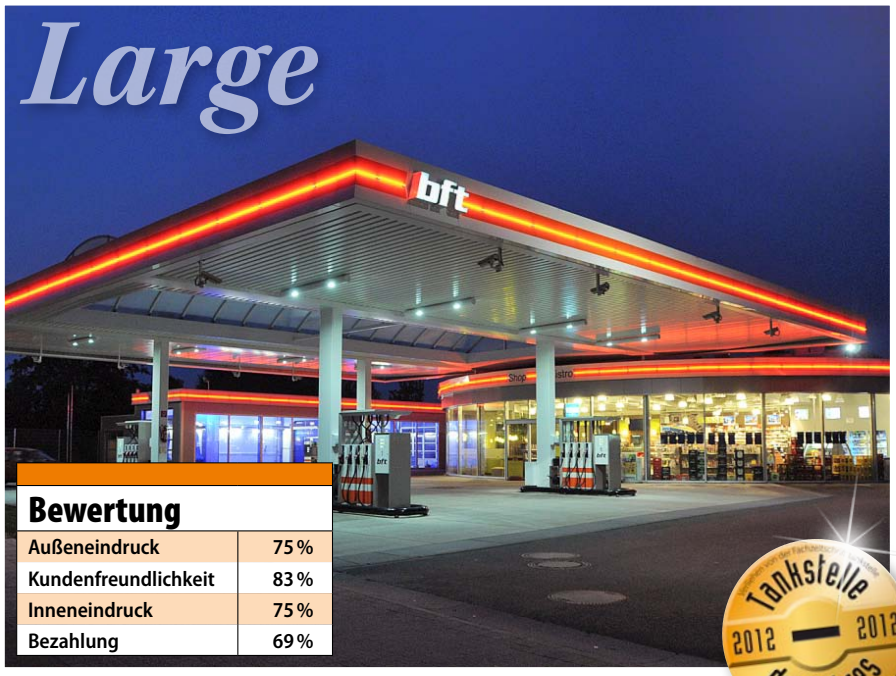
Da die Philosophie der Tanke Kremmer „Tanken alleine reicht nicht aus“ heißt, gehören Autoglaser, Autopflegedienst, Gebrauchtwagenhändler und man mag es kaum glauben: drei Spielcasinos zum Angebot.

Ein besonderer Service ist die Saariva Postdienstleistung. Auch wenn es viele regionale Briefdienstleister gibt, so gibt es nur einen einzigen Zusteller, der das gesamte Saarland bedient. Auffällig ist der Briefkasten links neben dem Eingang der Tankstelle platziert. Dabei hat er diesen Standort gar nicht nötig. Der Briefkasten leuchtet in Signal-Rot. Die hier eingeworfenen Briefe mit den Saariva-Briefmarken haben einen Barcode, der eine hohe Zustellqualität sichert. Das spart Gebühren. ■

Den Innovationspreis gab es fürs Marketingkonzept. Kundenorientierung ist das Maß aller Dinge. Eine Auswahl an Beispielen macht das deutlich: vor dem Eingang ein Fußbodenaufkleber und Fußstapfen, die den Weg in die Station weisen. Auf Sortimentsschilder und -bilder wurde verzichtet, dafür wird der Kunde persönlich und individuell passend zur Warengruppe angesprochen.

- *Tanke Kremmer immer für Dich da, wenn Du was verschenken willst!*
- *Tanke Kremmer immer für Dich da, wenn Du einen richtig guten Kaffee brauchst!*

Für das Kundenversprechen „Immer für Dich da“ finden regelmäßig Mitarbeiter-Seminare statt, denn Kundennähe kann nur dort gelebt werden, wo Mitarbeiter sich wohlfühlen und gerne arbeiten.



BFT-TANKSTELLE KUTTENKEULER, FELIX RÖDER, GOCH

Credo des Miteinander gilt von A bis bft

Die bft-Tankstelle befindet sich mitten in Goch. Ungewöhnlich, denn die Station gibt es erst seit zwei Jahren. Doch war es klug von der Stadt, den Bau zu genehmigen. Die halbrunde Architektur zieht alle Blicke auf sich, egal aus welcher Richtung sich die Kunden ihr nähern.

Die ansprechende Architektur des Gebäudes weckt Begehrlichkeiten, die, wenn der Kunde erst einmal das Innere betreten hat, nicht enttäuscht werden. Der Shop ist übersichtlich. Der Kunde kann sich mit nur einem Blick orientieren. Im Sortiment findet der Tankstellen-Kunde all die typischen Artikel. Im Sommer kommt ein großes Grillsortiment von einem regionalen Anbieter dazu. Drogerieartikel, Spielwaren und ein außergewöhnliches Geschenkesortiment wissen zu überzeugen. Das Getränkeangebot hält dem eines Supermarktes stand. Kundenfreundlich ist der Leergutautomat neben dem großen Walk-in-Cooler platziert. Das zeugt von gelebter Kundenorientierung.

Shop und Bistro sind optisch gut voneinander getrennt. Das gelingt mit unterschiedlichen Fußböden. Mit Blumenarrangements entsteht beim verweilenden Gast gar der Eindruck von abgetrennten Separees. Überhaupt kann der Gast wählen. Will er in Shop-Nähe sitzen, dann nimmt er auf Bistrohockern Platz. Von hier oben kann er das gesamte Sortiment überblicken. Oder aber er nimmt an der Theke Platz, möchte er es sich lieber in bequemen Sesseln gemütlich machen und seinen Blick nach draußen schweifen lassen. Auch das ist möglich. Zu guter Letzt hat der Betreiber an die rauchenden Gäste gedacht. Sie sitzen in einem genauso angenehmen Ambiente wie die Nichtraucher. Die separate Raucher-Lounge bietet zudem die Möglichkeit, sich die Langweile an Spielautomaten zu vertreiben. Insgesamt dominieren warme Farben, die ein längeres Verweilen erlauben. Platz genug für rund 50 Gäste. Das Bistro bietet vom Frühstück übers Mittagessen bis zum Snack für jeden Geschmack etwas. Es gibt Heißgetränke, Kaffee, Suppen, Tellergerichte, Tagesmenüs und Backwaren. Auf einem großen Werbebildschirm wird der Kunde über die aktuellen Angebote informiert. Das sorgt für zusätzliche Umsätze.

Zur Station gehören ferner eine Christ-Varius-Takt-Waschanlage, die sich in einer Glashalle befindet. Das Besondere an ihr ist die manuelle Vorwäsche, was ganz sicher die weibliche Kundschaft überzeugen dürfte. SB-Waschplätze, eine Werkstatt, Leihwagen und Anhängerverleih sowie der Reifenhandel runden das Sortiment rund ums Auto ab. Der Hermes-Service dürfte ein Magnet für alle Nicht-Autofahrer-Kunden sein. ■

Selbst die Fahrt durch die Waschstraße ist weitläufig. Der im Auto sitzende Fahrer kann bis ans Ende sehen. An diese Art des Ausgesperrtseins könnten sich selbst Frauen gewöhnen.

Das generöse Bistro empfängt seine Gäste mit einladenden Sitzgelegenheiten. An den fast ausschließlich an den hohen Fenstern arrangierten Sitzgruppen verweilt der Kunde sehr gerne.

Bewertung	
Außeneindruck	70 %
Kundenorientierung	80 %
Bezahlung	80 %
Waschergebnis	100 %

ALLGUTH, MICHAEL DERSCH, MÜNCHEN

Siebzigtausend Kunden können nicht irren

Die Waschstraße in Münchens Süden ist die erste Waschstraße Deutschlands, die vom Verband der Automobilindustrie (VDA) mit dem Begriff „konform“ geadelt wurde. Dass sie darüber hinaus nach DIN EN ISO 9001 und 14001 TÜV-zertifiziert ist, ist nur allzu logisch. Doch bei aller Technik sprechen 70000 Wäschen pro Jahr eine eindeutige Sprache. Wen wundert's, dass der Stammkunden-Anteil bei Tankstellen-untypischen hohen 40 Prozent liegt.

Auf den ersten Blick wirkt die Waschstraße in der hellen Halle futuristisch. Die technischen Details: Die Christ-Waschanlage arbeitet mit Mikrofasermaterial am Seitenwischer, mit synthetischem Lammfell am Waschmitter plus Sensofil+. Hört sich nach viel Zeit an, doch dauert die Fahrt nur wenige Minuten. Nach Selbsttest bezeichne ich sie als frauentauglich. Die Fahrt selbst ist kurzweilig und interessant. Der Kunde verfolgt auf Leuchtanzeigen an den verschiedenen Stationen, was mit seinem Auto gerade geschieht. Kurz vor der Ausfahrt wird dem Kunden mit exakter Preisangabe angezeigt, welches Wasch-Programm das Fahrzeug durchlaufen hat. Das nenne ich gelebte Kundenorientierung. Nicht zu vergessen, die freundliche Begrüßung an der Einfahrt. Aus der Waschstraße kommend, geht es vis-à-vis direkt zu den überdachten Staubsaugerplätzen. Sechs Stück an der Zahl. Weitere Plätze zum Saugen sind neben den SB-Waschplätzen zu finden. Insgesamt gibt es fünfzehn Staubsaugerplätze. Mattenreiniger und Mattenklopfer komplettieren das Rundum-Programm fürs Auto.

Die Preise, die der Kunde für die Autowäsche zu bezahlen hat, entsprechen dem typischen Münchner Niveau. Sie fangen bei 8,90 Euro an und enden bei 15,90 Euro. Doch das wird in Europas Autofahrerland Nummer eins gerne bezahlt. Ganz besonders dann, wenn der Kunde mit dem Ergebnis zufrieden ist. Und das ist er. Außerdem kann er mit den beworbenen Aktionen Geld sparen. Zum Beispiel mit einem Zehner-Block. Den gibt es zum Sonderpreis. Oder aber mit verschiedenen Waschaktionen. Die werden zu Sonderpreisen angeboten oder aber es gibt Zugaben verschiedener Art.

Um Stammkunden an die nächste Autowäsche zu erinnern und selbstverständlich auch zur Generierung von Neukunden, kommen zahlreiche Werbemaßnahmen in Form von Plakaten, Handzetteln, Spannbändern, Werbebildschirmen und Rundfunkspots zum Einsatz. ■

Ein Blick in die Christ-Waschstraße zeigt, wie sauber und technisch es hier zugeht. Diese Waschanlage arbeitet mit Mikrofasermaterial am Seitenwäscher, mit synthetischem Lammfell am Waschmitter plus Sensofil+.

Das Team um Pächter Michael Dersch mit der typisch roten Berufsbekleidung passt zum Marktauftritt von Allguth. So freundlich wie sie auf dem Foto lächeln, so freundlich agieren sie an der Station. Kunden fühlen sich gut aufgehoben.

AVIA-HAUS AM RING, ELISABETH AMMON, NÜRNBERG

Stadt-Station zum Einkaufen

Große Schaufenster laden bereits von draußen zum entspannten Shoppen ein. Im Geschäft ist es aufgeräumt und übersichtlich. Mit nur einem Blick hat der Kunde sich orientiert. Das gelingt sehr gut durch die in der Ladenmitte angeordneten überschaubaren Warenträger. Das Highlight ist die kleine, feine Weininsel. An den Wänden hohe Regale. Hier findet der Kunde die typischen Tankstellen-Produkte. Unter anderem Zeitungen und Zeitschriften.

Der Walk-in-Cooler bietet für jeden Geschmack Getränke. Ein Besonderheit im Shop ist das Wein-Angebot. Hier dürfen sich Weinzähne zuhause fühlen, sogar ein kleiner Weinkühlschrank ist vorhanden.

Vor ihnen ausreichend Platz, um ein wenig zu schmökern. Daran schließt sich der große Walk-in-Cooler an, mit breiter Auswahl. Die baulichen Gegebenheiten wurden bei der Shop-Gestaltung berücksichtigt. Störende Pfeiler sind perfekt eingebunden. Regale und Pfeiler, in dunklem Holzton, wirken edel und beruhigend. So lädt das am Pfeiler platzierte Lotto-Angebot zum Mitmachen ein. Fußboden und Decke sind kontrastreich in hellen Tönen gehalten. Ein weiterer Blickfang ist das Weinregal. Nicht von der Größe. Es hat einfach Klasse. Im unteren Bereich werden die Weine in Holz-Weinkisten platziert, darüber Regalböden. Auf Augenhöhe befindet sich in der Mitte des Regals ein kleiner Weinkühlschrank. Und über dem Regal mal nicht die typische Beschilderung. Dafür ein für den Weinanbau typisches Bild. Ganz unter dem Motto: Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Um zum Eyecatcher zu avancieren, wurde als Hintergrund eine Natursteinwand gewählt. Die Gestaltung des Shops spricht die Kunden emotional an. ■

Bewertung	
Außeneindruck	100 %
Inneneindruck	92 %
Bistro	80 %
Bedienung	82 %

GREENLINE-TANKSTELLE, WILHELM LOHMANN, MAGDEBURG

Ein Bistro zum Abschalten und Genießen

Greenline steht nicht nur für den Handel mit alternativen Kraftstoffen. Die Marke Greenline spiegelt sich in allem wider, was eine Marke ausmacht. Das Logo ein Eyecatcher, die Einrichtung erlesen und die Kleidung des Personals spricht an.

Das Bistro besteht aus Lounge, Brasserie und Terrasse. Der Gast kann es sich in der Lounge gemütlich machen. Für den Überblick nimmt er am Bistrotisch Platz. Sitzt er hier, kann er nicht nur alles überschauen, hier kann er, während er seinen Cappuccino genießt, surfen. Selbstverständlich auf Kosten des Hauses. Gesurft wird auf einem Lenovo-Computer oder auf einem iPad.

Doch fangen wir ganz vorne an. Bevor der Gast das Stationsinnere betritt, wird mit einem unübersehbaren Angebotsreiter auf das Bistro hingewiesen. Was soll es sein: ein Kaffee von Cup & Cino, dem Franchisepartner, frische Brötchen oder selbstgebackener Kuchen? Kein Kundenwunsch bleibt unerfüllt.

Der Shop besticht mit Übersichtlichkeit, Kundenführung und Ambiente. Rechts die Regale mit den typischen Waren. Links die Verkaufstheke. Zu Beginn die obligatorischen Artikel, daran anschließend ist Platz für die unterschiedlich belegten Sandwiches, die leckeren Backwaren und die verschiedenen Brötchensorten. Hinter der Theke der Cup & Cino-Bereich, daneben die gekühlten Getränke und dazwischen Platz zum Arbeiten.

In der Greenline Lounge vergisst der Kunde, dass er sich an einer Tankstelle befindet und das ist natürlich so gewollt. Kunden wünschen sich mehr solche Wohlfühlorte an Stationen.

Im Angebot sind: Tellergerichte, Tagesmenüs, frisches Obst, Milch und Milchprodukte sowie regionale Spezialitäten. Der Anblick erinnert an eine französische Brasserie. Dem Gast gehen wahrlich die Augen über. Doch auch daran denkt Greenline: auf jedem Tisch die Angebots-Karte von Lounge und Brasserie.

Sie lädt zum Wiederkommen ein, entweder zum Frühstück (kleines Frühstück, großes Frühstück, Sektfrühstück und Greenline Frühstück) oder für einen Snack zwischendurch (Baguette, Paninis, Hot Dogs, Greenline Burger) oder zum Mittagessen (Würzfleisch, Folienkartoffeln, Nudelauflauf, Lasagne) oder einfach um eines der köstlichen Getränke (mit und ohne Alkohol, Coffee und Shakes oder Longdrinks) zu genießen.

Hier vergisst der Gast ganz gewiss, wo er sich befindet. Denn die Räumlichkeiten sind mehr als nur ein Tankstellen-Bistro. Das Ambiente ist geprägt von hochwertiger Ausstattung, von einem überaus überzeugenden Angebot sowie von Service drinnen und draußen. Frühstück täglich ab sechs Uhr, Brunch auf der Terrasse, Catering- und Snackservice, was will der Gast mehr. Hier trifft er sich gerne mit Freunden und verweilt länger als eigentlich geplant. ■

Bei Greenline hat der Gast stets die Wahl: drinnen oder draußen sitzen. Und draußen hat er wieder die Wahl: auf der Terrasse vor dem Bistro oder ein wenig verborgen im Strandkorb.

PM TANKSTELLE MODOLO, WILFRIED PLUM, GEILENKIRCHEN

Nachhaltig an der Station

Bewertung

Außeneindruck	100 %
Kundenfreundlichkeit	83 %
Inneneindruck	83 %
Bezahlung	75 %

Nachhaltigkeit, ökologische Alternativen, grüne Energien, all das sind Ansätze, die der Kunde nicht mit einer Tankstelle in Verbindung bringt. Doch die Firma Pfennings hat die erste wirklich grüne Tankstelle Deutschlands. Der Kunde honoriert es. Der Stammkundenanteil liegt bereits bei 35 Prozent.

Was machbar ist, um die Umwelt zu schonen, wurde umgesetzt. Natürlich nicht um jeden Preis. Ökologisches Energiemanagement ist immer ein Balanceakt. Die Devise der Firma lautet: eine Win-Win-Win-Situation herstellen. Soll heißen: Umwelt schonen – Kosten sparen – Kunden zufriedenstellen. Das Engagement wird mit dem neu ausgelobten Innovationspreis gewürdigt.

Die PM-Tankstelle beschreitet nicht nur in punkto Nachhaltigkeit neue Wege. Auch drinnen wird Neues ausprobiert. Pizza Jungle und Coffee Jungle sind noch jung, aber schon ein Renner.

Zu den eingesetzten grünen Techniken gehören: Photovoltaik, Wasseraufbereitung, Solarthermie, Pelletheizung, LED-Technik und Stromoptimierung. Auf allen Dächern sind Solarmodule. Die Photovoltaik-Anlage deckt tagsüber den Eigenbedarf und speist Strom ins Netz ein. Das warme Wasser für die SB-Waschplätze wird von der Sonne erzeugt. Auch bei Minusgraden friert es nicht, wenn es auf dem Boden ankommt. Er ist beheizt. Das Regenwasser wird an der Station aufgefangen. Der unterirdische Tank hat fasst 50 000 Liter. Damit benötigt die Tankstelle so gut wie kein Wasser von den öffentlichen Wasserwerken. Dank der Aufbereitung des Brauchwassers entsteht so gut wie kein Abwasser.

Soweit die technischen Details. Die Maßnahmen sind auch für den Kunden sichtbar und das gibt ihm ein gutes Gefühl hier zu tanken. Die Solarmodule sieht er, egal ob er an der Zapfsäule steht oder im Bistro verweilt. Auch die Pelletheizung wird nicht versteckt. Zudem werden Pellets in Säcken zum Verkauf angeboten. Ebenso nimmt er die LED-Beleuchtung wahr. Das alles gibt ihm ein positives Gefühl und animiert ihn gewiss zum Wiederkommen. ■

schulz@tankstelle-magazin.de

Tank & Rast – die Nr. 1 an deutschen Autobahnen

Kundenwünsche werden immer individueller. Auch, wenn es um die Pause geht. Oberstes Ziel von Tank & Rast ist es daher, jedem Gast mit bestem Service und attraktiven Angeboten seine Wünsche zu erfüllen und die Pause so angenehm wie möglich zu gestalten. Und das in ganz Deutschland: Unsere rund 720 Tankstellen, Raststätten und Shops stehen den Autobahn-Reisenden sieben Tage die Woche rund um die Uhr zur Verfügung.

Herzlich willkommen zu bestem Service.

Lassen Sie es sich bei uns gut gehen. Ob Sie etwas essen, einkaufen, Ihr Baby wickeln oder eine saubere und hygienische SANIFAIR Toilette nutzen wollen, wir sind gerne für Sie da. Erholen Sie sich bei uns für eine sichere Weiterfahrt.

Wir freuen uns auf Sie!

Unsere starken Marken.

Serways

Gusticus

SANIFAIR

Autobahn Tank & Rast

www.tank.rast.de • www.serways.de • www.sanifair.de

TANK & RAST