

bft

NACHRICHTEN

Das Magazin für Mitglieder des Bundesverbandes Freier Tankstellen



Titelthema

Der bft feiert 25 Jahre
Stephan Zieger

Verband und Branche

25 Jahre bft-Logo

MEW

EU-Energiepolitik – zwischen
Markteffizienz und Bürokratie

MEINE TANKE

...

... hat alles,
damit die Winterkälte
mich nicht kratzt.



– JETZT BESTELLEN –

DAS NEUE WINTERPLAKAT

www.eft-service.de/shop

frei und fair – Ihre freie Tankstelle

Ein gutes Wappen an Deutschlands Straßen

bft-Tankstellen sind beliebt und auch sehr bekannt. Glaubt man den Aussagen vieler kontaktierter Gesprächspartner in Politik und Wirtschaft, müsste unser Marktanteil viel höher sein, denn alle beteuern: Ich tanke fast immer bei den Freien.

bft und Freie Tankstelle sind ein Synonym geworden. Der Weg dorthin war lang und wird nie enden. Eine Marke zu pflegen bedeutet ständige Marktpräsenz in den relevanten Produktlinien.

Als 1959 / 60 die Gründungsväter das klassische Wappen mit dem Wort FREIE und dem T darunter entwickelten, wählten sie zunächst die Schwarz-Weiß-Variante. Frei nach dem Motto: Einfach im Auftritt, klar in der Aussage, kein Schnickschnack.

Einige Jahre später wurde es dann doch bunt. Dabei war die Auswahl der noch verfügbaren Farben für Tankstellen nicht mehr allzu groß. Orange als Modefarbe der bunten 60er und 70er lag da nahe. Man erinnere sich noch der bunten Autos in den Schockfarben Grün, Gelb oder Orange. Auch da war man im Trend der Zeit.

Mitte der 80er erfolgte eine eher moderate Überarbeitung des Zeichens, indem das Wort Freie durch das Verbandskürzel **bft** ausgetauscht wurde. Damit verband man zwei Ziele: In diesen Jahren gab es teilweise erbitterte Qualitätsdiskussionen beim Kraftstoff

zwischen Marken- und unabhängigen Tankstellen. Die Mitglieder des **bft** hatten sich hier nichts vorzuwerfen. Mit eigenen Qualitätssicherungskonzepten und der Fokussierung auf den **bft** wollte man sich vom sonstigen unabhängigen Tankstellenmarkt distanzieren. Dieser Ansatz gelang und seitdem ist der **bft** von Qualitätsdiskussionen nicht mehr betroffen. Das **bft**-Zeichen, wie es ab jetzt genannt wurde, war Teil dieses Weges.

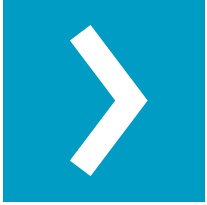
Wichtig bis dahin war auch der Wunsch des sanften Übergangs. Nicht jedes **bft**-Mitglied wollte und konnte sofort die neue Linie an seinen Tankstellen fahren. Ein gleitender Übergang der Zeichen und die parallele Verwendung der alten und neuen Zeichen wurden aus Wirtschaftlichkeitsüberlegungen bewusst in Kauf genommen.

Das änderte sich erst 1989 / 90, als nach langer Diskussion im Vorstand das jetzt als antiquiert und zu martialisch empfundene Wappenschild vom noch heute verwendeten **bft**-Zeichen mit dem Straßensymbol abgelöst wurde. Es erhob sich zunächst vielfacher Widerstand bei traditionell eingestellten Mitgliedern, nicht zuletzt, weil mit dem neuen Zeichen auch das gesamte Design der Tankstelle modernisiert wurde. Hätte nicht gleichzeitig die Weltgeschichte mit der Wiedervereinigung Kapriolen geschlagen, hätte die

Umstellung im **bft**-Netz sicher erheblich länger gedauert. So wurden alle in den neuen Bundesländern gebauten **bft**-Stationen mit dem neuen Design ausgestattet. Sie waren plötzlich die Benchmark für das Bestandsnetz und der Großteil der **bft**'ler begann, auf das neue Design umzustellen.

Dieses Update im Design war unbedingt notwendig. Der Vorstand hatte Weitsicht bewiesen und das notwendige Glück an seiner Seite, um das Vorhaben zum Erfolg zu führen. So können wir heute sagen: Herzlichen Glückwunsch zu 25 Jahren **bft**-Logo!

➤ *Ihr Axel Graf Bülow*



Die nächsten *bft*-Termine:

31.05. – 02.06.2016

Jahreshauptversammlung, Berlin

26. / 27.10.2016

Arbeitstagung, Kassel

Beilagen in dieser Ausgabe:

- » eft – Bestellformular Plakate 2016
- » O.M.R. Oil Market Report
- » PWM – *bft* Sonderedition 2015

- > **Titelthema**
 - Der **bft** feiert 25 Jahre Stephan Zieger 6
- > **Verband und Branche**
 - Verband unter neuer Fahne 10
 - Zahlen aus dem Tankstellenmarkt 14
 - BDWi - Aktion „Praxis für Politik“ 16
 - Politikerpraktika 17
 - Dr. Hans Conrad Fischer: Zwischen Film- und Tankstellenbranche 18
 - bft**-Portrait: Carsten Müller 26
 - OLG Karlsruhe: Autowaschanlage beschädigt Fahrzeug 28
 - Gebührenreduzierungen bei girocard und Kreditkarten 30
 - Unwirksame Entgeltklausel bei Geschäftsgirokonten 32
 - bft**-akademie 36
- > **MEW News und Infos**
 - EU - Energiepolitik 22
- > **BDWi News und Infos**
 - Flüchtlinge - Wie geht es weiter? 24
- > **Fundsache**
 - Tankstellen weltweit 27
- > **Neues von der eft**
 - Werbung für Ihre Tankstelle 34
- > **Schnell den Verband gefragt**
 - Temperaturfestigkeit bei Dieselmotoren 39
- > **Kleinanzeigen**
 - Bistro-Einrichtung 40
- > **Aktionen**
 - Plakate 2016 für Ihre Station 41
 - bft**-Winterfashion 42
 - bft**-Öle / BÄRO Einbauleuchten 43
- > **Neu im Shop**
 - Die neuen Artikel im Online-Shop 44
- > **Kolumne**
 - Grob gesagt 46

Impressum

bft-Nachrichten
Magazin für Mitglieder des **bft**
erscheint 6x im Jahr

HERAUSGEBER

Bundesverband Freier Tankstellen
und Unabhängiger Deutscher
Mineralölhändler e.V. (**bft**)
Tel.: 0228/91029-0
Fax: 0228/91029-29
www.bft.de
info@bft.de

REDAKTION

Axel Graf Bülow (Chefredaktion)
Bernd Scheiperpeter
Birgit Limbach
Julia Pater
Stephan Zieger (Politik, Verband)

redaktion@bft.de

VERLAG

Einkaufsgesellschaft freier
Tankstellen mbH, Bonn (eft)

ANZEIGENLEITUNG

Birgit Limbach, Julia Pater
Tel.: 0228/91029-0
Fax: 0228/91029-45

anzeigen@bft.de

ANZEIGENSCHLUSS

Es gilt die Medialiste 2016.

LAYOUT & SATZ

Kopfstrom GmbH, Bonn

DRUCK

Druckerei Heimbach, Bad Honnef

BEZUGSPREIS

Für **bft**-Mitglieder im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Für unverlangt eingereichte Manuskripte
wird keine Haftung übernommen.



Seite 6. Der **bft** feiert 25 Jahre
Stephan Zieger



Seite 10. 25 Jahre **bft**-Logo

BILDNACHWEIS

Seite 6, 26: Birgit Limbach
Seite 16: BDWi
Seite 17: Stephan Zieger
Seite 18: Julia Pater
Seite 20: Conrad Fischer KG
Seite 27: Deinhard Dittert

Es begann mit einer Chiffre-Anzeige ...

DER BUNDESVERBAND FREIER TANKSTELLEN FEIERT 25 JAHRE STEPHAN ZIEGER



2015: eft-Geschäftsführer Bernd Scheiperpeter (l.) gratulierte Jubilar Stephan Zieger.

Seit nunmehr 56 Jahren steht der Bundesverband Freier Tankstellen e. V. (**bft**) für umfassende Beratung und Engagement gegenüber dem Tankstellenmittelstand und den unabhängigen Mineralölhändlern. Ob auf politischer, wirtschaftlicher oder sozialrechtlicher Ebene, der Verband steht seinen Mitgliedern stärend zur Seite. Dabei können diese sich auf erfahrene Köpfe verlassen – wie beispielsweise auf Geschäftsführer Stephan Zieger, der am 1. Oktober dieses Jahres sein 25-jähriges Verbandsjubiläum feierte.

Eigentlich war alles ganz anders geplant: Zieger studierte Jura in Bonn und begann anschließend 1986 sein Referendariat in Aachen. Eine beeindruckende Station während dieser Zeit war für ihn der Deutsche Bundestag. Von dort brachte der gebürtige Mechernicher nicht nur gute Zeugnisse mit, sondern auch den Wunsch, zurückzukommen, um dort zu arbeiten. Allerdings waren zu jener Zeit alle Stellen besetzt. Ein Glück für den Tankstellenmittelstand. Denn so wurde Zieger 1990 auf eine Stellenausschreibung im Bonner Generalanzeiger aufmerksam. Die sehr offen formulierte Chiffre-Anzeige führte ihn zu einem Vorstellungsgespräch beim damaligen **bft**-Geschäftsführer und heutigen Hauptgeschäftsführer Axel Graf Bülow. Es folgte die Vorstellung beim **bft**-Vorstand, die bei Zieger jedoch kein gutes Gefühl hinterließ. Doch seine Einschätzung trug. Er bekam die Stelle. So begann Stephan Zieger am 1. Oktober 1990 als Assistent der Geschäftsführung im Bereich Beratung.

Schon drei Jahre später machte die gestiegene Mitglieder- und Tankstellenzahl eine Umstrukturierung des Verbandes notwendig. Auf der Jahreshauptversammlung 1993 wurde beschlossen, Axel Graf Bülow den Posten des Hauptgeschäftsführers und Stephan Zieger den des Geschäftsführers zuzuteilen.

Gemeinsam Herausforderungen meistern

In 25 Jahren hat die Branche und mit ihr der heutige **bft**-Geschäftsführer viel erlebt. Vor allem aber der Preiskampf im Jahr 2000 war eine Herausforderung für Verband und Mitglieder, an die sich auch Zieger noch gut erinnert: „Das damals neu von der DEA eingeführte Payback-Modell ließ die Betreiber freier Tankstellen verzweifeln. Viele standen am Rande ihrer Existenz.“ Um gegen diese Entwicklung vorzugehen, organisierte der **bft** eine Demonstration vor der Raffinerie in Wesseling bei Köln. Mit 80 Tankwagen und etlichen Mitgliedern zog der Korso um die Raffinerie und setzte ein Zeichen gegen Wettbewerbswidrigkeit. „Natürlich prägte diese Entwicklung auch die damalige Mitgliederversammlung in Potsdam. Spontan kam es hier zu einer Podiumsdiskussion zwischen den damaligen Gesellschaften“, erinnert sich Zieger. Der beharrliche Einsatz des **bft** und das Sammeln, Bündeln und Übergeben von Daten an das Kartellamt stoppten schließlich den Preiskampf. Der Verkauf von Kraftstoff unter Einstand wurde verboten und es kehrte langsam wieder Normalität ein.

Offenes Ohr für die Mitglieder

Neben derlei brisanten Ereignissen bestimmen bis heute viele weitere Themen Ziegers Arbeit beim Verband. Ob bei Landesgruppentagungen, der jährlichen Jahreshauptversammlung, der **bft**-Arbeitstagung oder der Messe TANKSTELLE & MITTELSTAND, Stephan Zieger ist bei den Veranstaltungen des Verbandes vor Ort, um seinen Bericht aus der Geschäftsstelle in Bonn vorzustellen und den Mitgliedern als Ansprechpartner zur Verfügung zu stehen. Ebenso berichtet der Jurist von Beginn an in den



1995: Stephan Zieger (r.) zusammen mit dem damaligen Verkehrsminister Matthias Wissmann auf der JHV in Bonn.

bft-Nachrichten über diese Branchenzusammenkünfte, gibt Rechtstipps und informiert über Entwicklungen im Tankstellenbereich. Ein weiteres Steckenpferd des CDULers ist die vom BDWi durchgeführte Aktion „Praxis für Politik“, bei der Politiker ein eintägiges Praktikum in Unternehmen absolvieren. Seit gut zehn Jahren kümmert sich Zieger um die Durchführung der Praktika und vermittelt Politiker an Tankstellen von Verbandsmitgliedern. Bedeutend für die Branche ist außerdem die jährlich erscheinende Branchenstudie, um deren Erscheinen sich ein Team kümmert, dem auch Stephan Zieger angehört.

Wohlgefühl in der entwicklungsweisenden Tankstellenbranche

Für Bernd Scheiperpeter, Geschäftsführer der Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen (eft), zeichnet sich Zieger aber „vor allem durch seine Nähe zu den Mitgliedern“ aus. Bei Fragen und Problemen weiß der **bft**-Geschäftsführer Zieger stets Rat und falls er selbst nicht aushelfen kann, so kennt er die richtige Stelle dafür. Aktiv fördert der Jurist den wichtigen Erfahrungsaustausch und die Vernetzung zwischen den Mitgliedern des Verbandes und den Unternehmen. Heute möchte Stephan Zieger in keinem anderen Sektor tätig sein: „Unsere Branche ist einfach zu schön dafür. An der Tankstelle passieren Entwicklungen immer zuerst.“ Na denn, herzlichen Glückwunsch und auf die nächsten 25 Jahre.

> eft / JP



1991: Die erste Tankstellenmesse für Stephan Zieger fand damals noch in Hanau statt.



Axel Graf Bülow, Hauptgeschäftsführer des bft.

„Rechtsanwalt Stephan Zieger ist seit 25 Jahren meine rechte Hand im **bft**. Mit seinem profunden Wissen in allen Belangen des Tankstellengeschäfts und seinem Fingerspitzengefühl für die Belange der Mitglieder und der Mitarbeiter in der Geschäftsstelle hat er sich hohes Ansehen innerhalb und außerhalb des Verbandes erworben. Die Steuerung des Verbandes über zwei Standorte konnte nur gelingen, weil Stephan Zieger die Bonner Geschäftsstelle auf vorbildlich loyale Weise leitet und den Kontakt zur Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen pflegt.

Herzlichen Glückwunsch zum 25-jährigen Dienstjubiläum, Kollege Stephan Zieger, und auf weiterhin gute Zusammenarbeit!“



bft-Hauptgeschäftsführer Axel Graf Bülow



Jochen Vieler, Schatzmeister des bft.

„Ich freue mich persönlich, dass der **bft** einen so langjährigen Mitarbeiter an den Verband binden konnte. Seine Zuverlässigkeit und Fachkompetenz haben den **bft** in den vergangenen Jahren mit zu dem gemacht, wie er sich heute darstellt. Wir freuen uns auf eine weitere zukunftsgerichtete Zusammenarbeit. Herzlichen Glückwunsch an Herrn Zieger.“



bft-Schatzmeister Jochen Vieler

Anzeige



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 740 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.



Autobahn Tank & Rast

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



Verband unter neuer Fahne

VOR 25 JAHREN BEKAM DER BFT SEIN HEUTIGES LOGO

1990 ist in der Geschichte des Bundesverbandes freier Tankstellen (**bft**) ein entscheidendes Jahr. In diesem Jahr beschloss der Verband auf seiner Jahreshauptversammlung in Celle im September die Einführung des aktuellen **bft**-Zeichens. Ursprünglich demonstrierten die Mitglieder des Verbandes ihre Zugehörigkeit zum Verband mit dem sogenannten „freie-T-Zeichen“, das die Gemeinschaft schon in den 60er Jahren als Markenzeichen hatte registrieren lassen. Um sich deutlicher von Nachahmern abzusetzen, die mit ähnlichen Zeichen

Hiermit konnte sich der **bft** deutlicher von der nicht verbandsgebundenen Konkurrenz absetzen. Das Streifen-Design trug zu einem frischeren und moderneren Erscheinungsbild der Tankstellen bei.

Von der Konkurrenz abheben

Der damalige **bft**-Vorstand, allen voran der Vorsitzende Franz Förster, strebte eine deutlichere Unterscheidbarkeit der verbandsgebundenen freien von den nicht verbandsgebundenen

„die Neugestaltung des Designs der freien Tankstellen“ war. Dort wurde ein Fahrplan für die Einführung des neuen Erscheinungsbildes festgelegt. Vorstand und Geschäftsführung beschlossen, keine Werbemittel mit dem alten **bft**-Zeichen mehr herzustellen und den Abverkauf dieser Werbemittel über die Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen (eft) einzuleiten. Grund: Die Beschleunigung der Umstellung auf das neue Design.

Franz Förster war der Motor für die Umstellung. Ihm zur Seite standen aus dem Vorstand Erwin Bald, Willi Müller



Das „Freie T-Zeichen“ im Wappen wurde ab den 1960er Jahren zum Logo des bft.



In den 80er Jahren führte der Verband das „bft-T“ ein, um sich noch deutlicher von der Konkurrenz abzusetzen.



25 Jahre tritt der Bundesverband Freier Tankstellen nun schon unter diesem Logo auf.

auf ihre Eigenschaft als freie Tankstelle hinwies, wurde in den achtziger Jahren das „**bft**-T“ eingeführt, das aber in der Mitgliedschaft nur auf ein zurückhaltendes Echo stieß. Parallel dazu fanden erste Versuche mit dem Streifendesign für die Dachattika statt.

freien Wettbewerbern an. Das war in den achtziger Jahren auch schon beim Thema Kraftstoffqualität zum Vorteil der Mitglieder praktiziert worden.

Zu Beginn des Jahres 1990 kam der Vorstand zu einer Sitzung zusammen, deren einziger Tagesordnungspunkt

und Emil Fahrer. Der Vorstand war sich einig, dass eine Probestation im neuen Erscheinungsbild ausgerüstet werden sollte. Diese Probestation wollte Franz Förster einrichten.

Bei den Ausrüsterfirmen, vor allem bei Neon Reinhard aus Münster und

bei Boos & Hahn (später Westiform) aus Ortenberg, bekam der **bft** Unterstützung. Besuche und Diskussionen prägten den Verlauf des Jahres 1990.

Einig war sich der Vorstand im Wegfall des alten Wappenzeichens bei Streifen und Schriftzug. Hier sollten Attika und Zapfsäulen entsprechend umgestaltet werden. An das Wappenzeichen auf dem Preismast sollte zunächst noch nicht Hand angelegt werden, obwohl der gesamte Vorstand sich eigentlich einig war, „dass auch hier die Einführung des Schriftzuges **bft**‘ statt des Wappenschildes gestalterischen Reiz hat.“ Im Rahmen der weiteren Diskussion fand im Mai 1990 erstmals eine Präsentation in Münster bei der Firma Neon Reinhardt statt. Das dort Gesehene beflügelte den Vorstand mit einer entsprechenden Vorlage in die Mitgliederversammlung im September in Celle zu gehen.

Vorher trafen sich noch die Mitglieder des BAT-Arbeitskreises im **bft** am 23. Mai 1990 in Travemünde. Dort wurde das neue Blickfangschild zum ersten Mal einer größeren Zahl von Mitgliedern des Verbandes vorgestellt. Der angesprochene Personenkreis war einstimmig dafür, diesen Entwurf umzusetzen. Einstimmig beschlossen wurde auch, die Bundesautobahntankstellen des Verbandes zeitnah

umzurüsten. Emil Fahrer wurde beauftragt, mit der Firma Neon Reinhardt ein Angebot für die Mitgliedsfirmen auszuhandeln.

Erfolgreich in den neuen Bundesländern

Am 14. September war dann der große Tag. Bei der internen Mitgliederversammlung wurde den Mitgliedern ein von der Firma Neon Reinhardt gefertigtes **bft**-Zeichen und das Modell eines Preismastes gezeigt. Franz Förster erläuterte die Möglichkeiten der Umgestaltung. Darauf entspann sich eine intensive Diskussion über das Für und Wider einer solchen Entscheidung. Förster verwies für den Vorstand auf die Vorteile. Die Befürworter des alten Wappenschildes argumentierten mit dem Bekanntheitsgrad des alten Zeichens. Am Ende der sehr emotional geführten Diskussion stand ein einstimmiger Beschluss, das neue Erscheinungsbild als Ziffer 1 c der Zeichensatzung einzuführen.

c) „**bft**-Zeichen“, rechteckig mit einer größeren Breite als Höhe, weißer Grund mit einer stilisierten doppel-spurigen Straße von unten links nach oben rechts verlaufend, sich nach oben verjüngend, die Fahrstreifen in orange, der Trennstrich in weiß,

quer über die Straße die Buchstaben „**bft**“ in schwarzer Schrift mit weißem, schwarz umrandeten Schatten. Abwandlungen der o. g. Zeichen in Farbe und Gestaltung unterliegen ebenfalls dieser Zeichensatzung.

Für diejenigen, die noch auf das Wappenzeichen in der Form des **bft**-T oder des noch älteren Freie-T-Zeichens setzen wollten, sollte diese Möglichkeit weiterhin fortbestehen bleiben. Der auf der Versammlung gezeigte Prototyp wurde schon kurz darauf an der **bft**-Autobahntankstelle Nievenheim-Ost gezeigt. Hans-Willi Müller von der Firma Kutteneuler aus Köln hatte sich den Prototyp kurzentschlossen für sich gesichert.

Die anderen Autobahntankstellen folgten sehr rasch in der ersten Monaten des Jahres 1991. Was dann aber geschah, war für alle Beteiligten eine große Überraschung. In den damals „neuen Bundesländern“ war die Gründung einer freien Tankstelle ein attraktives Modell für die neue Gewerbefreiheit. Große Anziehung auf die neuen Mittelständler hatte der **bft**. Dementsprechend statteten viele ihre Tankstellen im neuen Erscheinungsbild aus. Auch die größeren Mittelständler gingen rasch mit Partnern und Niederlassungen in die neuen Länder. Dort hielt das neue Erscheinungsbild schnell

Eines der bekanntesten Zeichen auf dem deutschen Tankstellenmarkt

Einzug. Auch hier war Franz Förster zusammen mit seinen Freunden Hans Ley, Emil Fahrer und Heinz Koch Vorreiter. Die Gruppe, die sich den Namen FTB Freie Tankstellenbetriebe gab, baute **bft**-Tankstellen in Thüringen und Sachsen. Auch die Firma Walther aus Schweinfurt stattete ihre Tankstellen in Thüringen mit dem **bft**-Zeichen aus. Das gleiche galt für die Diegelmann-Gruppe, die Firma Günther aus Bebra und eine große Zahl von Einzelbetreibern, wie beispielsweise die Firma Krüger aus Brandenburg, Ziliax aus Kamsdorf, Würke aus Neuenhagen, Morgenstern aus Lauter im Erzgebirge und viele andere aus den neuen Ländern selber. Auch die Mabanft-Tochter MHK, heute Oil!, baute Tankstellen in den neuen Ländern im neuen Erscheinungsbild.

Bald wurde in den alten Bundesländern bemerkt, welche Möglichkeiten mit dem neuen Erscheinungsbild bestanden. Zu den genannten Firmen, die auch in den alten Bundesländern ihre Tankstellen auf **bft** umstellten, stießen die Firmen Heimbürger, Kutenkeuler, Bald, Holtkamp und viele Einzelbetreiber hinzu. Teilweise wurden in diesen Firmen direkt im Anschluss an die Mitgliederversammlung entsprechende Umrüstungspläne gestartet, so dass sehr rasch bundesweit eine große Zeichenfamilie entstand.

Das „Tüpfelchen auf dem i“, so vermerkt es das Protokoll der Mitgliederversammlung, sollten „bessere und modischere Anzüge und Kittel für die Tankwarte und Kassen- und Shop-Personal“ werden. Auch dies

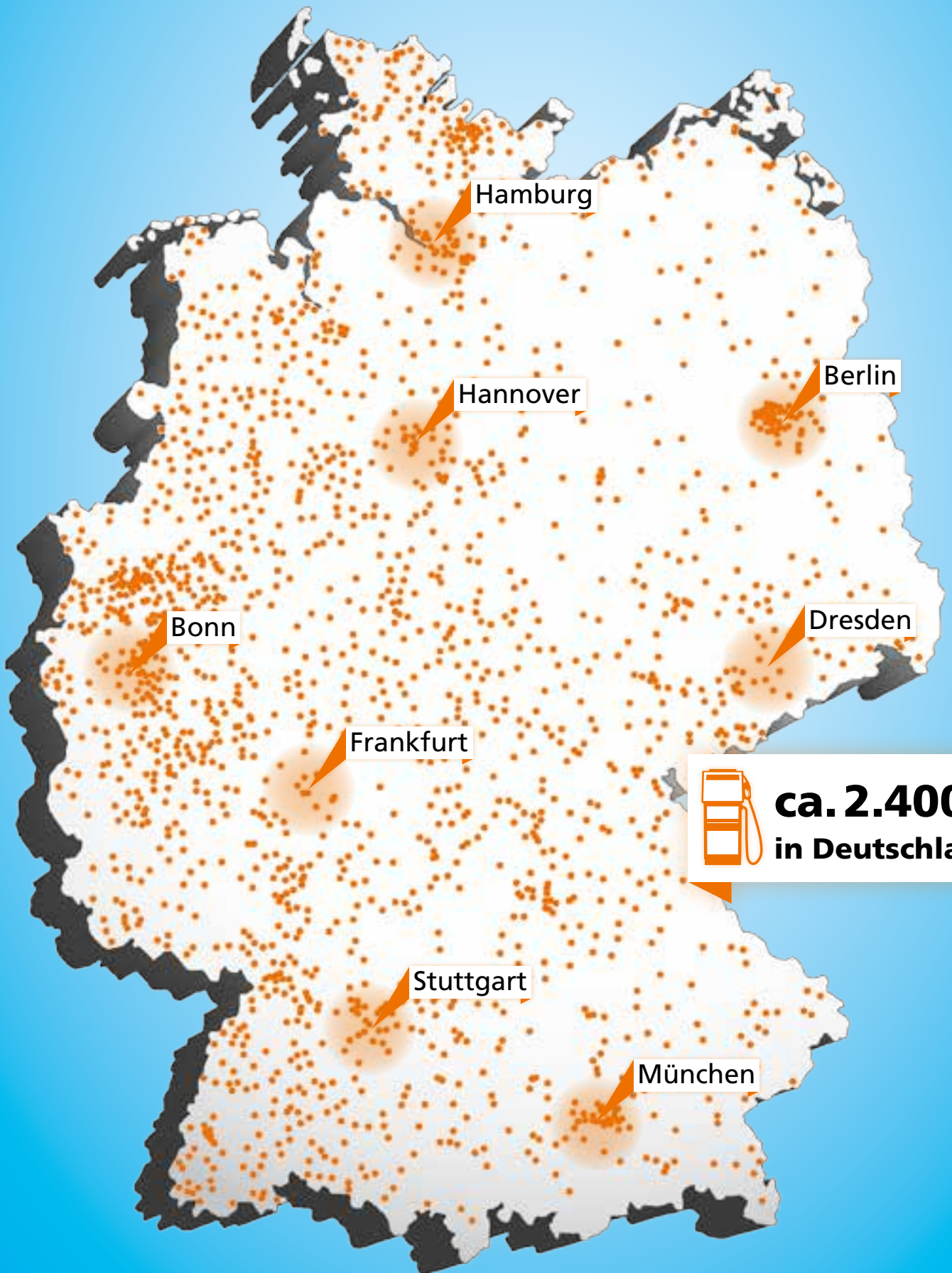
wurde rasch umgesetzt und ist heute Teil eines großen Berufsbekleidungsprogramms der eft.

Heute, 25 Jahre nach dem Beschluss von Celle, zählt das **bft**-Zeichen zu den bekanntesten Zeichen auf dem deutschen Tankstellenmarkt und signalisiert die Zugehörigkeit zu einer großen Zeichenfamilie.

 **bft** / Stephan Zieger



Seit 1990 flaggen viele Mitglieder des Verbandes unter dem heutigen Logo.



ca. 2.400 x
in Deutschland

Zahlen aus dem Tankstellenmarkt

	01.07. 2015	01.01. 2015	01.07. 2014	01.01. 2014	01.07. 2013	01.01. 2013	01.01. 2012	01.01. 2011	01.01. 2010	01.01. 2009	01.07. 2008
bft *4	2425	2337	2339	2.315	2251	2251	1809	1785	1660	1647	1645
Aral	2369	2377	2377	2.381	2380	2384	2391	2406	2407	2392	2330
Shell	1970	1985	1985	2.044	2077	2077	2088	2071	2080	2162	2161
Total	1124	1109	1097	1.093	1009	982	969	962	965	975	980
Esso	1007	1005	1012	1019	1052	1052	1077	1089	1106	1126	1144
AVIA	833	837	813	809	798	783	787	778	775	782	791
Jet (Philips 66)	798	792	782	779	771	763	753	743	733	721	724
Raiffeisen *1	644	642	631	597	570	623	623	611	611	609	596
Orlen	557	558	556	555	557	558	567	517	520	511	514
ENI (Agip)	444	444	440	435	430	428	437	437	460	504	567
Tamoil / HEM	395	392	380	402	397	393	389	390	387	358	283
OMV	300	301	302	305	305	314	317	380	388	396	398
Westfalen	258	250	250	250	248	249	247	247	249	246	247
OIL!	221	221	219	215	197	196	198	195	193	195	197
Hoyer *2	186	183	178	176	173	165	148	118	105	85	82
Q1 Tankstellen- vertrieb	185	182	179	176	174	174	166	165	157	131	126
Lühmann (Classic) *3	112	110	108	108	100	100	84	80	77	76	74
BayWa	107	94	95	105	107	108	110	97	106	108	108
Lother (Nordoel, LTG)	100	100	100	97	97	97	94	92	90	89	88
HPV	82	79	79	77	76	76					
Sprint	57	57	58	58	59	60					
Calpam	57	57	57	56	56	56	57	56	56	55	57
SCORE	44	43	43	43	43	43	44	43	43	41	39
Eller Montan	jetzt OIL	jetzt Oil	jetzt OIL	jetzt OIL	37	37	37	37	37	38	38
Pinoil	30	30	30	30	30	30	30	31	30	-	-
Bavaria Petrol	30	30	30	30	30	30	29	30			
SVG	11	11	11	12	12	12	12	12	12	12	12
Supermarkt Stationen	270	270	270	270	270	270	280	305	320	320	320
Sonstige Uniti- Eigenmarken *5					530	530	580	590	730	780	830
Übrige *6	2250	2300	2400	1400	1500	190	250	300	113	100	100
Doppel- zählungen 79	-250	-250	-250	-250	-230	-200	(200)	(200)			
Gesamt	14191	14209	14242	14272	14281	14328	14373	14367	14410	14447	14506

*1 – OhneBayWa

*2 – Einschließlich Automaten-Stationen

*3 – Vier weitere Straßentankstellen werden unter „Classic“ von der Firma Jorczyk im Raum Celle betrieben.

*4 – Einige **bft**-Mitgliedsfirmen werden vom EID selbstständig erfasst

*5 – Die in der Uniti (Bundesverband mittelständischer Mineralölunternehmen) organisierten Unternehmen halten nach eigenen Angaben insgesamt 5020 Tankstellen

*6 – Weder im **bft** noch in der Uniti organisiert und in der Tabelle sonst nicht enthalten

(7) – Zahl in Klammern bedeutet minus - Doppelzählungen siehe *5

Alle Jahre wieder veröffentlicht der EID (Energieinformationsdienst) seine Marktzahlen. Auch die Halbjahreszahlen 2015 bestätigen, dass der Tankstellenmarkt relativ zur Ruhe gekommen ist. Die großen vier liegen immer noch unverändert, wobei sich der Abstand zwischen Aral und Shell leicht vergrößert hat. Genauso setzt Total sein leichtes Wachstum fort. Auch Jet, die HEM und auch einige Mittelständler legen leicht zu. Unverändert belegt der **bft**, wenn er denn nur eine Gesellschaft und nicht knapp 500 einzelne Mitgliedsfirmen wäre, eine Spitzenposition. Wieder wachsen will auch die ESSO, so konnte man im EID lesen.

Für diejenigen, die Tankstellen betreiben, enthält die zahlenmäßige Entwicklung eine durchaus positive Botschaft: Einen Trend zur Schließung gibt es derzeit nicht. Gute Standorte sind in der Branche wieder etwas wert. Wer sich jetzt von Standorten trennt, verliert Marktanteile. Ein anderer Trend konnte in den letzten Jahren und auch verstärkt auf der Messe TANKSTELLE & MITTELSTAND beobachtet werden: Neubauten sind wieder gefragt. Gute Standorte werden erneuert bzw. durchrenoviert. Qualitatives Wachstum ist angesagt. Immer mehr setzen auch auf Aufenthaltsqualität in ihren Stationen und erweitern so die Möglichkeiten, positive Erträge für das eigene Geschäft zu generieren.

Auf der Jahreshauptversammlung in Lübeck erläuterte **bft**-Hauptgeschäftsführer Axel Graf Bülow die **bft**-Zahlen: Die 2 425 Tankstellen des Verbandes werden betrieben von zurzeit 495 Mitgliedern. 369 Mitglieder haben eine Tankstelle. Knapp 70 Mitglieder betreiben zwischen zwei und fünf Tankstellen. Elf Mitgliedsfirmen betreiben zwischen sechs und zehn Tankstellen. 15 Mitgliedsfirmen betreiben mehr als zehn aber unter 20 Tankstellen. 30 Mitglieder haben über 20 Tankstellen. (siehe Tabelle unten)

Achtung: Die regionale Verteilung der Mitgliedsfirmen ergibt sich wie folgt, wobei die Zugehörigkeit zur Landesgruppe sich aus dem Sitz der Firma ergibt. Die Tankstellen selber können in einer anderen Region liegen.

Im Berichtszeitraum (Stichtag 30.05.2015) verließen 19 Mitglieder den Verband und neun traten hinzu. Von den 19 Mitgliedsfirmen, die den Verband verließen, blieb fast zwei Drittel der Tankstellen im **bft**, weil die Firmen Anlehnung an ein größeres Verbandsmitglied suchten.

Übrigens: Seit diesem Datum hat sich die Anzahl der Mitglieder um weitere acht erhöht. Positiv auf die Anzahl der im Verband organisierten Tankstellen zu Buche schlug im Berichtszeitraum der Hinzutritt zweier großer Mitgliedsfirmen.

 **bft** / Stephan Zieger

Landesgruppe		Mitglieder	Tankstellen
LG 1	NORD	53	774
LG 2	WEST	133	552
LG 3	MITTE	84	201
LG 4	SÜDWEST	99	306
LG 5	SÜD	90	389
LG 6	OST	36	203
Gesamt:		495	2 425

BDWi-Aktion „Praxis für Politik“ – eine Idee wird erwachsen

Die Idee, Politikern kurze Praktika anzubieten, um ihnen den Alltag in der Wirtschaft ein Stück näher zu bringen, ist 2003 beim Bundesverband der Dienstleistungswirtschaft (BDWi) entstanden. Auslöser war – wie so oft – eine Geschichte in der Bild-Zeitung. Politiker seien vollkommen abgehoben und hätten jeglichen Bezug zu dem Leben der normalen Menschen verloren, hieß es da. Das ist Quatsch. Bundes-



Michael H. Heinz, Präsident des BDWi.

tagsabgeordnete arbeiten selten weniger als 60 Stunden pro Woche. Wer im Wahlkreis Erfolg haben möchte, muss unter Menschen gehen. Viele dieser Abgeordnetentermine sind Besuche von Vereinen und die Teilnahme an Veranstaltungen. Das ist gut. Allerdings spielt sich ein wichtiger Teil des normalen Lebens in der Arbeitswelt

ab. Hier knüpft „Praxis für Politik“ an mit dem Angebot, den Abgeordneten einen Einblick in die Arbeitswelt zu ermöglichen.

Auswahl für Abgeordnete Im BDWi sind 20 Branchenverbände des Dienstleistungssektors organisiert. Damit kann der BDWi den Abgeordneten ein breites Angebot an Praktikumsmöglichkeiten in ihrem Wahlkreis anbieten.

Das Angebot erstreckt sich von Altenpflege, über Garten- und Landschaftsbauunternehmen, Tankstellen bis zur Zeitarbeit und vielen weiteren Branchen. Die Auswahl ist wichtig. Einige Abgeordnete, die bereits 2003 teilgenommen haben, sind auch in diesem Jahr immer noch dabei.

Entwicklung „Praxis für Politik“ ist mit zwanzig vermittelten Praktika auf kleiner Flamme gestartet. Seit 2011 konnte aber pro Jahr mehr als 100 Abgeordneten ein Praktikumsangebot unterbreitet werden. Insgesamt sind bereits deutlich mehr als 1 000 Praktika absolviert worden. Seit 2004 waren auch immer Tankstellen dabei.

Das erste Tankstellen-Praktikum im Rahmen von „Praxis für Politik“ absolvierte die jetzige finanzpolitische Sprecherin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion Antje Tillmann, MdB in Thüringen, am 20. Juli.2004. In den letzten Jahren war die Anzahl der vermittelten Tankstellenpraktika immer zweistellig. In diesem Jahr konnten

zwölf Praktikumsplätze für Abgeordnete bereitgestellt werden.Und darum funktioniert es so gut

Entscheidend ist auf dem Platz. Was für den Fußball gilt, gilt genauso bei „Praxis für Politik“. Die Aktion funktioniert seit 13 Jahren so gut, weil die allermeisten Abgeordneten mit einem guten Gefühl aus dem Praktikumstag herausgehen. Sie haben ein neues Unternehmen und oft auch eine ganz neue Branche kennengelernt, sind mit engagierten Unternehmern und deren Mitarbeitern ins Gespräch gekommen und im besten Fall hat sogar eine regionale Zeitung berichtet. Nur so ist es möglich, dass derselbe Abgeordnete auch im darauffolgenden Jahr ein Praktikum absolviert und seinen Kollegen im Bundestag erzählt, dass es sich lohnt, bei „Praxis für Politik“ mitzumachen.

Darum bedanken wir uns als BDWi ganz herzlich bei allen Unternehmern, die sich bisher engagiert haben und den Abgeordneten die betriebliche Praxis ein kleines Stück näher gebracht haben.



Michael H. Heinz /
Präsident des BDWi

Politikerpraktika

MATTHIAS HEIDER IN LÜDENSCHIED



Peter Kirfel und Jochen Vieler empfangen Dr. Matthias Heider (v.l.n.r.) an der Tankstelle in Lüdenschied.

Dr. Matthias Heider hatte sich im Rahmen der Aktion „Praxis für Politik“ den Standort Lüdenschied für seinen Besuch gewählt. Dr. Heider kam wohlvorbereitet am 18. September zu der **bft**-Tankstelle Kirfel. Betreiber Jochen Vieler und sein Pächter Peter Kirfel empfingen den Politiker, der mit einer umfangreichen Frageliste ausgestattet war.

Nach einer Vorstellung der Beteiligten, des Verbandes und der Mitarbeiter der Tankstelle, konfrontierte Dr. Heider Jochen Vieler mit seinen vielfältigen Informationswünschen. Zentrale Themen waren die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, Fragen zur Preisgestaltung und zur Markttransparenzstelle. Jochen Vieler erläuterte die Mechanismen bei

der Entstehung der Benzinpreise. Sachkundig hakte der Bundestagsabgeordnete, der auch Mitglied des Ausschusses für Wirtschaft und Energie ist nach und erhielt so tiefere Einblicke in den Markt. Jochen Vieler überreichte ihm die aktuelle Branchenstudie aus dem Hause Scope, in der der Tankstellenmarkt umfangreich erläutert wird.

Heider sicherte zu, bei Problemen auch Ansprechpartner für die Mittelständler zu bleiben und so wurde der Praktikumstag mit einem Rundgang über die Station beschlossen.

 **bft** / Stephan Zieger

Anzeige

bft

KUTTENKEULER
LUBRICANTS

Qualität die überzeugt

MADE IN GERMANY

Premium Scheiben- und Kühlerfrostschutz

www.kuttenkeuler.de

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



Dr. Hans Conrad Fischers Herz schlägt nicht nur für Film und Rundfunk, sondern auch für seine Tankstelle.

London, New York, Marktschellenberg

DR. HANS CONRAD FISCHERS LEBEN ZWISCHEN FILM- UND TANKSTELLENBRANCHE

Entspannt sitzt Hans Conrad Fischer in einem Sessel im Foyer des Radisson Blu Senator Hotels in Lübeck. Zur Jahreshauptversammlung des Bundesverbandes Freier Tankstellen (**bft**) ist er extra aus dem oberbayrischen Marktschellenberg angereist. Zwischen den Versammlungen nimmt sich der 89-Jährige die Zeit, um über seine Jahre in der Tankstellenbranche zu berichten – und über sein aufregendes Leben als international erfolgreicher Regisseur und Filmproduzent.

Studiert hatte Fischer in Heidelberg und München – Philosophie, Germanistik, Theaterwissenschaften, Kunstgeschichte sowie Zeitungswissenschaften. Nebenbei volontierte er bei der Rhein-Neckar-Zeitung, deren Herausgeber zu jener Zeit u. a. Theodor Heuss war. Von der Zeitung aus wurde Fischer 1947 zu den Salzburger Festspielen geschickt. Ein einschneidendes Erlebnis, denn hier erzählte ihm Emil Jannings, erster Oscar-Gewinner überhaupt, viel über Hollywood. Doch damit nicht genug. Noch als Student begann Fischer beim Radiosender ORF zu arbeiten. Der

österreichische Schriftsteller Ernst Schönwiese war dort sein Chef und „strenger Lehrer“, wie Fischer erzählt. Die Zeit bei Schönwiese sollte für den gebürtigen Berchtesgadener prägend und zukunftsweisend werden. Nicht nur Thomas Manns erste Tonaufnahme nach dessen Rückkehr aus Amerika erlebte er hier mit. Schönwiese verabredete auch ein Treffen zwischen Fischer und Prof. Dr. Edgar Hederer, der den Studenten zu der Anfertigung einer Doktorarbeit animierte. So promovierte Fischer 1954 mit der ersten Doktorarbeit zu den Salzburger Festspielen unter dem Titel „Die Idee der Salzburger Festspiele und ihre Verwirklichung“. Es folgte von 1955 bis 1961 die Leitung der Literatur- und Hörspielabteilung des ORF-Landesstudios Salzburg, die Fischer mit 28 Jahren als bis dato jüngster Leiter übernahm. In dieser Zeit arbeitete der engagierte Radiomacher an vielen Produktionen, probierte Neues aus und schlief oft nur fünf Stunden am Tag. Erste Fernsehsendungen machte Fischer ab 1958. Im Jahr 1961 gründete er schließlich seine Firma, die Fischer Film- und Fernsehproduktion.



Im Berchtesgadener Anzeiger erschien am 28. Juni 1955 eine Anzeige zur neu eröffneten Tankstelle.

Von Theodor Heuss, Ernst Schönwiese und Thomas Mann zu George Hoellering und der Royal Festival Hall

Die Filmbiographie „Das Leben Mozarts“ führte letztendlich zum großen Durchbruch als Filmemacher. George Hoellering, österreichisch-britischer Kinomanager und Filmregisseur, urteilte über den Film: „Er hat einen einzigen riesen Fehler: Er kam fünf Jahre zu früh heraus! Ich lade den Chef der Royal Festival Hall ein, ihn zu sehen.“ Tatsächlich stellte die Produktion mit ihren 140 Minuten Länge zu der Zeit ein Novum dar. 1967 folgte schließlich die Uraufführung in der Londoner Royal Festival Hall – der Film schlug ein wie eine Bombe. Auch nachfolgende Werke Fischers wie „Ludwig van Beethoven“ oder „Das Leben Anton Bruckners“ feierten internationale Erfolge in England, Amerika, Australien oder auch Neuseeland. Die Los Angeles Times befand: „Die verstorbenen Genies der Musikgeschichte haben endlich einen filmischen Meister, Hans Conrad Fischer.“

Kreativer Kopf im Tankstellengeschäft

Doch wie kommt jemand mit diesem Lebenslauf dazu, eine Tankstelle zu führen und Mitglied im Bundesverband Freier Tankstellen zu werden? Diese Geschichte geht auf Hans Conrad Fischers Vater zurück, der in

Marktschellenberg ein Wasserkraftwerk führte. Zu Zeiten des Zweiten Weltkriegs wurde er enteignet und bekam das Versprechen, nach dem Endsieg in Marktschellenberg eine Tankstelle bauen zu dürfen. Auch nachdem Deutschland den Krieg verloren hatte, blieb die Zusage bestehen. So entstand 1955 neben dem Wasserkraftwerk eine Tankstelle. Kurios erscheint, dass die Station innerhalb einer Halle gebaut wurde, damit die Bauarbeiten auch im Winter vorangehen konnten. Nach der Fertigstellung wurde die Halle um die Tankstelle herum einfach abgerissen.

Nun wollte Fischer auf seine Tankstelle – damals noch eine Shell-Station – aufmerksam machen und Kunden anlocken. Und hierfür hatte der kreative Kopf eine ganz besondere Idee: eine Edelweiß-Tankstelle. Er erwarb von einer ortsansässigen Gärtnerei, in der die Pflanze gezüchtet wurde, die Wurzeln und züchtete selbst viele tausende von Edelweiß. Als Dankeschön wurde jedem Tankstellenkunden eine Blume überreicht. Um auch in den Monaten, in denen das Edelweiß nicht blüht, ein Präsent zu haben, wurde die Pflanze zusätzlich auf dem Dachboden des Wasserwerks getrocknet. Der Clou bei der ganzen Aktion: Das Edelweiß ist eine Pflanze, die symbolisch für eine tief empfundene Zuneigung einem geliebten Menschen überreicht wird. Dieses kleine Give-away kam gut an. So gut, dass ein Shell-Mitarbeiter der Station in Marktschellenberg einen

Besuch abstattete, um in Erfahrung zu bringen, weshalb die Verkaufszahlen von Feuerzeugbenzin hier so enorm waren. Die Erklärung dafür war einzig und allein, dass das Benzin der günstigste Artikel im Shop war, und die Kunden es kauften, um ein Edelweiß zu bekommen.

Erste freie Tankstelle in Oberbayern

15 Jahre nach Eröffnung der Tankstelle trennte sich Fischer von der Shell. Der Konzern war damals der Auffassung, eine Station könne auf dem Dorf nicht geführt werden. Spitzbübisch lächelt der 89-Jährige: „Ich sagte daraufhin hin: „Eine Tankstelle kann man hier nicht führen – mit Ihnen.““ Und so öffnete in Oberbayern die erste



Als Dankeschön ein Edelweiß: Die Kunden freuten sich über das kleine Präsent.

freie Tankstelle. Da die Station nicht nur auf dem Weg ins Berchtesgadener Land lag, sondern weit und breit am günstigsten war, bildeten sich Autoschlangen bis auf die Bundesstraße. Das führte dazu, dass sich in den 80er Jahren wieder mehrere Konzerne um Fischers Tanke bewarben..

Eine erneute Verbindung mit dem Shell-Konzern von 1987 bis 1997 war das Resultat. „Anschließend wurde ich im **bft** heimisch und gestaltete die Station dementsprechend“, lächelt der ideenreiche Geschäftsmann. Doch ab 2002 erschwerte der Tanktourismus das Geschäft. Dadurch, dass Autofahrer vermehrt zum Tanken über die Grenzen nach Österreich fahren, musste Fischer über viele Jahre Geld in die Station investieren. Auch die anschließende Verpachtung der Tankstelle verlief nicht nur positiv. Das brachte Fischer so weit, seine geliebte Tankstelle stilllegen



Fischer war die Atmosphäre seiner Tankstelle stets wichtig. Die Station sollte nicht nur als technischer Zweckbau dienen, sondern auch ansprechend und einladend wirken.

zu wollen. „Aber dann telefonierte ich mit Herrn Zieger vom **bft**. Er schlug mir vor, mich mit Dietmar Possart und dessen BK Benzin-Kontor AG zusammenzutun. Und das funktionierte“, erzählt Fischer freudig.

Auf ein Neues

In diesem Jahr wurde die Station auf Vordermann gebracht. Das **bft**-Logo schmückt nun wieder Attika und Zapfsäulen, ein neues Bestellsystem erleichtert die tägliche Arbeit der Mitarbeiter. Waschanlage sowie Shop und Getränkemarkt bieten den Kunden eine große Auswahl. Vor allem die Qualitätsweine eines österreichischen Winzers locken Kunden von weit her an. Für Hans Conrad Fischer aber spielt besonders die Atmosphäre eine wichtige Rolle: „Eine Tankstelle muss für mich mit meiner 60-jährigen Erfahrung ausschauen wie ein Gasthaus, in das ich herein gehen möchte.“



*Wir bedanken uns bei Ihnen für die
erfolgreiche Zusammenarbeit in 2015!*

*Fröhliche Weihnachten
& einen guten Rutsch*

*Ihr **alvernmedia**-Team*



alvernmedia

Ihr Spezialist für Tankstellenwerbung

EU-Energiepolitik – zwischen Markteffizienz und Bürokratie

Die EU importiert 53 Prozent ihres Energieaufkommens für rund 400 Milliarden Euro¹. Das macht sie zum größten Energieimporteur der Welt. Mit ihrer ehrgeizigen Klimapolitik und der Energieunion möchte die EU ein krisenfestes, nachhaltiges und für den Verbraucher erschwingliches Energiesystem schaffen. Dadurch nimmt die Vielzahl der EU-Themen insbesondere für die Energiebranche stetig zu – die politische Rahmengesetzgebung durch die EU gewinnt mehr Bedeutung denn je. Die EU hat sich zum Ziel gesetzt, die bestehenden 28 nationalen Regulierungsrahmen in einen integrierten Energiemarkt umzuwandeln. Durch diese Vereinheitlichung des Binnenmarkts soll der Wettbewerb gefördert, Endkundenmarkt und Verbraucherschutz gestärkt werden. Der MEW und seine Mitgliedsverbände, wie der **bft**, sind gemeinsam mit unserem EU-Dachverband UPEI aktiver Begleiter der Gesetzgebungsverfahren. Nicht selten führen neue Regelungen einen erhöhten bürokratischen Aufwand für Unternehmen mit sich. Dagegen wendet sich die Mittelständische Energiewirtschaft. Im Folgenden stellen wir Ihnen einige aktuelle Beispiele vor:

Preisauszeichnung an Tankstellen

Mit der EU-Infrastrukturrichtlinie müssen die Mitgliedsstaaten in „nationalen Strategierahmen“ Ziele und Fördermaßnahmen zum Ausbau Alternativer Kraftstoffe festlegen. MEW und **bft** machen sich in Kooperation mit unserem

europäischen Dachverband UPEI bei der Kommission für das sogenannte „Schweizer Modell“ stark. Hintergrund ist die Umsetzung des Artikels 7 Absatz 3 der Infrastrukturrichtlinie, der eine Preisauszeichnung an Tankstellen insbesondere für Erdgas und Wasserstoff vorsieht. Diese soll dem Verbraucher eine bessere Vergleichbarkeit ermöglichen. Damit würde die Preisauszeichnung von Erdgas statt wie bisher in Euro je Kilogramm, zukünftig in Euro pro Benzinliter-Äquivalent an der Zapfsäule erfolgen. Danach würde je nach Gassorte ein Kilogramm CNG z. B. 1,2 Litern Benzin entsprechen und an der Zapfsäule so ausgewiesen werden. Diese Lösung wird zwar einige Änderungen mit sich führen, allerdings ist sie im Vergleich zu anderen Modellen die Variante mit dem vergleichsweise geringsten Aufwand und zugleich die am wenigsten irreführende für den Verbraucher.

Wettbewerbshürde für Marinediesel

Ein weiteres aktuelles Thema ist die Ungleichbehandlung von DMA-Marinediesel bei seiner zolltariflichen Einstufung. Der MEW und seine Mitgliedsverbände setzen sich politisch dafür ein, eine endgültige und praktikable Lösung herbeizuführen. In der jüngeren Vergangenheit ist ein Teil der deutschen Zollverwaltung dazu übergegangen, DMA-Marinediesel nicht mehr wie bisher als „Gasöl / Mitteldestillat“, sondern als „anderes Öl“ unter einer völlig anderen Warennummer einzustufen – anders als im europäischen Ausland, wo

DMA-Marinediesel weiterhin als Gasöl / Mitteldestillat klassifiziert wird. Die Einordnung als sonstiges Energieprodukt „anderes Öl“ hat zur Folge, dass DMA nun kein Steueraussetzungsprodukt mehr darstellt und damit unmittelbar der Verbrauchsteuerpflicht unterfällt. Er kann nicht mehr unter dem Steueraussetzungsverfahren weiterveräußert werden. Die davon betroffenen deutschen Unternehmen erleiden deshalb erhebliche Wettbewerbsnachteile.

Berichterstattungspflichten für Kraftstoffanbieter

Weiterhin akut sind die Berichterstattungspflichten des Artikels 7a der Kraftstoffqualitätsrichtlinie. Zu Beginn dieses Jahres wurde eine sogenannte Implementierungsrichtlinie eingeführt, die die Umsetzung der Berichterstattungspflichten regelt und genauer ausführt. Durch sie drohen der Branche der Kraftstoffanbieter eine verstärkte Bürokratisierung sowie Wettbewerbsnachteile. In Zusammenarbeit mit UPEI arbeiten MEW und seine Mitgliedsverbände mit Nachdruck darauf hin, dass auf EU-Ebene eine praktikable Lösung herbeigeführt wird: Die Implementierungsrichtlinie legt fest, dass Anbieter von Kraftstoffen u. a. über den Erwerbort Bericht erstatten müssen. Als Erwerbort gilt das Land und der Name der Verarbeitungsanlage, in der der Kraftstoff oder Energieträger der letzten wesentlichen Be- oder Verarbeitung im Sinne der Durchführungsvorschriften des Zollkodex unterzogen wurde. Einem Kraftstoffhändler, der direkt von der Raffinerie erwirbt, mag der Nachweis dieser Daten noch gelingen. Schwierig bis unmöglich wird es allerdings für diejenigen Kraftstoffhändler, die in der Lieferkette weiter hinten stehen. Denn diese Informationen stehen in der Regel nicht zur Verfügung. Der MEW setzt sich politisch für eine praktikable Lösung ein.

EU-Überwachung der Mitgliedsstaaten

Mit der sogenannten Governance für die Energieunion möchte die Europäische Union ein Lenkungssystem einführen, das es ihr ermöglicht, über die Umsetzung der Energiepolitik in den Mitgliedsstaaten zu wachen, ohne dabei unnötigen Verwaltungsaufwand zu schaffen. Ob und wie dies gelingt bleibt abzuwarten. Auch hier setzt sich der MEW zusammen mit UPEI weiterhin für die Interessen des Mittelstands ein.

Fazit

Schaut man sich einige der aktuellen Themen an, zeigt sich, dass die EU sich die Erreichung ihrer Ziele, wie die Förderung des Wettbewerbs und den Bürokratieabbau, nur teilweise auf die Fahnen schreiben kann. Dabei sind die EU-Bürokratisierung und die Vereinheitlichung des Binnenmarkts altbekannte, dennoch wichtige Themen. Darüber hinaus nehmen neue energiepolitische EU-Themen schon allein in der Anzahl zu. Sie gewinnen damit – auch für die Arbeit auf nationaler Ebene – zunehmend an Bedeutung. Für diese leistet der MEW die entscheidende Weichenstellung.



MEW / Dr. Steffen Dagger

1. Paket zur Energieunion der Europäischen Kommission vom 25.02.2015, S. 3.

Flüchtlinge – wie geht es weiter?

Die Flüchtlingskrise hat sich in den letzten Monaten deutlich verschärft. Schätzungen gehen von bis zu 15 000 Flüchtlingen täglich aus, die in Deutschland ankommen. Die jüngsten Nachrichten – unter anderem über tausende Afghanen, die jeden Tag aus ihrem Land Richtung Europa aufbrechen – machen deutlich, dass das Ende der Fahnenstange noch nicht erreicht ist.

Wie ist die Lage?

Bereits jetzt scheinen die Kapazitäten zur Aufnahme von Flüchtlingen erschöpft zu sein. Das gilt für geeignete Gebäude genauso wie für Mitarbeiter und Freiwillige, die die Versorgung der Flüchtlinge sicherstellen. Das Dublin-Abkommen ist immer noch faktisch außer Kraft gesetzt. Die wiedereingeführten Kontrollen an der Grenze zu Österreich sind wirkungslos. Der Schlüssel zur Lösung der Probleme liegt in den Herkunftsländern.

... und die Bundesregierung?

Ob die Bund-Länder-Beschlüsse zu Flucht und Asyl ausreichen, um den weiteren Zuzug von Flüchtlingen nach Deutschland abzusenken, muss zumindest mit einem Fragezeichen versehen werden. Ein Scheitern ist jedoch mit großen politischen Risiken verbunden. Die Stimmung in der Bevölkerung könnte kippen. Bund und Länder werden nicht darum herumkommen, ein weiteres Maßnahmenpaket zu schnüren. Solange Deutschland deutlich attraktivere Leistungen anbietet als seine europäischen Partner und das

Dublin-Kriterium „Einreise aus einem sicheren Herkunftsland“ bei der Entscheidung über die Zulässigkeit eines Asylanspruchs keine Rolle spielt, wird der Immigrationsdruck auch nicht sinken. Vor diesem Hintergrund ist es sinnvoll, dass die Bundesregierung auch auf die Integrationskraft des Arbeitsmarktes setzt. In einigen Regionen Deutschlands fehlt es Unternehmen nicht nur an Fachkräften, sondern überhaupt an geeigneten Mitarbeitern. Bei diesen Unternehmen besteht Interesse, Flüchtlinge zu beschäftigen.

Chancen auf dem Arbeitsmarkt

Der Bundesverband der Dienstleistungswirtschaft macht sich dafür stark, alle geeigneten Flüchtlinge mit Bleibeperspektive so schnell und gut wie möglich in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Hier bieten sich zahlreiche Chancen, zum Beispiel in der Altenpflege oder in baunahen Branchen wie dem Garten- und Landschaftsbau. Erste Schritte hat die Bundesregierung bereits unternommen.

Einstieg in Ausbildung

Die Voraufenthaltsdauer, bevor Geduldete mit Berufsausbildungsbeihilfe gefördert werden können, von vier Jahre auf 15 Monate zu verkürzen, ist ein Fortschritt. Insbesondere für Jugendliche ist dieser Zeitraum immer noch sehr lang. Darum sollte eine weitere Verkürzung geprüft werden.

Bleibeperspektive

Knackpunkte bei der Bereitstellung von Ausbildungsplätzen sind Aufenthaltsstatus und Bleibeperspektive. Der Aufenthaltsstatus sollte bei Vorliegen eines Ausbildungsvertrages für die gesamte Dauer der Ausbildung gesichert werden – ohne unsichere jährliche Verlängerungen. Eine solche Bleibeperspektive – nach erfolgreich absolvierter Ausbildung – würde es für Unternehmen attraktiver machen, Ausbildungsplätze für Asylsuchende mit hoher Bleibeperspektive und Geduldete bereit zu stellen.

Auch in der Altenpflege besteht Spielraum. Jungen Asylbewerbern und Flüchtlingen mit einer Bleibeperspektive in Deutschland muss ein schnellerer Weg in die Pflegeberufsausbildung ermöglicht werden. Dazu gehört einerseits die Gewährung eines längerfristigen Aufenthaltstitels für die gesamte Ausbildungsdauer mit anschließender Übernahmeperspektive für die Unternehmen und andererseits umfangreiche Sprachkurs- und Vorbereitungsangebote, um die Ausbildungsreife der jungen Menschen sicherzustellen



BDWi / Matthias Bannas

Berufsorientierung

Praktika zur Berufsorientierung für Geduldete und Asylbewerber sollen nicht länger von einer Zustimmung der Bundesagentur abhängig sein. Das bedeutet insbesondere für den Mittelstand weniger Bürokratie.

Branchenbeispiele

Die Zeitarbeit wäre als Branche prädestiniert dafür zu helfen, Flüchtlinge zügig in den deutschen Arbeitsmarkt zu integrieren. Personaldienstleister sind Experten, wenn es darum geht, Qualifikationen und Fähigkeiten von potenziellen Mitarbeitern zu identifizieren. Um den Weg für die Zeitarbeit freizumachen und die Expertise der Personaldienstleister für die zügige Integration von Flüchtlingen auf dem Arbeitsmarkt zu nutzen, muss deswegen das umfassende Verbot eines Einsatzes in Zeitarbeit durch ein Zustimmungsverfahren der Bundesagentur für Arbeit ersetzt werden.

Wer ist eigentlich ...?



bft-Portraits: In jeder Ausgabe der **bft**-Nachrichten stellen wir Ihnen die Landesgruppensprecher des Verbandes vor. Dieses Mal im Interview: Carsten Müller, Sprecher der Landesgruppe West.



Carsten Müller

Alter:	41
Geburtsort:	Troisdorf / Rhein-Sieg-Kreis
Wohnort:	Neunkirchen-Seelscheid / Rhein-Sieg-Kreis
Familie:	verheiratet, 3 Söhne (4 / 6 / 8 Jahre)
Ausbildung:	Diplom-Betriebswirt (FH)
Beruf:	Geschäftsführender Gesellschafter der Kutteneuler GmbH, Köln.
Funktion im bft:	Betreiber von 58 Tankstellen Sprecher der Landesgruppe West (seit 2009)

Hobbies:

Alte Vespa-Roller, Golf, Fliegenfischen, Fußballtrainer meiner Söhne

Das beeindruckt ihn:

Menschen, die in der heutigen Zeit noch Ecken und Kanten, sprich Profil und Charakter, haben.

Das zeichnet ihn aus:

Verbindlichkeit, Pragmatismus, Geradlinigkeit, Empathie

Das fasziniert ihn an der Tankstellenbranche:

Trotz völlig homogener Hauptprodukte gleicht keine (mittelständische) Tankstelle der anderen. Kundenorientierte Diversifizierung ist damit das Erfolgsrezept des Tankstellenmittelstands.

Tankstellen weltweit



Tankstelle auf Burano, gefunden von Deinhard Dittert.

Haben auch Sie eine kuriose, ausgefallene oder besonders schöne Tankstelle entdeckt? Dann freuen wir uns, wenn Sie sie mit uns teilen. Senden Sie dazu einfach ein Bild der Station an redaktion@bft.de und nennen Sie uns den Entstehungsort.



Waschanlage Mineralölvertrieb Bald, Lüdenschheid



Volles Licht bei halben Kosten

LED - das Licht der Zukunft für Ihre Tankstellenwerbung.

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

www.neon-reinhardt.de



FIRMENGRUPPE  HERMANN BRÜCK
Düsseldorf . Essen . Münster



Umrüsten auf LED

ob Preisanzeige
Dachstrahler
Transparente
Attikabeleuchtung



 **SPONTAN
WERBUNG**

06631 - 3300

www.spontan-werbung.de

Oberlandesgericht Karlsruhe:

SPOILER ABGERISSEN - AUTOWASCHANLAGE BESCHÄDIGT SERIENMÄSSIG AUSGERÜSTETES FAHRZEUG

Ist die Autowaschanlage konstruktionsbedingt nicht für serienmäßig ausgerüstete Pkws eines bestimmten Fahrzeugtyps geeignet (hier: Renault Wind & Day TCe 100), haftet der Betreiber der Waschanlage für Schäden am Fahrzeug durch den Waschvorgang (hier: Abriss des serienmäßigen Spoilers).

Der Sachverhalt

Ein Autofahrer fuhr mit seinem Pkw Renault Wind Night & Day zu einer Tankstelle, um dort das Fahrzeug in einer Portalwaschanlage reinigen zu lassen. Bei dem Fahrzeug handelte es sich um eine Cabrio-Limousine, die serienmäßig mit einem Heckspoiler aus Kunststoff ausgestattet war.

Waschanlage reißt Spoiler ab

Nach Beendigung des Waschvorgangs wies das Fahrzeug Schäden auf. Durch den Waschvorgang war der Heckspoiler abgerissen worden. Der nun klagende Autofahrer hat erstinstanzlich von der Betreiberin der Autowaschanlage Schadensersatz verlangt. Sein Fahrzeug sei vor Beginn des Waschvorgangs unbeschädigt gewesen. Zu der Beschädigung sei es durch eine Fehlfunktion der Waschanlage gekommen.

Die Entscheidung der Vorinstanz

Das Landgericht hatte die Klage abgewiesen. Zwar stehe nach der durchgeführten Beweisaufnahme fest, dass am Fahrzeug des Klägers in der Waschanlage der Beklagten ein Schaden in der vom Kläger angegebenen Höhe entstanden sei. Für diesen Schaden sei die Beklagte jedoch nicht verantwortlich, denn es treffe sie kein Verschulden. Die Waschanlage habe einwandfrei funktioniert. Aus dem Gutachten ergebe sich, dass die Konstruktion des klägerischen

Fahrzeugs dafür ursächlich gewesen sei, dass der serienmäßige Heckspoiler unter bestimmten Voraussetzungen Angriffspunkt für eine Krafteinwirkung der Bürsten und Rotoren der Waschanlagen sein könne, was im vorliegenden Fall – von der Beklagten nicht zu vertreten – zum Abriss des Spoilers geführt habe.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Berufung des Autofahrers. Er ist der Auffassung, die Entscheidung des Landgerichts sei aus Rechtsgründen unzutreffend. Die Beklagte habe den Schaden, der an seinem Fahrzeug durch die Waschanlage entstanden sei, zu vertreten. Zumindest habe es die Beklagte versäumt, in geeigneter Form darauf hinzuweisen, dass an seinem Fahrzeug während des Waschvorgangs erhebliche Schäden entstehen könnten.

Das Urteil des Oberlandesgerichts Karlsruhe (Az. 9 U 29/14)

Die Beklagte haftet für den Schaden des Klägers gemäß § 280 Abs. 1 BGB. Der Schaden wurde durch eine Pflichtverletzung verursacht, welche die Beklagte zu vertreten hat, so das Oberlandesgericht Karlsruhe in seinem Urteil Az. 9 U 29/14.

Der Schaden ist bei der Benutzung der Waschanlage entstanden. Jeder Fahrzeugbesitzer, der seinen Pkw in einer Waschanlage waschen lässt, erwartet, dass dabei keine Schäden entstehen, die in keinem Verhältnis zu dem relativ geringen Entgelt für die Benutzung der Waschanlage stehen. Für den Betreiber einer Waschanlage ergibt sich daher aus dem Waschanlagen-Vertrag eine Nebenpflicht, dafür zu sorgen, dass Fahrzeuge in der Waschanlage durch den Waschvorgang nicht beschädigt werden. Dabei handelt es sich nicht nur um eine Pflicht, in einer bestimmten Art und Weise tätig zu werden; vielmehr handelt es sich um eine erfolgsbezogene Verpflichtung.

Die Verpflichtung, beim Waschvorgang Schäden vom klägerischen Fahrzeug abzuwenden, hat die Beklagte verletzt. Die Beklagte hätte, um das Fahrzeug des Klägers vor Schäden zu bewahren, im Rahmen des Waschstraßen-Vertrages eine Waschanlage zur Verfügung stellen müssen, die zur Wäsche des Fahrzeugs in diesem Sinne geeignet war. Eine solche Waschanlage hat die Beklagte dem Kläger nicht zur Verfügung gestellt. Vielmehr ist die von der Beklagten betriebene Portalwaschanlage zum Waschen des Fahrzeugtyps Pkw Renault Wind Night & Day generell ungeeignet. Denn aus technischen Gründen besteht ein deutliches Risiko, dass die Waschanlage bei Fahrzeugen dieses Typs erhebliche Schäden verursacht. Dies ergibt sich aus dem erstinstanzlichen Gutachten.

„Nicht-Zusammenpassen“ von Fahrzeug und Portalwaschanlage

Fahrzeuge vom Typ des klägerischen Pkw und Waschanlagen, wie die von der Beklagten betriebene Portalwaschanlage, passen konstruktiv nicht zusammen; die Schadensentstehung ergibt sich aus der Formgebung des klägerischen Pkw und der übrigen Beschaffenheit dieses Fahrzeugs, im Zusammenspiel mit der Wirkungsweise der Waschanlage (vgl. dazu die Formulierung in einem gleichartigen Fall im Urteil des AG Ludwigsburg vom 02.11.2007 - 4 C 1536/07 -, Rn. 21, zitiert nach Juris). Da die Beklagte aufgrund des Waschanlagen-Vertrages verpflichtet war, für einen schadensfreien Waschvorgang zu sorgen (siehe oben), ergibt sich aus dem „Nicht-Zusammenpassen“ von Fahrzeug und Portalwaschanlage aus Rechtsgründen die Pflichtverletzung der Beklagten.

Eigentümer eines Serienfahrzeugs rechnet nicht mit ungeeigneter Waschanlage

Der Eigentümer eines Serien-Pkw rechnet grundsätzlich nicht damit, dass eine Waschanlage – konstruktionsbedingt – Schäden an seinem Fahrzeug verursachen kann, welche wirtschaftlich in keinem Verhältnis zum Entgelt für den Waschvorgang stehen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Beklagte nicht verpflichtet ist, für beliebige Fahrzeuge einen Waschanlagen-Vertrag abzuschließen. Vielmehr hat sie es in der Hand, Fahrzeuge zurückzuweisen, für welche die Waschanlage nicht geeignet ist, oder bei denen – unter Berücksichtigung der technischen Möglichkeiten der Waschanlage – ein erhöhtes Schadensrisiko besteht (vgl. BGH, NJW 2005, 422, 424).

Gericht:

Oberlandesgericht Karlsruhe,

Urteil vom 24.06.2015 - 9 U 29/14

Gebührenreduzierungen bei girocard und Kreditkarten

**EINIGE BANKEN NEHMEN DIE
HERAUSFORDERUNGEN ZUM
KAMPF UM DIE GIROCARD
MIT PIN AN**

Die girocard-Gebühren stehen bereits seit vielen Jahren unter Druck. Ein erstes deutliches Ergebnis konnte 2010 für die Kunden der Mineralölindustrie erzielt werden. Mit Unterstützung des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes sowie des Verbandes der Volks- und Raiffeisenbanken, die bereit waren, eine Senkung der Gebühren von ca. 0,26 Prozent auf fast 0,2 Prozent vorzunehmen, konnten bereits zu dieser Zeit die durchschnittlichen girocard-Gebühren von ca. 0,26 Prozent auf ca. 0,22 Prozent gesenkt werden. Allerdings machten alle anderen Banken noch nicht mit.

Erneuter Druck kam 2013 / 2014 auf die girocard-Gebühren und damit auf die Banken zu. Das Bundeskartellamt forderte, dass ab 1.11.2013 eine girocard nur noch autorisiert werden durfte, wenn vorher mit den jeweiligen Bankenkonzentratoren – das sind inzwischen neun – entsprechende individuelle Entgeltvereinbarungen abgeschlossen wurden. Um dieses Ziel zu erreichen, haben sich zur Unterstützung dieser notwendigen Verhandlungen Händlerkonzentratoren herausgebildet. Bereits sehr früh hat sich WEAT dieser Aufgabe für seine Kunden angenommen. Inzwischen sind alle Netzbetreiber auch als Händlerkonzentratoren tätig. In intensiven Verhandlungen mit den Banken konnten weitere Gebührensenkungen zum 1.11.2014 durchgesetzt werden.

Parallel zu diesen Aktivitäten wurde durch die EU eine neue Verordnung – die sogenannte MIF-Regulierung – erlassen, nach der zukünftig ein Teil der Gebühren, die sogenannte Interchange, für Kreditkarten und Debitkarten reguliert wurde. Danach darf ab dem 9.12.2015 die Interchange für eine Kreditkartentransaktion mit Consumer-Cards – das sind deutlich über 80 Prozent der Kreditkarten – nur noch maximal 0,3 Prozent vom Umsatz betragen. Für Debitkarten



gilt eine Maximalgrenze von 0,2 Prozent vom Umsatz. Es wurde von der Deutschen Kreditwirtschaft lange darum gerungen, zu argumentieren, dass das deutsche girocard-System nicht unter diese MIF-Verordnung fällt. Inzwischen ist aber die Entscheidung gefallen, dass auch die girocard sich dieser MIF-Verordnung unterwerfen muss.

Bereits zum 1.5.2015 konnte WEAT seinen Kunden Konditionen für die girocard von unter 0,2 Prozent anbieten. Damit war mit Ausnahme der noch geltenden Mindestentgelte die MIF-Verordnung schon fast umgesetzt. Allerdings kamen die girocard-Gebühren durch die vielen Aktivitäten des Handels, unterstützt auch durch den **bft**, unabhängig von der MIF-Verordnung weiter massiv unter Druck. Es wurde mit vielen Aktionen den Banken deutlich gemacht, dass man sehr gerne zu attraktiven Konditionen die girocard weiterhin mit PIN akzeptieren würde, man allerdings mit dem garantierten Lastschriftverfahren eine deutlich kostengünstigere Alternative hat. Zwischen März und September haben dann umfangreiche Aktivitäten der verschiedensten Verbände und auch die Verhandlungen der Netzbetreiber dazu geführt, dass ein deutliches Umdenken bei mehreren Banken erfolgte.

Einige große Banken haben die Situation rechtzeitig erkannt und sich dieser neuen Herausforderung aktiv gestellt. Andere Banken haben zwar auch in die richtige Richtung gedacht, sind dabei aber noch etwas zögerlich. Leider gibt es auch immer noch Banken, die zwar eine Reduzierung der Gebühren akzeptiert haben, diese aber aus Händlersicht eher unbefriedigend ist. Hier wird wohl eher wieder darauf spekuliert, im „Windschatten“ von den Geldinstituten mit den großen Gebührenreduzierungen zu profitieren.

Dennoch, nun ist es so weit: Es wird für Kreditkarten ab dem 9.12.2015 und für die girocard mit PIN bereits ab dem 1.12.2015 für alle Kunden zu deutlichen Gebührensenkungen kommen. Für girocard wird die Grenze von 0,2 Prozent deutlich unterschritten werden.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen sehr gerne zur Verfügung.

WEAT Electronic Datenservice GmbH

Mailkontakt: office@weat.de

Uwe Dziuk – Daniela Bobrowski

Bundesgerichtshof: Unwirksame Entgeltklausel für Buchungen bei der Führung von Geschäftsgirokonten

Urteil vom 28. Juli 2015 – XI ZR 434/14

Der u. a. für das Bankrecht zuständige XI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat die Unwirksamkeit einer Klausel erkannt, die als Teilentgelt für die Führung eines Geschäftsgirokontos einen einheitlichen „Preis pro Buchungsposten“ festlegt.

Der Kläger, ein eingetragener Kaufmann, nimmt die beklagte Sparkasse aus eigenem und abgetretenem Recht auf Rückzahlung von vereinnahmten Kontoführungsgebühren in Anspruch.

Der Kläger und die Zedenten sind auf dem Gebiet der Vermittlung und Verwaltung von Versicherungsverträgen tätig und übernehmen dabei auch das Beitragsinkasso im Auftrag des jeweiligen Versicherers; sie verwalten ca. 25 000 Versicherungsverträge. Dabei kommt es häufig zu einer Rückbelastung von Lastschriften, wofür die Beklagte auf der Grundlage ihrer Allgemeinen Geschäftsbedingungen und des Preis- und Leistungsverzeichnisses – neben den Fremdgebühren und einem mit dem Kläger gesondert vereinbarten Entgelt für die Bearbeitung der Rücklastschriften – ein „Buchungspostenentgelt“ („Preis pro Buchungsposten“) in Höhe von 0,32 Euro erhebt.

Mit der Klage begehrt der Kläger die Rückzahlung der von der Beklagten in den Jahren 2007 bis 2011 berechneten Buchungspostenentgelte in Höhe von 77 637,38 Euro nebst Zinsen. Er meint, die Buchungspostenklausel verstoße gegen § 307 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 BGB und sei daher unwirksam.

Die Klage hatte vor dem Landgericht Erfolg, während sie vom Oberlandesgericht abgewiesen worden ist. Auf die vom Oberlandesgericht zugelassene Revision hat der XI. Zivilsenat dem Kläger Recht gegeben und das landgerichtliche Urteil wiederhergestellt. Die Entscheidung beruht auf folgenden Erwägungen:

Nach § 307 Abs. 3 Satz 1 BGB unterliegen unter anderem solche Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Inhaltskontrolle, durch die von Rechtsvorschriften abweichende Regelungen vereinbart werden. Das trifft auf die vom Kläger beanstandete Klausel sowohl für den Zeitraum vor als auch nach Inkrafttreten des Zahlungsdiensterechts (§§ 675c ff. BGB) am 31. Oktober 2009 zu. Die Klausel ist so auszulegen, dass sie auch Buchungen bepreist, die im Zuge von Bareinzahlungen auf das Konto wie auch Barabhebungen am Schalter sowie im Rahmen der fehlerhaften Ausführung eines Zahlungsauftrags anfallen. Mit der Bepreisung von Ein- und Auszahlungen am Bankschalter unterliegt die streitige Klausel – jedenfalls für den Zeitraum bis zum Inkrafttreten des Zahlungsdiensterechts – als Preisnebenabrede der richterlichen Inhaltskontrolle nach § 307 Abs. 3 Satz 1 BGB in Verbindung mit § 307 Abs. 1 und 2 BGB, weil die Ein- und Auszahlungen nach den Kategorien des Bürgerlichen Gesetzbuchs entweder einem Darlehen (§§ 488 ff. BGB) oder einer unregelmäßigen Verwahrung (§ 700 BGB) zuzuordnen sind und sich aus der gesetzlichen Regelung beider Vertragstypen Grundsätze für die Frage der Entgeltlichkeit von Ein- und Auszahlungen entnehmen lassen. Mit der Bepreisung von Buchungen, die im Rahmen der

fehlerhaften Ausführung eines Zahlungsauftrags anfallen, weicht die Beklagte von den seit dem 31. Oktober 2009 geltenden § 675u Satz 2, § 675y Abs. 1 Satz 2, Abs. 2 Satz 2, Abs. 4 BGB ab. Nach diesen Vorschriften hat die Bank als Zahlungsdienstleisterin keinen Anspruch auf ein Entgelt, wenn ein Zahlungsauftrag fehlerhaft oder ohne Autorisierung ausgeführt wird. Die Beklagte verlangt dagegen 0,32 Euro.

Die vom Kläger beanstandete Postenpreisklausel ist auch unwirksam. Für den Zeitraum bis zum Inkrafttreten des Zahlungsdienstrechts ergibt sich die Unangemessenheit der Klausel daraus, dass durch sie mangels Freipostenregelung auch Ein- und Auszahlungen bepreist werden, die indes als Akte zur Begründung oder Erfüllung von Darlehens- oder Verwahrungsverhältnissen zu werten sind, für die nach den gesetzlichen Regelungen des Darlehens und der unregelmäßigen Verwahrung kein Entgelt vorgesehen ist (vgl. Senatsurteile vom 30. November 1993 - XI ZR 80/93, BGHZ 124, 254 und vom 7. Mai 1996 - XI ZR 217/95, BGHZ 133, 10, jeweils für ein privates Girokonto). Für die Zeit nach

Inkrafttreten des Zahlungsdienstrechts weicht die Bepreisung jedweder Buchung jedenfalls von der Vorschrift des § 675u BGB ab, wonach die Bank als Zahlungsdienstleisterin keinen Anspruch auf ein Entgelt bei Ausführung eines nicht autorisierten Zahlungsauftrags hat. Von dieser Regelung darf gemäß § 675e Abs. 4 BGB auch nicht zum Nachteil eines Unternehmers als Zahlungsdienstnutzer abgewichen werden. Danach ergibt sich die Nichtigkeit der Klausel auch aus § 134 BGB.

Vorinstanzen:

Landgericht Baden-Baden – Urteil vom 27. November 2012 – 3 O 242/11

Oberlandesgericht Karlsruhe – Urteil vom 9. September 2014 – 17 U 339/12



Werbung für Ihre Tankstelle

**ZAPFPISTOLENWERBUNG –
IDEALE WERBEPLATTFORM
FÜR IHRE STATION**

Wer zum Tanken fährt, muss, ob er will oder nicht, die Zapfpistole in die Hand nehmen. Dabei fällt der Blick des Tankkunden mindestens bis zu fünf Mal auf die Zapfpistole und damit auf die Werbefläche der Zapfpistolenoberseite. Rund 650 Tankkunden zählen Stationen durchschnittlich pro Tag. Auf einen Monat gerechnet sind das 18.200 (Blick-)Kontakte – Blickkontakte auf Werbung, die auf den Oberseiten der Zapfpistolen präsentiert wird.

Jede Biene sticht ...

... oder anders ausgedrückt, jede Chance, die Angebote des eigenen Tankstellen-Shops oder die Dienstleistungen der Station zu bewerben, sollten Stationäre vermehrt nutzen – beispielsweise über eben diese rund drei mal neun Zentimeter große Werbefläche auf der Zapfpistole, das sogenannte Fillboard™. „Heißer Kaffee für kühle Köpfe“, „Wir ziehen Ihre Winterreifen auf“, „Wagenwäsche – eiskalt kalkuliert“ – so oder ähnlich könnten Ihre Werbebotschaften lauten. Aufgebracht werden die Werbeeinleger in einer speziell gefertigten Gummimanschette, die auf

der Pistole installiert wird. Diese Manschette sowie die Werbeeinleger können in ausreichender Stückzahl für alle Zapfpistolen Ihrer Station bestellt werden, entweder über den Onlineshop der Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen (www.eft-service.de/shop, Rubrik: Werben) oder direkt in Hamburg bei Alvern Media GmbH, Susanne Münster (susanne-muenster@alvern.de, Telefon 040 639 063 13). Die Erstinstallation der Manschette wird durch einen Mitarbeiter von Alvern Media erledigt. Drei verschiedene Motive stehen derzeit zur Auswahl: Thema Kaffee, Autowäsche und Öl – siehe Abbildungen.

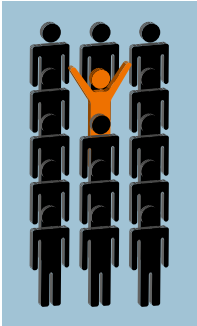
Kleine Fläche – große Wirkung

Werbeebenen, und sind sie noch so klein, wecken natürlich auch in der Industrie und Wirtschaft Begehrlichkeiten.

D. h., die Flächen auf den Zapfpistolen werden gern für

Shop-Produkte aber auch von regionalen oder überregionalen Firmen wie Banken, dem Getränkehändler um die Ecke oder dem Winterreifenhersteller genutzt. Um diese Fremdvermarktung der Werbeflächen kümmert sich ebenfalls die Hamburger Firma Alvern Media, die übrigens ein langjähriger Kooperationspartner der eft ist. Für den Stationär beziehungsweise Betreiber einer Tankstelle fallen bei „fremd“ gebuchter Werbung keinerlei Kosten an. Natürlich hat „gebuchte“ Werbung immer Vorrang vor der eigenen, kostenfreien Werbung. Aber der Nutzungszeitraum der Industrie und Wirtschaft liegt per anno durchschnittlich bei 30 Prozent. Das heißt, rund 70 Prozent des Jahres kann der Stationär für seine Eigenwerbung an der Tankstelle verwenden („Heißer Kaffee für kühle Köpfe“ oder, oder, oder) – siehe oben.





bft - akademie

Seminare - Training - Coaching für den Tankstellenmittelstand

BFT-AKADEMIE – SEMINARE UND WORKSHOPS 2016

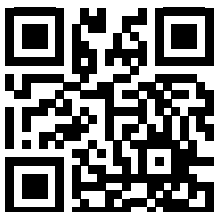
Bringen Sie sich und Ihr Team regelmäßig auf den neuesten Wissensstand durch die aktuellen Seminarangebote der **bft**-akademie.

Die genauen Termine, Hinweise zu den Referenten, den Seminarorten und ausführliche Seminarbeschreibungen finden Sie ab Januar 2016 unter www.bft-akademie.de – Änderungen vorbehalten. **bft**-Mitglieder erhalten zusätzlich eine postalische Information.

Ansprechpartner für die **bft**-akademie

Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen mbH
Telefon: 0228 910 29-0
info@bft-akademie.de

Ragnhild Holst
Telefon: 0228 910 29-77
info@bft-akademie.de



Gesucht und gefunden

Sie suchen schicke Berufsbekleidung für Ihr Tankstellen-Team, oder einen Anbieter von LED-Leuchten, oder sind Sie auf der Suche nach Süßem oder Salzigen für die Kassenzone? Dann werfen Sie einfach einen Blick in den Onlineshop der eft unter www.eft-service.de/shop. Ein Klick und Sie sind mittendrin im Warensortiment der Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen: www.eft-service.de/shop



bft - akademie

Seminare - Training - Coaching
für den Tankstellenmittelstand

Punkten dank Weiterbildung Treffpunkt **bft-akademie**



Mehr
Informationen zu

- eLearning
- Themen
- Standorten
- Referenten
- u.v.m.

gibt´s hier:



„Weil Lernen Spaß macht!“

„Ein gut investierter Tag!“

„Mit Wissen zum Erfolg!“

„Tankstelle ist Praxis“

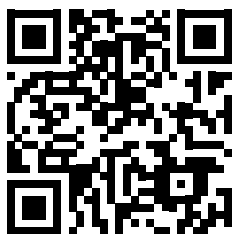
www.bft-akademie.de

Ölwagen in modernem Design

- » Platz für 75 Öldosen
- » Für Innen und Außen
- » 16 verschiedene Öle

NEU:

Öle jetzt im 12-Liter-Gebinde
Ölwagen im Firmendesign lieferbar



12 x
1 Liter

www.eft-service.de/shop

Schnell den Verband gefragt

TEMPERATURFESTIGKEIT BEI DIESELKRAFTSTOFF

Frage: „Ab wann bzw. zu welchem Zeitpunkt gilt welche Temperaturfestigkeit für Dieselkraftstoff?“

Stephan Zieger: „Dies war eine der Lieblingsfragen, die in den vergangenen Tagen in der Geschäftsstelle eingegangen sind.

Ein Nebenerwerbslandwirt aus dem Rheinischen wollte wissen, wann er mit seinem Museumstrecker vom Modell Porsche vor dem Winter noch einmal tanken könne. Das gute Stück steht leider nicht temperaturschutz, von daher ist er auf präzise Informationen angewiesen. Auch die anderen Nachfrager wollten eine präzise Antwort auf ihre Nachfragen haben.

Die Winterfestigkeit der Dieselkraftstoffe ergibt sich zu folgenden Zeitpunkten aus der DIN EN 590. Danach darf Dieselkraftstoff nur mit einer Winterfestigkeit wie folgt in den Verkauf gelangen:

- » 16.11. bis 28.02. Winterware winterfest bis -20° C
- » 01.03. bis 14.04. Übergangware winterfest bis -10° C
- » 15.04. bis 30.09. Sommerware winterfest bis - 2° C
- » 01.10. bis 15.11. Übergangware winterfest bis -10° C

Teilweise gelangt Dieselkraftstoff mit höherer Temperaturfestigkeit in den Handel. Für die Übergangware kann das bis zu -13° C sein und für die Winterware -22° C. Bevor Sie dort eine verbindliche Erklärung für Ihre Tankstelle abgeben, sollten Sie dies mit ihrem Lieferanten klären.“

 **bft** / Stephan Zieger

Anzeige



WEAT
Der Spezialist im Tankstellengeschäft

WEAT ist **Händlerkonzentrator** für geringere ec-Autorisierungsgebühren

Wir sind die Spezialisten für den bargeldlosen Zahlungsverkehr an Tankstellen

... und mehr: Preismelder (MTS) - Nassdatenverarbeitung - garantiertes Lastschriftverfahren ...

Pricing mit Wettbewerbsautomatik auch für die einzelne Tankstelle

www.weat.de ♦ Tel.: (02 11) 90 57 - 485



















Ihre Kleinanzeige

Sie möchten etwas verkaufen? Dann inserieren Sie schnell und unkompliziert in den **bft**-Nachrichten in der Rubrik „Kleinanzeige“ (für **bft**-Mitglieder ist der Abdruck kostenfrei). Hierzu benötigen wir Ihre vollständigen Kontaktdaten, ein Foto sowie einen kleinen Beschreibungstext des

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

Senden Sie Ihr Angebot an: redaktion@bft.de

ZU VERKAUFEN! ZU VERKAUFEN! ZU VERKAUFEN!



Abholpreis 2 800 Euro

Bistro-Einrichtung

Das Bistro ist in einem guten Zustand, Grundfläche ca. 3 x 3 Meter. Es besteht aus einer Kühltheke, einer Schütte für Brötchen und einer Glasvitrine, einem Waschbecken, einem Geschirrspüler (1/2 Jahr alt) und einem Kühlschrank. 4 Einschubfächer für Backbleche. Neupreis 15000 Euro, Abholpreis 2800 Euro. Ab Dezember verfügbar.

bft-Tankstelle Nawrath

Alfred Nawrath

Alleestr.17

83309 Kelheim

Tel. 09441 3838

Mobil 0160 5522222





Bei uns
sind Sie das
Wichtigste

Plakatserie 2016 für Ihre Station

Für jede Jahreszeit ein Saisonplakat: Frühling, Sommer, Herbst und Winter. Der Slogan 2016 lautet „Bei uns sind Sie das Wichtigste!“ Zu bestellen sind die Plakate einzeln oder im Abo.

Preis: 19,40 €

Zu bestellen unter:
www.eft-service.de/shop
Rubrik: Werbung / Werbeplakate



Ab sofort: Die aktuellen eft-Aktionen

Jetzt wird's mollig warm an der Station

Die neue **bft**-Berufsbekleidung.

Softshell-Weste

Für die ganz kalten Tage gibt es jetzt auch die warme Softshell-Weste. Farbton neutral schwarz mit durchgehendem Reißverschluss; zwei Brusttaschen plus zwei seitliche Eingriffstaschen; retroreflektierende Paspeln an den Seiten und Schultern.

Material: 95 Prozent Polyester, 5 Prozent Elasthan

Größen unisex: S, M, L, XL, XXL, XXXL

Preise: ab 59,95 Euro



Fleecejacke

Kuschelig warme Fleece-Jacke mit durchgehendem Reißverschluss sowie zwei Seitentaschen mit Reißverschluss. Ärmelbund in Zielflaggenoptik.

Material: 100 Prozent Polyester

Größen unisex: XS, S, M, L, XL, XXL, XXXL

Preis: 19,90 Euro



Zu bestellen unter:

www.eft-service.de/shop

Rubrik: Berufsbekleidung

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



www.eft-service.de/online

Schauen Sie rein: Im Onlineshop der Einkaufsgesellschaft Freier Tankstellen finden Sie die aktuellen Aktionen und viele weitere Produkte rund um Ihre Tankstelle.

bft-Öle im 12er-Pack lieferbar



Handlich, praktisch und ohne großen Lagerbedarf: 16 verschiedene **bft**-Öle „Formula“ im 12 x 1-Liter-Gebinde, sortenrein verpackt bei gleich günstigem Preis* (Preise variieren je Sorte, siehe: www.eft-service.de/shop/motorenoele/16).

Der handliche Karton mit dem 12 x 1-Liter-Gebinde ist zu bestellen über:

www.eft-service.de/shop/motorenoele/16.

Die Anlieferung erfolgt innerhalb von 48 Stunden.

*zuzüglich Verpackung und Versand

Zu bestellen unter: www.eft-service.de/shop
Rubrik: Fahrzeugzubehör / Motorenöle

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

Jetzt geht Ihnen ein Licht auf -

Auf den ausgewiesenen Preis Aktionsrabatt von 10% bis 31.12.2015

1.



2.



1. BÄRO-Einbauleuchte
INTARA RD 162, LED, passiv
149,00 €

2. BÄRO-Pendelleuchte
PENDIRO EC 122, LED, passiv
189,00 €

3.



4.



3. BÄRO-Einbauleuchte
INTARA EC 122, LED, passiv
185,00 €

4. BÄRO-Aufbauleuchte
ONTERO EC 122, LED, passiv
159,00 €

Zu bestellen unter:
www.eft-service.de/shop
Rubrik: Betrieb & Gebäude /
LED-Bäro-Leuchten

Ab sofort: Neu im Shop

Coffee ToGo Riffle Becher braun

Art. Nr. 129060B

VE 1.000 Stck.

Preis: 85,99 Euro

Rubrik im Shop: Shop & Bistro / Kaffee, Tassen & mehr



3 verschiedene Motive Zapfpistoleneinleger

Retro-Optik

Art. Nr. 00007 (Kaffee Retro)

Art. Nr. 00008 (Öl Retro)

Art. Nr. 00005 (Wäsche Retro)

VE 1 Stck.

Preis: 0,00 Euro

Rubrik im Shop: Werbung / Zapfpistoleneinleger



3 verschiedene Motive Zapfpistoleneinleger

moderne Optik

Art. Nr. 00004 (Kaffee modern)

Art. Nr. 00009 (Öl modern)

Art. Nr. 00026 (Wäsche modern)

VE 1 Stck.

Preis: 0,00 Euro

Rubrik im Shop: Werbung / Zapfpistoleneinleger



Easy!maxx Power Pad Set

Art-Nr. 04603

VE 4 Stck.

Preis: 23,92 Euro

Rubrik im Shop: Geschenkartikel



Gripo Handyhalterung

Art-Nr. 03143

VE 4 Stck.

Preis: 23,92 Euro

Rubrik im Shop: Geschenkartikel



Easy!maxx Alkoholtester

Art-Nr. 08165

VE 2 Stck.

Preis: 13,50 Euro

Rubrik im Shop: Geschenkartikel



Vitalmaxx Hologramm Armband – schwarz

Art-Nr. 04842

VE 24 Stck.

Preis: 95,76 Euro

Rubrik im Shop: Geschenkartikel



Vitalmaxx Hologramm Armband – weiß

Art-Nr. 04841

VE 24 Stck.

Preis: 107,76 Euro

Rubrik im Shop: Geschenkartikel



Power-Glücksarmband

Art-Nr. 02629

VE 1 Stck.

Preis: 6,25 Euro

Rubrik im Shop: Geschenkartikel



Protein Riegel Vanille

Art-Nr. 4008391 213890

VE 12 x 60 g

Preis: 14,28 Euro

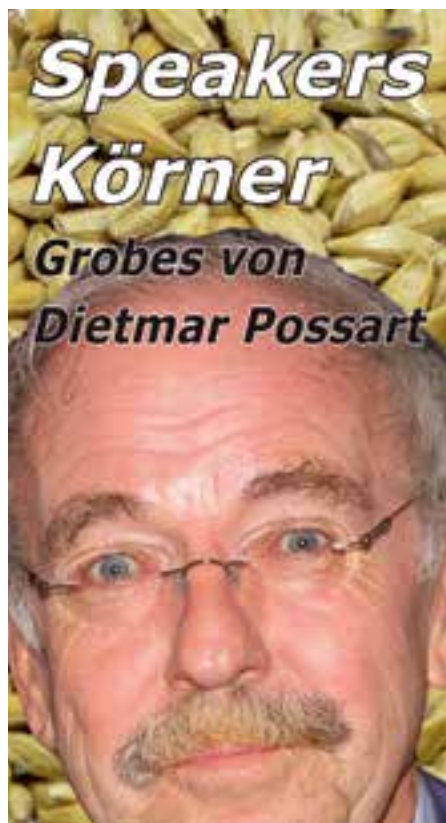
Rubrik im Shop: Süßwaren



www.eft-service.de/shop

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

Grob gesagt



Was sind deutsche Hotels inzwischen doch rückständig. Na ja, WLAN im Hotelzimmer ist inzwischen gar nicht mehr so selten. Aber sonst? Was ist mit Geldautomaten oder Mikrowellenherden? Oder mit Fitnessgeräten und kleinen Büchereien? Fehlanzeige! All das können wir künftig im „Fünften Raum“ in Peking finden! Und wo finden wir dort den „Fünften Raum“? Die Pekinger werden ihn 14.000 mal da finden, wo bis vor kurzem der Hinweis WC für Männlein oder Weiblein zu einer öffentlichen Toilette zu lesen war. Da steht jetzt einfach nur noch in Arabisch eine Ziffer „5“. (Erleichtert es vor allem westlichen Touristen.). Da staunt der Laie und der Fachmann wundert sich. Peking macht damit öffentliche Toiletten zum Rolls Royce unter dem, was uns sonst so weltweit begegnet. WLAN, Fahrkarten und Flugtickets buchen, Mikrowelle, Blutdruck messen oder Bücher ausleihen, Geld abheben und die Benutzung von Fitnessgeräten. Und das alles während eines besonderen Ganges – nämlich dem Stuhlgang! Ein komplett neuer Lebensraum für Chinesen, die bisher wahrscheinlich gar nicht wussten, dass er ihnen fehlte. Neben dem Familienumfeld (Raum 1), der Arbeit (Raum 2), der Freizeit (Raum 3), dem Internet

(Raum 4) nun also Raum 5.

Was bisher die typische Erfahrung, auch für Touristen war, hat mein weit gereister Onkel einst plastisch so beschrieben:

„Riechen, springen, weinen, lächeln“, hat er damals gesagt!

Das „riechen“ fand er gar nicht so schlecht, weil es ihm immer den Weg gewiesen hat und er die chinesischen Hinweisschilder sowieso nicht lesen konnte. Das „springen“ über diverse Häuflein und Pfützen Richtung Grube fand er meistens allerdings stressig. Das Gewimmel weißer Maden brachte ihn jedoch fast zum „weinen“ und schließlich „lächelte“ er all den freundlichen Chinesen zu, die über die niedrigen Trennwände zu ihm herüber grinsten.

Aber das und alle neueren Zwischenstationen sind ab sofort Geschichte. Denn fairer Weise muss man nämlich einräumen, dass es an prominenten Orten in Peking inzwischen sogar schon einige Sitz-Klos gibt. Allerdings fehlen dort meistens Seife und auch Klopapier. Und wie hat ein junger Pekinger die neue Klo-Offensive kommentiert? Ach hätte ich doch so eine Wohnung, die wie der fünfte Raum ausgestattet ist. Oder doch lieber nicht, weil dann alle Nachbarn

kommen und sich in WLAN einloggen wollen und dann werden die Schlangen vor meiner Wohnung noch länger als die vor den öffentlichen Klos.

Und vielleicht kommen dann sogar die ersten Yankees mit ihrem neuen E-Mobil von Tesla bei ihm vorgefahren. „Model X“ heißt diese neue Kreation, mit der Tesla-Gründer Elon Musk die Welt beglücken will. Ein Glanzstück der Ingenieurkunst, sagt Herr Musk, ein elektrisch angetriebener Geländewagen, der den Fahrer bis zu 400 km weit bringen soll. Der erste elektrisch betriebene SUV. Wozu denn so eine Kutsche? Allerdings muss man beachten, dass Amerikaner SUVs ja ganz besonders lieben. Und man höre und staune, das „Model X“ soll sogar mehr als 6.000 amerikanische Pfund, also jenseits von 2,72 to. wiegen. Eine Nummer demnach, vergleichbar mit dem Spritfresser Hummer. Und schließlich soll auch der Preis jenseits der 100.000 Dollar liegen. Schon ein bisschen happig so ein Preis für so viel Blech, habe ich da gedacht!

Also mal ganz abgesehen davon, dass ich so ein Gefährt nicht mag. Leisten kann ich es mir ganz bestimmt nicht!

„Wichtig ist, was hinten rauskommt,“ hat unser Altbundeskanzler Helmut Kohl einst so schön gesagt.

Es sei denn, ich würde in Kalifornien nicht nur wohnen, sondern dort auch eine Firma betreiben. Denn das ist Mr. Musks besonderer Gewichtstrick. Für ein Auto von mehr als 6.000 amerikanische Pfund könnte ich über einen Zuschuss des Bundesstaates 2.500 Dollar sparen, zusätzlich dazu eine Steuervergünstigung von 7.500 Dollar erhalten und als Firmenbesitzer noch dazu weitere 25.000 Dollar von der Steuer absetzen. Dann fängt sich selbst so eine Kutsche an zu rechnen. Wenn Frau Merkel also klug ist, dann wird sie auch bei uns derartige Steuervorteile einräumen. Denn in den USA hat Tesla angeblich schon 25.000 Bestellungen für das tolle „Model X“ vorliegen. Ich bin sicher, dass bei gleicher Förderung dann auch in Deutschland ganz schnell 5- 10.000 Bestellungen eintrudeln würden. Für Frau Merkel wär das doch sicher ein Riesenschritt in Richtung ihres Traumziels, nämlich der einen Million E-Autos im Jahr 2020! Und die Straßen wären auch nicht mehr so leer.

In diesem Sinne also einen guten Rutsch ins Neue Jahr.



bft-fashion

**DIE KOLLEKTION
FÜR IHR TEAM**

Besuchen Sie uns
in unserem
Online-Shop

Zum Online-Shop



www.eft-service.de