

Titelthema

Social Media im Einsatz
an der Tankstelle

Veranstaltungen

Austausch der Mitglieder
jetzt digital möglich

Interview

Ohne Ideologie über die
Energiewende diskutieren

bft

NACHRICHTEN

KOSTENLOSES MITGLIEDERMAGAZIN • AUSGABE 3 • JUNI 2021 • JAHRGANG 28



*Es tut nicht weh, sondern
im Gegenteil ganz gut,
den Kollegen im digitalen
Umfeld zu begegnen.*

Stephan Zieger, bft-Geschäftsführer



© René Schwerdtel

Sehr geehrte Damen und Herren,

Sie sehen die neue Ausgabe der bft-Nachrichten im neuen, frischeren Gewand als vorher. Wir hoffen, sie gefällt Ihnen. Eigentlich wollten wir Ihnen diese Ausgabe auf der Tankstellenmesse präsentieren. Das aber hat Corona nicht zugelassen. Von daher gibt es zwar die Ausgabe, aber leider keine Messe.

Dann müssen wir eben andere Kanäle nutzen, um mit Ihnen in Kontakt zu treten. Das haben wir in den vergangenen Wochen eifrig getan. Unsere digitalen Tagungen, die Regionaltagungen der Landesgruppen West, Nord und Ost sind von Ihnen sehr gut angenommen worden. Auch unsere digitalen Abendtreffs, die wir seit Mitte April veranstalten, finden guten Zuspruch. Darüber berichten wir in unserer aktuellen Ausgabe. Wer noch nicht dabei gewesen ist: einfach anmelden und mitmachen. Es tut nicht weh, sondern im Gegenteil ganz gut, den Kollegen im digitalen Umfeld zu begegnen. Der Rest kommt wieder, davon sind wir überzeugt. Und die digitalen Abendtreffs werden auch bleiben.

Ebenfalls spannend ist das Interview mit Prof. Dr. André Thess. Der Inhaber des Lehrstuhls für Technische Thermodynamik befasst sich mit Forschungs- und Entwicklungsarbeiten zur effizienten und ressourcenschonenden Energiespeicherung und mit Energiewandlungstechnologien der nächsten Generation. Gleichzeitig denkt er über den Tellerrand hinaus. Seine Thesen zur Klimapolitik, nicht zum Klimawandel sind lesenswert. Das jüngst veröffentlichte Buch „Sieben Energiewendemärchen?“ übrigens auch. Den Energiemix hält er für ein taugliches Instrument, die ideologische Verbohrtheit auf ein Thema nicht.

Unsere Umfragen zu den Themen Nachfolge im Unternehmen und Elektromobilität sind auf ein überwältigendes Echo gestoßen. Selten haben zwei Befragungen so viele Mitglieder bewegt wie diese beiden. Eine erste Reaktion darauf war das

Auftaktthema unserer digitalen Abendtreffs. Wir wissen, dass Sie alle das Thema Elektromobilität bewegt. Von daher werden weitere Veranstaltungen und Beiträge folgen. Das Thema Nachfolge verlangt wohl eher nach einer Präsenzveranstaltung. Hier arbeiten wir daran.

Ohne Corona geht im Moment gar nichts. Wir greifen in dieser Ausgabe die „Impfpflicht im Arbeitsverhältnis“ auf. Die Juristen haben das Thema entdeckt und diskutieren fleißig, denn es ist in der derzeitigen Situation ein heißes Eisen. Impfbefürworter und Impfgegner sind das eine. Auch bei der Priorisierung stehen Tankstellen in vielen Bundesländern hinten an. Andere erkennen die wichtige Rolle, die sie in der Pandemie spielen, an und sortieren sie in die Prioritätsgruppe 3 ein.

Zum Schluss ein Glückwunsch nach Herrsching und nach Sonthofen. Dietmar Possart hat zusammen mit seinem Pächter Frank Szinekin in Sonthofen eine der behindertenfreundlichsten Tankstellen errichtet. Bei einem Umbau sind sehr viele Maßnahmen durchgeführt worden, die Menschen mit Handicap helfen, sich dort selbstständig bewegen zu können. Den Komplimenten des Magazins „Rollstuhl-Kurier“ schließen wir uns uneingeschränkt an.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen. Geben Sie uns ein Echo, wenn Ihnen ein Beitrag oder das neue Erscheinungsbild gefällt. Kommen Sie gesund durch die nächste Zeit, lassen Sie sich impfen und vor allem, bleiben Sie negativ!



Die wichtigsten Informationen auf einen Blick!

bft-Nachrichten online

Sie möchten die bft-Nachrichten mobil und online lesen? Kein Problem, einfach den QR-Code mit Ihrem Tablet oder Smartphone scannen und schon können Sie das Mitgliedermagazin auf Ihrem Gerät lesen. Hier finden Sie alle bisherigen Ausgaben zum Nachblättern. Link: www.bft.de/aktuelles/bft-nachrichten



TANKSTOP online

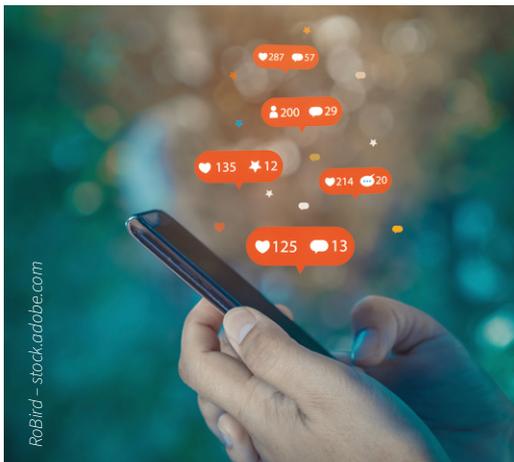
Alle zwei Monate erhalten Sie parallel zu den bft-Nachrichten auch das Fachmagazin TANKSTOP druckfrisch per Post auf Ihren Schreibtisch. Zusätzlich zur gedruckten Ausgabe können Sie den TANKSTOP auch als ePaper kostenfrei abonnieren. Der große Vorteil: Sie können das Magazin lesen, wo immer Sie gerade sind. Und: Wir teilen gern. Teilen Sie uns so viele Mail-Adressen von Mitarbeitern, Kollegen oder Brancheninteressierten mit, wie Sie mögen. Senden Sie hierzu einfach eine E-Mail mit allen Bezieher-Mailadressen sowie der vollständigen Firmenadresse an: marketing@eft-service.de, Stichwort: **TANKSTOP online**. Der Versand erfolgt jeweils zum Erscheinungstag per E-Mail inklusive einem Link zum kostenfreien Download.

Rund um die eft

- Alles rund um Coronahilfen, Steuererleichterungen, Fördergelder für Ihre Station, Kurzarbeitergeld etc. finden Sie hier www.eft-service.de/microsites/corona-2020
- Sie suchen Anbieter und Dienstleister von A wie Abscheider bis Z wie Zapfsäulenhersteller? Dann schauen Sie hier und werden bei den eft/bft-Partnern und Empfehlungslieferanten fündig: www.eft-service.de/partner
- Sie möchten etwas verkaufen? Dann inserieren Sie schnell und unkompliziert im TANKSTOP in der Rubrik „Kleinanzeige“ (für bft-Mitglieder ist der Abdruck kostenfrei). Für das Inserat benötigen wir Ihre vollständigen Kontaktdaten, ein Foto der angebotenen Ware (gern auch ein Handybild), einen kurzen Beschreibungstext und natürlich den Verkaufspreis. Die Redaktion behält sich vor, das Angebot auf Seriosität und Plausibilität zu prüfen. Ein Anrecht auf Abdruck besteht nicht. Bitte senden Sie Ihr Angebot an: redaktion-tankstop@eft-service.de

Save the date

bft-Jahreshauptversammlung
5. + 6. Oktober 2021
Berlin, Hotel Maritim proArte



Inhalt

Titelthema

06 Social Media an der Tankstelle

Aus dem Verband

- 14 Rückblick Regionaltagungen und bft-Abendtreffs
- 17 Ergebnisse der Mitgliederbefragung zur Elektromobilität und Nachfolge

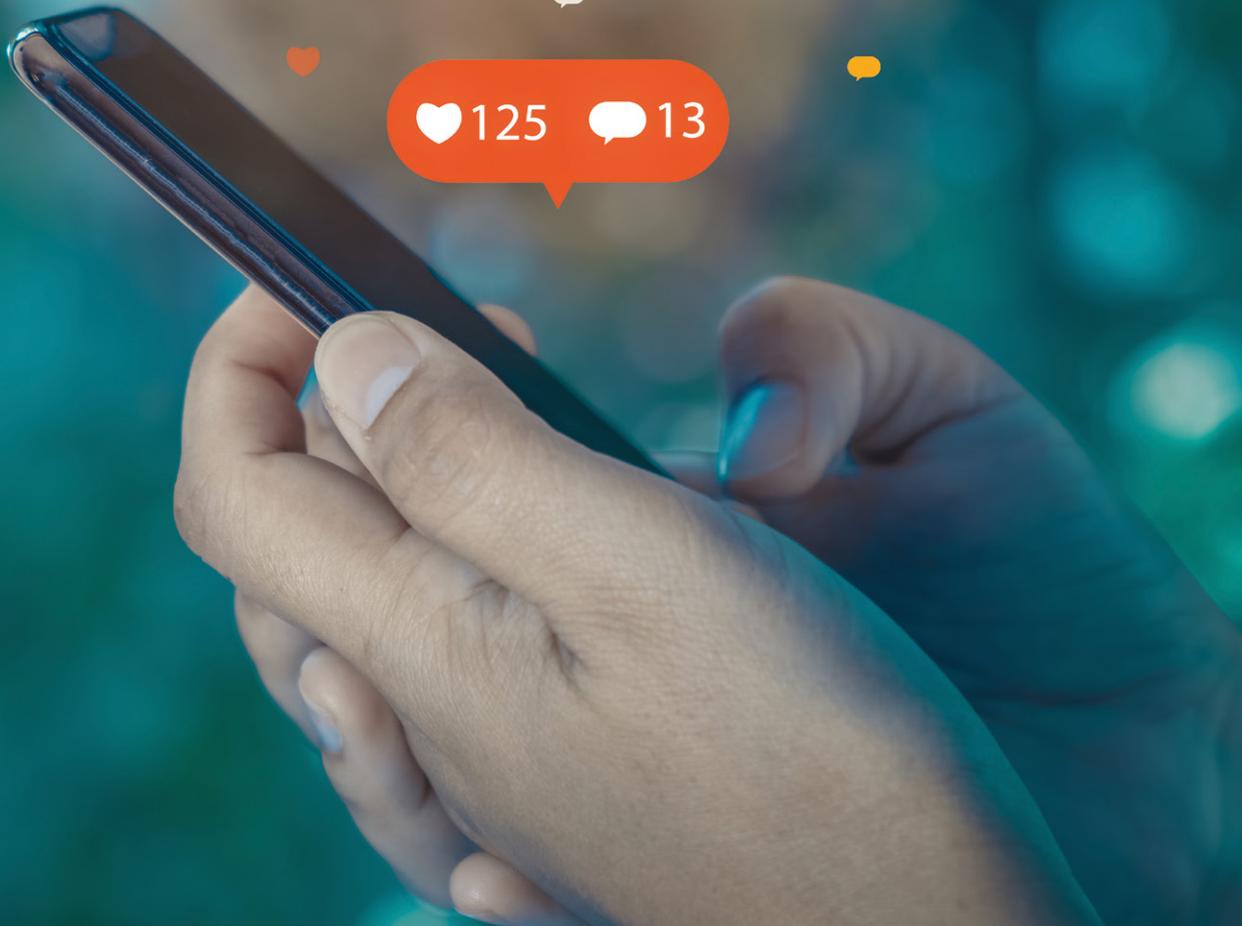
News

- 10 Neuigkeiten aus der Branche

Aus der Branche

- 20 Neues aus Berlin – Euro-7-Abgasnorm
- 22 BDWi – Wahlprogramm der Grünen
- 24 MEW – Erneuerbare-Energien-Richtlinie (RED II)
- 25 UPEI – EU-Taxonomie

-
- 26 Neu im bft – Steigerwaldmobile
 - 28 Im Porträt – Tobias Lanzerstorfer, Geschäftsführer bei VEWAG
 - 30 Schnell den Verband gefragt – Impfpflicht im Arbeitsverhältnis
 - 32 bft-Akademie – Vielfältiges Kursprogramm
 - 34 Interview – André Thess über Bratpfannen und Klimapolitik
 - 38 eft-Empfehlungslieferanten
 - 40 eft-Onlineshop
 - 42 Grob gesagt – Corona, Markus Söder und Elektromobilität
 - 43 Impressum



Sichtbar im digitalen Raum

Tipps & Tricks für Social Media an der Tankstelle



Sternchen ist inzwischen zum Star der Facebook- und Instagram-Seiten vom bft Service Center Lipinski in Gelsenkirchen geworden.

Facebook, Instagram und Co. machen Tankstellen im Internet sichtbar, ermöglichen einen Dialog mit Kunden und erhöhen im Idealfall den Umsatz. So gelingt der erfolgreiche Einstieg in das Thema Social Media.

Sternchen ist eine kleine gelbe Figur aus Plastik, die sich besonders wohl in frisch gereinigten Fahrzeugen fühlt. Manchmal trifft Sternchen ein anderes Sternchen und seit einigen Monaten trägt es sogar – ganz coronakonform – eine winzig kleine Maske. Zuhause ist Sternchen im bft Service Center Lipinski in Gelsenkirchen, wo es regelmäßig Star der Bilder der Unternehmensauftritte bei Facebook und Instagram ist. Das mag auf den ersten Blick etwas albern erscheinen, doch das Maskottchen erfreut sich so großer Beliebtheit, dass es zu Weihnachten sogar ein Geschenk bekommen hat – natürlich Sternchensuppe. Und ganz nebenbei trägt es zu einem positiven Image von Melanie Lipinskis Betrieb bei.

Was die Unternehmerin aus Sicht von Social-Media-Experte und Trainer Robert Hein richtig macht, fasst er wie folgt zusammen: „Der Auftritt von Frau Lipinski auf Facebook und Instagram ist glaubwürdig, authentisch, kreativ und witzig. Genau so erreicht man Kunden auf Social Media.“ Doch nicht jeder hat das Glück, durch Zufall auf eine solche Idee wie mit Sternchen zu kommen. In der Regel bedarf der Start auf diesen Plattformen etwas mehr Vorbereitung und anschließend natürlich Zeit für die Umsetzung.

Am Anfang steht die Strategie

Im ersten Schritt sollte sich der Unternehmer, gern zusammen mit seinem Team, überlegen, was denn eigentlich seine Ziele und Zielgruppen sind und wie die Inhalte aussehen könnten. Dabei stellen sich folgende Fragen: Wo liegen die Kompetenzen der Tankstelle und ihrer Mitarbeiter? Welche Produkte und Dienstleistungen sind Teil des Angebots? Das Themenspektrum reicht von der Premium Fahrzeugwäsche über gesunde Essensangebote im Bistro bis hin zum Reifenwechsel. Daneben können über Social Media Neuigkeiten verkündet werden, etwa wenn die Waschanlage modernisiert oder der Shop umgebaut werden. Denn das sind alles Informationen, die die Kompetenz und das Qualitätsbewusstsein einer Tankstelle unterstreichen.

Zu einem gelungenen Auftritt auf Social Media gehört neben sachlichen Themen die persönliche Seite einer Tankstelle, die insbesondere bei Gesellschaften mit einem großen Netz den individuellen Charakter und den regionalen Bezug jeder einzelnen Station betont. „Der menschliche Faktor darf dabei nicht unterschätzt werden“, ist Trainer Hein ▶

Vorlagen für Facebook

MCS – Marketing und Convenience-Shop System unterstützt Tankstellenbetreiber im Rahmen von Social Convenience dabei, ihren Facebook-Auftritt mit entsprechenden Bildern und Videos professionell zu gestalten, um weitere Umsätze zu generieren. Nach der kostenfreien Registrierung können Kunden und Nicht-Kunden Werbemittel für spezielle Aktionsthemen und Produktneuheiten für den eigenen Facebook-Auftritt herunterladen. Außerdem besteht die Möglichkeit, die Vorlagen individuell anzupassen, indem das eigene Logo und der eigene Verkaufspreis eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter www.mcs.eu/downloads.

überzeugt. Dazu gehören Bilder von Teammitgliedern – wenn sie ihre Erlaubnis gegeben haben! –, die sie beispielsweise bei der Arbeit zeigen oder ihre besonderen Fähigkeiten, Zuständigkeiten oder sogar Hobbies veranschaulichen.

Ein gelungenes Beispiel kommt aus dem Hause team energie, wo das Marketing-Team der Zentrale nicht nur die Facebook-Seite des Geschäftsbereichs Tankstelle betreut, sondern auch die Partner dabei unterstützt, eigene Facebook- und Instagram-Seiten aufzubauen. Dafür stellen sie unter anderem Vorlagen für bestimmte Aktions- und Feiertage zur Verfügung. Die Tankstellenbetreiber können diese dann mit persönlichen Posts ergänzen. Ein schönes Beispiel ist ein Foto, das zwar Mitarbeiterinnen gemeinsam mit einem Schneemann im team-energie-Shirt zeigt.

Planung ist die halbe Miete

Wer eine Liste aus möglichen Themen erstellt hat, kann daraus einen Redaktionsplan entwickeln. Dieser garantiert, dass neben kurzfristigen und spontanen News regelmäßig bereits vorbereitete Inhalte für Posts bereit stehen, deren Veröffentlichung sich sogar terminieren lässt. In dem Plan kann vermerkt sein, wann welches Thema an welche Zielgruppe in welcher Form und auf welcher Plattform kommuniziert wird. Dabei lohnt es sich

am Anfang, mit den Zeitpunkten der Veröffentlichung zu experimentieren, um herauszufinden, an welchen Wochentagen und zu welcher Uhrzeit man seine Zielgruppe mit bestimmten Inhalten am besten erreicht.

Prinzipiell gilt, dass Bilder und Videos Emotionen und Dynamik besser ausdrücken als Text. Zudem lassen sie sich leicht und schnell konsumieren und erzielen daher in der Regel eine höhere Reichweite. Allerdings hängt es auch von der Plattform ab, wie der Post gestaltet sein sollte: Während es auf Facebook üblich ist, einen Text mit einem Video oder Bild zu ergänzen, stehen bei Instagram vor allem Fotos und auf TikTok insbesondere Videos im Vordergrund. „Ein beliebiges Motiv irgendwie mal schnell abknipsen oder abfilmen reicht aber nicht. Ein Bild oder ein Video sollte immer aussagekräftig und die Botschaft schnell verständlich sein“, betont der Social-Media-Experte. Zudem sollte sichergestellt sein, dass die abgebildete Person mit der Veröffentlichung einverstanden ist und dass die Bildrechte beim Betreiber liegen.

Kurse an der bft-Akademie zum Thema Social Media:

Social Media BASIS:
Facebook, Instagram & Co.
13./14.07.2021 (9:00 - 12:30 Uhr)

Social Media AUFBAU:
Verkauf im Online-Raum
10./11.08.2021 (9:00 - 12:30 Uhr)

Social Media SPEZIAL:
Erstellen von Videos
14./15.09.2021 (9:00 - 12:30 Uhr)

Weitere Informationen und die Anmeldemöglichkeit finden Sie auf www.bft-akademie.de



Hein empfiehlt außerdem die Verwendung von Hashtags. Darunter werden verschiedene Schlagwörter verstanden, die davor mit dem #-Symbol gekennzeichnet sind und damit die Inhalte katalogisieren. Wer nach einem bestimmten Begriff sucht, findet darüber alle Einträge, in denen der Hashtag gesetzt wurde. Beispiele wären neben dem Unternehmensnamen auch Keywörter wie #autowäsche, #mittagstisch, #gewinnspiel oder bei Aktionstagen #ostern oder #muttertag. In der Regel sollte ein Post zwischen zwei und fünf Hash-tags enthalten.

Wer übrigens Angst vor einem Shitstorm hat, sei beruhigt. Normalerweise ist das laut Hein bei Auftritten von Tankstellen eher unüblich. Trotzdem empfiehlt es sich, darauf vorbereitet sein, dass jemand Kritik äußert. Ist sie berechtigt, sollte man in jedem Fall sachlich und um eine Lösung bemüht reagieren und sie nicht ignorieren oder löschen. Erscheint einem ein Beitrag allerdings unseriös, sollte man zunächst prüfen, ob sich tatsächlich eine reale Person dahinter verbirgt. Fehlen beispielsweise Angaben zur Person und wirken die Posts unecht, kann es sich auch um einen Fake-Account handeln. In diesem Fall rät Hein, erst gar keine Diskussion anzufangen, sondern den Kontakt sofort zu blockieren.

Gut investierte Zeit

Sich für einen Auftritt auf Social Media zu entscheiden, macht natürlich nur Sinn, wenn er regelmäßig mit hochwertigen und interessanten Posts gefüllt wird. „Im Zweifel ist es besser, sich dann nur für eine Plattform zu entscheiden statt sich bei fünf anzumelden und für keine wirklich Zeit zu haben“, sagt Hein. In das Thema Social Media zu investieren, lohnt sich aber laut des Experten in jedem Fall, denn es erhöhe die Sichtbarkeit eines Unternehmens und kann zur Imageverbesserung beitragen. Außerdem lassen sich auf keinem anderen Weg Informationen so schnell, einfach und kostengünstig kommunizieren und verbreiten wie über Social Media.

Annika Beyer

bft goes Social Media

Auch der bft ist auf verschiedenen Social-Media-Kanälen unterwegs und freut sich auf weitere Follower. Auf Twitter finden Sie uns unter @bftVerband, auf LinkedIn unter dem Verbandsnamen und auf Facebook unter Bft Bonn.

Anzeige

bft Premium-Qualität die überzeugt
Motorenöle der Extraklasse

KUTTENKEULER
LUBRICANTS

MADE IN GERMANY

FORMULA 10W-40, 5W-40, 5W-30
ULTRALUB 5W20, 0W20, 5W30

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

Roadrunner erhält ZAG-Lizenz

Als erste Tankkarte hat das Roadrunner-System jetzt die Erlaubnis zur Erbringung von Zahlungsdiensten für das Akquisitionsgeschäft per Ende April 2021 von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) erhalten. Für die Geschäftsführer Ingo Meyer und Ralf Winkelmann ist die ZAG-Lizenz ein wichtiges zusätzliches Unterscheidungsmerkmal für die leistungsstarke Roadrunner Tank- und Servicekarte und festigt damit ihre Position als Flottenkarte im Tankkartenmarkt, heißt es in einer Pressemitteilung.

Das Unternehmen Roadrunner Service ist damit berechtigt, entsprechende Lösungen zur Umsetzung der aktuellen Anforderungen aus der PSD2-Richtlinie anzubieten. Über die Funktion als Flottenkarte mit einheitlichem Produktangebot hinaus kann die Tank- und Servicekarte auch außerhalb von Deutschland etabliert und ausgebaut werden. Gleichzeitig lässt sich das Tankkartenkonzept noch stärker auf den Bedarf einzelner Betreiber und Netze zuschneiden.

Noch in diesem Jahr ergänzt die Roadrunner-App mit Tankstellenfinder und digitaler Zahlungsfunktion die schon vorhandenen und integrierten Leistungsmerkmale der Tank- und Servicekarte: So ermöglicht couponline steuer- und sozialabgabenfreie Mitarbeiterzuschüsse auch gemäß der Neufassung des § 8 Einkommensteuergesetzes (EStG). Schwerlast- und Großflottenkunden profitieren mit cargoXL und fleetXL von speziellen Kartenlösungen ebenso wie vom Roadrunner AdBlue-Festpreis.



Marktdaten Bioethanol 2020

- Super E10
Marktanteil am Benzinabsatz:
14,0 Prozent (2019: 13,7 Prozent)
Absolute Absatzmenge:
2,27 Mio. Tonnen (2019: 2,46 Mio. Tonnen)
- Super (E5)
Marktanteil am Benzinabsatz:
80,6 Prozent (2019: 81,7 Prozent)
Absolute Absatzmenge:
13,1 Mio. Tonnen (2019: 14,7 Mio. Tonnen)
- Super Plus
Marktanteil am Benzinabsatz:
5,4 Prozent (2019: 4,6 Prozent)
- Durch die Nutzung von Bioethanol konnten 2020 etwa 3 Mio. Tonnen CO₂ im Verkehr eingespart werden. Dies entspricht rechnerisch einer Million emissionsfreier Pkw.

Neuer Paymentservice von Avia

Avia ist mit der eigenen Payment-App „Payvia“ an den Markt gegangen. Mit der Anwendung sollen Kunden künftig nicht nur den Kraftstoff direkt an der Zapfsäule, sondern auch weitere Services wie Autowäschen bezahlen können. Die Avia-App ist für Android und iOS in den jeweiligen App-Stores verfügbar und kann an bereits teilnehmenden Avia-Tankstellen genutzt werden. Sukzessive soll „Payvia“ für das gesamte Akzeptanznetz der Aviacard angeboten werden.

team energie startet mit Pace

team energie startet bei der Digitalisierung weiter durch. So sind jetzt als nächster konsequenter Schritt in die mobile Zukunft die ersten team-Tankstellen auf der Connected-Fueling-Plattform von Pace verfügbar und stehen Autofahrern mit der kostenlosen Pace Drive App zur mobilen Bezahlung direkt an der Zapfsäule zur Verfügung. „Durch die Kooperation mit Pace haben unsere Kunden beim mobilen Bezahlen jetzt eine noch umfangreichere Auswahl, die zu den größten am deutschen Markt gehört“, berichtet team-energie-Geschäftsführer Volker Behn. Auch die Tankstellen profitieren von der Lösung. „Das schnelle und kontaktlose Bezahlen per App erhöht die Frequenz und reduziert Wartezeiten sowohl an der Zapfsäule als auch an der Kasse und bietet dem Kunden vor allem eine smarte und digital ausgereifte Lösung“, ist Behn überzeugt. Neben der Lösung von Pace können Autofahrer mit den Apps von ryd und von fillibri an team-Stationen bezahlen.

DKV und Total kooperieren

Charge4Europe, das Joint Venture von DKV und innogy, und Total haben eine Kooperationsvereinbarung unterzeichnet. Sie bietet DKV-Kunden Zugang zu zusätzlichen Hochleistungs-Ladestationen mit bis zu 350 Kilowatt, die sich hauptsächlich an Total-Tankstellen auf Autobahnen in Frankreich, Deutschland, Belgien und den Niederlanden befinden. Die Ladestationen sind bereits angeschlossen und aktiv. Ihre Standorte sind über die eCharge + App für DKV-Kunden auffindbar.

Erstes Start-up bezieht Q1 Hafencampus

Nachdem der Hauptsitz der Q1 Energie vor gut drei Jahren um einen modernen Neubau ergänzt und anschließend umfassende Umbauarbeiten im Bestandsbau vorgenommen wurden, nutzt das Osnabrücker Unternehmen die neu geschaffene Fläche kreativ. Neben dem Co-Working-Space bietet Q1 verschiedene Start-up-Programme: Das Kickstarter-Programm fördert Individuen und Teams mit Gründermentalität bei der Verwirklichung einer innovativen Geschäftsidee, während das Accelerator-Programm bei ausgereiften Geschäftsideen ansetzt. Marktreife und bereits an den Start gegangene Start-ups unterstützt Q1 im Rahmen des Inkubator-Programms bei einem kontinuierlichen und nachhaltigen Wachstum. Mit agriportance. ist im April das erste Start-up in den Hafencampus eingezogen und durchläuft für zwölf Monate das Accelerator-Programm. agriportance. hat es sich zum Ziel gesetzt, die Produzenten und Abnehmer nachhaltig produzierter Kraftstoffe miteinander zu vernetzen. Dreh- und Angelpunkt der Aktivitäten sind zunächst alle Derivate aus Biomethan. Weitere Informationen unter hafencampus.q1.eu.



Aral setzt auf Strom und Payback

Deutschlands größtes Tankstellenunternehmen hat seinen Vertrag mit dem marktführenden Bonusprogramm Payback langfristig verlängert. Neu hinzu kommt zeitnah die Bepunktung des wachsenden E-Mobilitätsangebots unter der Marke „Aral pulse“. E-Autofahrer können dann an immer mehr Säulen Strom für die Weiterfahrt laden und darüber Payback-Punkte sammeln. Bis zum Jahresende sollen 500 ultraschnelle Ladepunkte an über 120 Aral Tankstellen in Betrieb sein. Ebenfalls unter der Marke „Aral pulse“ testen die Bochumer aktuell Ladesäulen an Rewe-Supermärkten. Ende März sind die ersten Ladesäulen in Ingolstadt in Betrieb gegangen, Ende Mai folgte ein zweiter Teststandort in Wiesbaden-Erbenheim. Auf dem Parkplatz stehen jeweils eine 50 Kilowatt-Schnellladesäule mit CCS- und CHAdeMO-Anschluss sowie eine Normalladesäule mit zwei Ladepunkten à 22 Kilowatt Ladeleistung.

Shell entwickelt neues Benzin

Nach der Markteinführung von R33 Blue Diesel hat Shell jetzt, unterstützt von Volkswagen und Bosch, ein entsprechendes Produkt für Ottomotoren entwickelt: „Blue Gasoline“. Genau wie R33 Blue Diesel enthält der neue Ottokraftstoff bis zu 33 Prozent hochwertige erneuerbare Anteile und sorgt damit für eine CO₂-Ersparnis von mindestens 20 Prozent. Die verbleibenden im Zusammenhang mit der Beschaffung, der Bereitstellung und dem Verbrauch des Kraftstoffes anfallenden CO₂-Emissionen, gleicht Shell über den Erwerb entsprechender Zertifikate bei ausgesuchten Klimaschutzprojekten aus. Der neue Ottokraftstoff entspricht der Norm EN 228/E10, kann über das bestehende Tankstellennetz vertrieben und in allen Neu- und Bestandsfahrzeugen eingesetzt werden, die für den Betrieb mit Super 95 E10 Benzin freigegeben sind. Wie R33 Blue Diesel wollen Bosch und Volkswagen den Kraftstoff künftig an ihren Werkstankstellen anbieten. Weitere Optionen der Nutzung analog zu R33 Blue Diesel sind in Planung und sollen zeitnah umgesetzt werden.

Score investiert in Wasserstoff

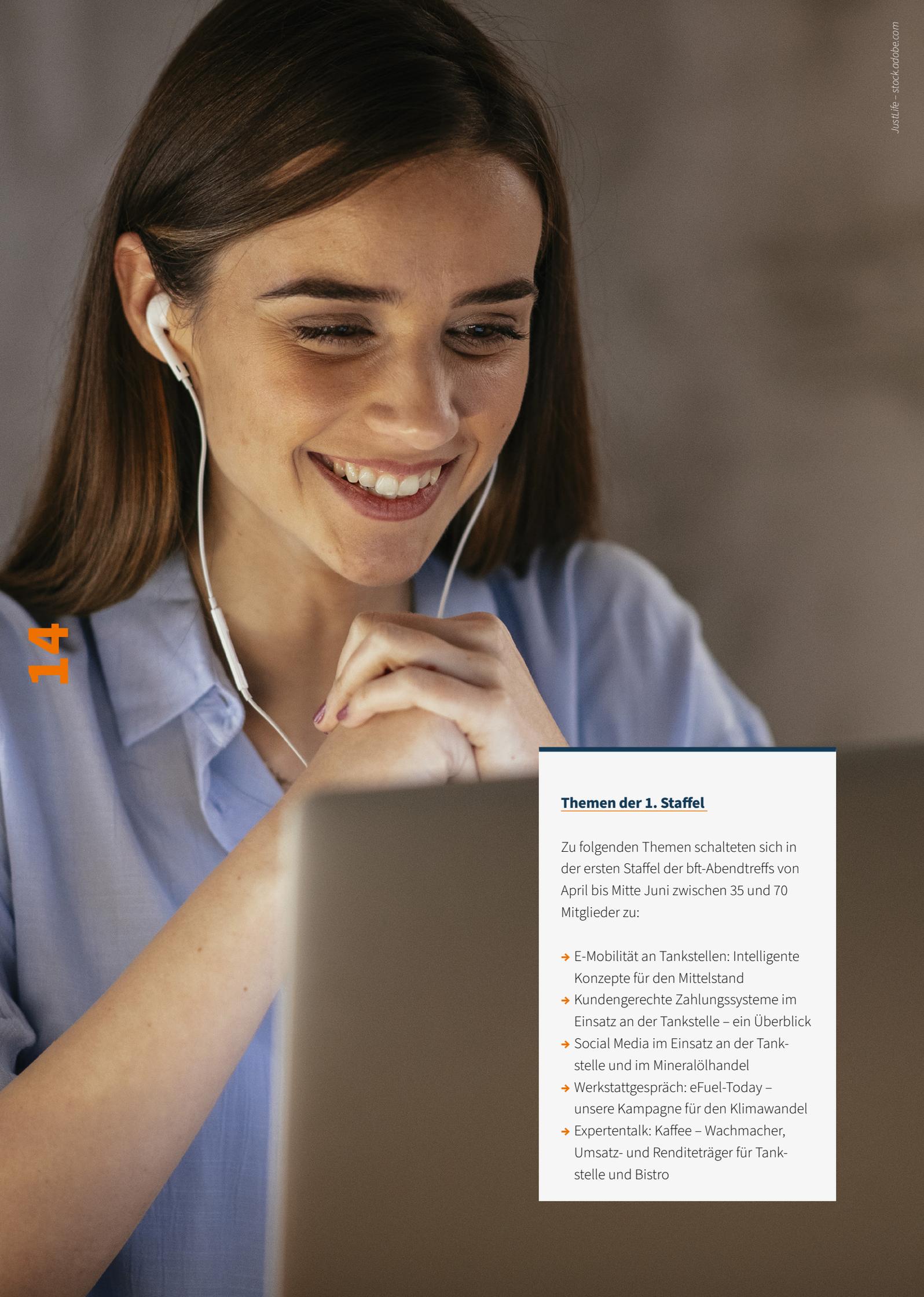
Score beteiligt sich an H2 Nord, das die Unternehmen GP Joule, Terravent und die Brons Gruppe gegründet haben. Das Projekt will in einer Elektrolyseanlage mit bis zu 50 Megawatt Leistung grünen Wasserstoff erzeugen und diesen zunächst über drei Tankstellen in Ostfriesland vertreiben. Für die Elektrolyse wird ausschließlich regionaler Grünstrom genutzt, unter anderem Solarenergie aus dem Energiepark Emden. Thomas Ehrlich, Score-Geschäftsführer, sieht den Ausbau des Tankstellennetzes mit Wasserstoff als einen wegweisenden Schritt für das Unternehmen: „Wir sind uns unserer Verantwortung bei der Energiewende bewusst und gestalten sie aktiv mit. Wir machen grünen Wasserstoff für jedermann erlebbar. Bei der Mobilität der Zukunft wird Wasserstoff beim Verkehr schwerer Fahrzeuge eine zentrale Rolle spielen – ebenso wie E-Fuels oder Strom bei Pkws.“

Mehr News unter: [bft.de/aktuelles/presse](https://www.bft.de/aktuelles/presse)

**Am Strand
im Sommer –
das ist spitze
mit einer Limo
gegen Hitze.**



frei und fair – Ihre freie Tankstelle



Themen der 1. Staffel

Zu folgenden Themen schalteten sich in der ersten Staffel der bft-Abendtreffs von April bis Mitte Juni zwischen 35 und 70 Mitglieder zu:

- E-Mobilität an Tankstellen: Intelligente Konzepte für den Mittelstand
- Kundengerechte Zahlungssysteme im Einsatz an der Tankstelle – ein Überblick
- Social Media im Einsatz an der Tankstelle und im Mineralölhandel
- Werkstattgespräch: eFuel-Today – unsere Kampagne für den Klimawandel
- Expertentalk: Kaffee – Wachmacher, Umsatz- und Renditeträger für Tankstelle und Bistro

Und es hat Zoom gemacht

Digitale Mitgliedertreffen auf Zoom sind ein voller Erfolg

Corona macht Begegnungen im Rahmen von beruflichen Veranstaltungen seit über einem Jahr einen Strich durch die Rechnung. Doch die bft-Mitglieder müssen nicht länger auf den persönlichen Austausch untereinander verzichten: Der Verband hat kurzerhand zwei Landesgruppentagungen in Zoom verlegt und darüber hinaus die regelmäßig stattfindenden bft-Abendtreffs in Leben gerufen.

Dicht besetzte Veranstaltungssäle, eine Umarmung zur Begrüßung, gemütliche Gespräche in den Pausen und ein Glas Bier oder Wein im engen Kreis an der Bar – solche Bilder erscheinen nach über einem Jahr Pandemie fast unwirklich. Dabei zählen Vernetzung und persönliche Begegnungen zu den wichtigsten Grundpfeilern, die einen Verband, insbesondere aus mittelständischen Unternehmern, ausmachen. Doch Verantwortung für die Gesundheit der Mitglieder geht vor: Schweren Herzens verlegte die Verbandsspitze die Jahreshauptversammlung im Oktober 2020 samt Vorstandswahlen ins Digitale, die Messe Tankstelle & Mittelstand 2021 musste komplett abgesagt werden.

Go West

Nach wie vor ist unklar, wann und unter welchen Bedingungen wieder größere Veranstaltungen stattfinden können. Aus diesem Grund entschieden sich die Verantwortlichen beim bft nach dem Erfolg der Online-Mitgliederversammlung im vergangenen Herbst dazu, weitere Verbandstreffen als Zoom-Konferenzen zu organisieren. Den Anfang machte Ende März die Landesgruppe West unter der Moderation des Landesgruppensprechers und stellvertretenden Vorsitzenden Carsten Müller.

In seinem Vortrag „Verändertes Kartengeschäft durch Corona“ erklärte dabei Uwe Dziuk, Geschäftsführer beim Netzbetreiber WEAT, den Teilnehmern die Funktionsweise des neuen Mobile Payment Hub (MPH), dank dem App-Freischaltungen so einfach wie die Einbindung einer zusätzlichen Kartenakzeptanz werden. Dabei zeigte Dziuk auch, zu welchen pay@pump-Lösungen von Mineralölgesellschaften und unabhängigen App-Anbietern bereits Schnittstellen existieren, welche ▶

Anzeige

300.000 km/s

MIT UNS WERDEN SIE GESEHEN.

Zahlarten integriert sind und mit welchen Kassenerstellern das Düsseldorfer Unternehmen eine Kooperation vereinbart hat.

Den Wechsel von der Technik ins Ästhetische übernahm s-iQ-Geschäftsführer Volker Walz in seinem Vortrag „Shop & Bistro nach Corona – ein Ausblick“. Untermalt mit vielen eindrucksvollen Bildern von aktuellen Projekten zeigte er, wie die Shopgestaltung in Verbindung mit einem gastronomischen Konzept zu mehr Umsatz im Bistro führt. Den nächsten Tagesordnungspunkt teilten sich bft-Geschäftsführer Stephan Zieger und Sarah Schmitt, Leiterin des Hauptstadtbüros, die das Ergebnis einer Umfrage unter den Mitgliedern zum Thema Elektromobilität zusammenfassten (siehe Seite 17). Zum Abschluss erhielten die Teilnehmer einen Einblick in die Kampagne eFuel-Today, die der Dachverband Anfang des Jahres gestartet hat.

Nord und Ost im Doppelpack

Bereits einen Tag später trafen sich die Mitglieder der Landesgruppen Nord und Ost zur gemeinsamen Tagung unter der Moderation der Sprecher Marcus Feldhaus und Duraid El Obeid. In dieser Runde wurde das Thema Elektromobilität noch einmal vertieft durch einen Vortrag von Neele Maria Hinck von EWE GO, die das größte öffentliche Ladenetz für Elektrofahrzeuge im Nordwesten Deutschlands betreiben. Diesen Beitrag ergänzte Sebastian Herkenhoff, Leiter Nachhaltige Energien bei Q1 Energie, in seinem Referat „Thema E-Mobilität an Tankstellen: Intelligente Konzepte für den Mittelstand“. Er sieht durchaus das Potenzial, an Stationen Ladeinfrastruktur aufzubauen und wirtschaftlich zu betreiben, wenn man das beispielsweise mit einer eigenen Solaranlage auf dem Tankstellendach verbindet. Auch das Thema Mobile Payment Hub stand erneut auf der Tagesordnung, diesmal präsentiert von Stefan Wolf aus dem WEAT-Vertrieb.

Kontaktloses Bezahlen an verschiedenen Anlagen ist dank CharliePay der Tokheim Service Group (TSG) möglich, das Fabian Priel und Torsten

Noack vorstellten. CoffeePay ermöglicht an Kaffeemaschinen die kontaktlose Zahlung per Handy. CarwashPay und SelfwashPay sind Lösungen für den Bereich der Portalwaschanlagen sowie Selbstwaschsysteme, während VacuumPay als bargeldlose Zahlungslösung für Kärcher-Staubsauger gilt. Eine zentrale Funktion übernimmt die von der TSG entwickelte Charlie Cloud, in der bei kontaktlosen Vorgängen an einem zentralen Ort unterschiedlichste Daten etwa von den Zapfsäulen, der Waschanlage oder Verkaufsautomaten erfasst und konsolidiert werden.

Eine Erfolgsgeschichte

Nach der regen Teilnahme und dem positiven Feedback im Anschluss an die digitalen Landesgruppentagungen stand der schon länger gehegten Idee von Geschäftsführer Zieger nichts im Wege, für alle interessierten Mitglieder einen regelmäßigen Austausch auf Zoom zu organisieren. Das Ziel: Information, Austausch, Diskussion. „Zu jedem bft-Abendtreff laden wir verschiedene Referenten ein, die uns in Vorträgen spannende Einblicke in ein Thema geben. Danach haben die Teilnehmer ausreichend Zeit, um Fragen zu stellen, von ihren eigenen Erfahrungen zu berichten und natürlich untereinander zu diskutieren“, erklärt Zieger das Konzept. Einen Tag vor der jeweiligen Veranstaltung erhalten die Mitglieder über den Newsletter „Mitgliederinformation“ den Einwahllink auf Zoom, den sie auch an interessierte Kollegen innerhalb des Unternehmens weitergeben dürfen.

„Alle bisherigen bft-Abendtreffs waren ein voller Erfolg. Deshalb wollen wir nach Corona an diesem Konzept festhalten und unsere Mitglieder regelmäßig, wenn auch vielleicht in etwas längeren Abständen als aktuell, online zu unserem Stammtisch einladen“, kündigt Zieger an. Zum Druckschluss dieser Ausgabe standen noch nicht alle Termine für die zweite Staffel fest, die Mitte Juni startet. Doch so viel sei verraten: Es geht spannend, unterhaltsam und praxisnah weiter.

Annika Beyer

Umfrage unter den Mitgliedern



Mitglieder kritisieren mangelnde Unterstützung beim Aufbau der Ladeinfrastruktur

Der bft sieht sich als Anbieter von Mobilität grundsätzlich bereit, seinen Teil zum Aufbau von Ladeinfrastruktur beizutragen. Die bisherigen Erfahrungen der Unternehmen zeigen jedoch erhebliche Schwierigkeiten bei der Umsetzung an den Stationen, wie eine Umfrage unter den bft-Mitgliedern zeigt.

„Der ZWANG zur unwirtschaftlichen Ladesäule“ prangte in der Samstagsausgabe der überregionalen Tageszeitung „Die Welt“ (17.4.2021) als Überschrift auf dem Bild einer Tankstellen-Attika. Der Redakteur beschäftigt sich in dem einseitigen Beitrag mit den Herausforderungen, vor denen insbesondere der Tankstellenmittelstand beim Aufbau von Ladeinfrastruktur steht, und befragte dafür auch mehrere Unternehmen aus dem bft-Mitgliederkreis (Feldhaus Energie, Brüder Ley, Q1, Sprint) sowie den bft-Vorsitzenden Duraid El Obeid. Auf das Thema aufmerksam geworden ist der Journalist durch unsere Pressemitteilung, in der wir die Ergebnisse einer Umfrage unter den Mitgliedern und daraus resultierende Forderungen an die Politik veröffentlicht haben.

Die Ergebnisse im Überblick: 101 von 517 Unternehmen haben auf die Umfrage im Rahmen der Mitgliederinformation (4.3.2021) reagiert. Dabei gaben 19 Mitglieder an, insgesamt bereits 73 Ladepunkte zu betreiben. 39 Unternehmen planen aktuell den Aufbau von Ladeinfrastruktur an ihren Stationen, bis Ende 2022 sollen dadurch mehr als 220 weitere Ladepunkte entstehen. Weiterhin wollten wir wissen, wie realistisch das von der Politik formulierte Ziel ist, dass bis Ende 2022 mindestens 25 Prozent der Tankstellen mit einer Schnellladesäule ausgestattet sind. Nur acht Umfrageteilnehmer be-



werteten die Vorgabe als realistisch, 51 waren eher skeptisch, 42 äußerten sich nicht zu dieser Frage.

„Die Umfrage zeigt, dass unsere Mitglieder offen für das Thema Elektromobilität sind. Gleichzeitig verdeutlicht sie, vor welchen Herausforderungen sie beim Aufbau der Ladeinfrastruktur stehen“, resümiert Geschäftsführer Stephan Zieger. Dazu gehören Platzmangel, behördliche Auflagen, langwierige Genehmigungsverfahren, mangelnde Wirtschaftlichkeit und vor allem das Problem, die benötigte Kilowatt-Leistung überhaupt erstmal zur Tankstelle zu bringen. Daraus resultiert aus Sicht von Zieger eine klare Forderung an die Politik: „Wenn der Staat den Ausbau von Infrastruktur möchte, dann ist es auch seine Aufgabe, die Bereitstellung entsprechender leistungsfähiger Stromleitungen bis zur Bordsteinkante, also bis zu unseren Tankstellen, zu hundert Prozent zu fördern – sonst ist das Thema von vornherein unwirtschaftlich für unsere Mitglieder.“

Wertvolle Unterstützung

Anlass der Umfrage war ein Treffen mit Vertretern der Nationalen Leitstelle Ladeinfrastruktur, die im Auftrag des Bundesverkehrsministeriums den Aufbau der Ladeinfrastruktur koordiniert. In diesem Gespräch konnten wir dank der Antworten der Mitglieder nachvollziehbar darlegen, mit welchen Problemen insbesondere der Mittelstand zu kämpfen

hat. „Rückmeldungen aus dem Mitgliederkreis sind für uns sehr wertvoll. In diesem konkreten Fall konnten wir dank des Feedbacks glaubhaft darstellen, dass die Bereitschaft der Unternehmen da ist, Ladeinfrastruktur aufzubauen. Viele scheitern aber an Faktoren, die einfach nicht in unserer Hand liegen“, betont Sarah Schmitt, Leiterin des bft-Hauptstadtbüros.



Thema Nachfolge für viele bft-Mitglieder relevant

Die Organisation der Nachfolge ist in der Regel ein komplexes und oft unangenehmes Thema. Für den langfristigen Unternehmenserfolg ist sie jedoch unverzichtbar und sollte so frühzeitig wie möglich in die Wege geleitet werden. Um Sie dabei zu unterstützen wollten wir wissen, wie die Nachfolge in Ihrem Unternehmen geregelt ist.

Sich mit dem Thema Unternehmensnachfolge auseinanderzusetzen ist komplex und zeitaufwendig, vor allem wenn das Tagesgeschäft die To-do-Liste ständig verlängert. Gleichzeitig setzt sich niemand gerne mit seiner eigenen Sterb-

lichkeit auseinander. Doch damit die Geschäfte stets reibungslos und erfolgreich weiterlaufen können, ist es unabdingbar, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen. Der bft möchte seinen Mitgliedern bei diesem Prozess Hilfestellung geben – vom Notfallplan über rechtliche und steuerliche Themen bis hin zum Familien- oder Gruppencoaching. Um ein maßgeschneidertes Angebot entwickeln zu können, wollten wir in einem ersten Schritt im Rahmen einer Umfrage zunächst den Bedarf ermitteln. Das sind die Ergebnisse:

Die abgebende Generation

Werfen wir zunächst einen Blick auf die abgebende Generation. Hier haben wir 66 Rückmeldungen erhalten. 10,9 Prozent der Teilnehmer waren über 65 Jahre alt, 71,9 Prozent zwischen 50 und 65 Jahre und 17,2 Prozent zwischen 35 und 50 Jahre. Obwohl für drei Viertel das Thema Nachfolge akut (25 Prozent) oder zumindest mittelfristig in den kommenden drei bis sechs Jahren relevant ist (53,1 Prozent), haben es bisher nur 10,8 Prozent komplett geregelt oder sich intensiv damit beschäftigt (21 Prozent). Mehr als zwei Drittel haben sich dagegen bisher nur am Rande (50,8 Prozent) oder sogar gar nicht (16,9 Prozent) um eine Nachfolge gekümmert.

Spannend sind daher die Gründe dafür, warum sich ein Mitglied noch nicht um die Firmenübergabe gekümmert hat: 41,5 Prozent gaben an, noch keinen geeigneten Kandidaten gefunden zu haben, 34,1 Prozent gehen davon aus, noch ausreichend Zeit zu haben, und jeweils 12,2 Prozent hatten bisher keine Zeit, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen beziehungsweise finden es

zu kompliziert. 28 Mitglieder kreuzten an, dass die Nachfolge in ihrem Unternehmen entweder der Sohn oder die Tochter übernimmt.

Ebenfalls wissen wollten wir, wie die Zeit nach der Abgabe der Unternehmensführung aussehen soll. 46,2 Prozent wollen vollständig aus dem Betrieb ausscheiden, jeweils 24,6 Prozent wollen weiterhin finanziell vom Unternehmen profitieren (zum Beispiel durch eine Beteiligung), aber ohne operative Tätigkeit beziehungsweise nur mit einem Mitspracherecht bei strategischen Entscheidungen. 4,6 Prozent wollen weiterhin für die Firma tätig sein, aber ohne Haftungsübernahme.

Bei der Frage nach der finanziellen Absicherung nach der Übergabe antworteten 51,6 Prozent, dass sie einen monatlichen Beitrag aus dem Unternehmen ausgezahlt bekommen möchten. 32,3 Prozent gehen davon aus, dass sie nach dem Verkauf ausreichend finanziell abgesichert sind, 9,7 Prozent haben sich dazu noch keine Gedanken gemacht und 6,5 Prozent wollen weiterhin an dem Unternehmen finanziell beteiligt sein.

Doch wie stünde die Firma da, wenn der Chef kurzfristig durch Unfall, Krankheit oder Tod ausfällt? Bei 46,2 Prozent wäre das Unternehmen zumindest zum Teil durch einen entsprechenden Notfallplan auf diese Situation vorbereitet, bei 21,5 Prozent könnte mindestens ein weiterer Geschäftsführer die Geschäfte fortführen und bei 20 Prozent stünde ein eingearbeiteter Nachfolger bereit. 12,3 Prozent gaben an, dass die Geschäfte in diesem Fall nicht reibungslos weiterlaufen könnten. 54 Prozent sind übrigens überzeugt, nach der Abgabe emotional loslassen zu können, 39 Prozent wissen es noch nicht und acht Prozent gaben an, dass ihnen der Abschied schwer fiele.

Die übernehmende Generation

Aus der übernehmenden Generation antworteten 26 Nachwuchsführungskräfte. 52 Prozent davon waren unter 35 Jahren, 36 Prozent zwischen 35 und 50 Jahren und zwölf Prozent zwischen 50 und 65 Jahren. Im Gegensatz zur abgebenden Generation sahen deutlich mehr Umfrageteilnehmer das Thema Nachfolge als akut an (58,3 Prozent),

33,3 Prozent bewerteten das Thema als mittelfristig relevant, nur 8,3 Prozent langfristig. Bei 36 Prozent ist das Thema bereits geregelt, 44 Prozent haben sich zumindest am Rande damit auseinandergesetzt und ein Fünftel – ebenso wie bei der abgebenden Generation – bereits intensiv.

Insgesamt 80 Prozent fühlen sich gut auf die Nachfolge vorbereitet, entweder weil sie gut ausgebildet sind, ihre Stärken kennen und damit rechnen, den Anforderungen gerecht zu werden (41,7 Prozent) oder weil sie bereits das Unternehmen leiten, ihnen aber nur noch die offizielle Legitimation fehlt (37,5 Prozent). 12,5 Prozent fühlen sich dagegen unsicher, jeweils 4,2 Prozent stehen entweder erst am Beginn der beruflichen Laufbahn oder haben bisher rein operativ mitgearbeitet, aber noch keine Verantwortung übernehmen müssen.

Als größte Herausforderung bei der Übergabe sieht die Hälfte die Vertragsgestaltung (Mehrfachantworten möglich), gefolgt von der Befürchtung, dass die aktuelle Unternehmensleitung nicht loslassen kann (40,9 Prozent). Jeweils 27,3 Prozent kreuzten die Antwortmöglichkeit Kapitalbeschaffung beziehungsweise mangelnde Sicherheit und fehlendes Selbstbewusstsein in der Führungsverantwortung an.

Interessant waren auch die Gründe für die Motivation der Fortführung des Unternehmens (Mehrfachantworten möglich): 84 Prozent wählten die Antwort: Selbstbestimmtheit und größtmöglicher Gestaltungsfreiraum, 64 Prozent Erhaltung des Status quo und Fortführung der Familientradition und jeweils neun Prozent finanzielle Sicherheit/ein überdurchschnittliches Einkommen beziehungsweise Erwartungen der Familie erfüllen.

Hausaufgabe für den Verband

Wir haben außerdem abgefragt, welche Themen besonders relevant für die Mitglieder sind und in welcher Form diese aufgearbeitet werden sollen. Auf Basis der Antworten erarbeiten wir aktuell eine Seminarreihe, über die wir Sie zeitnah in unserem Newsletter „Mitgliederinformation“ informieren.

Annika Beyer



Die Euro-7-Abgasnorm

Das plant die EU bei der neuen Abgasnorm

Die Europäische Kommission hat 2020 im Zuge ihres „Green Deals“ begonnen, die geltenden Abgasnormen zu überarbeiten. Die bis vor kurzem vorgelegten Pläne für die neue Abgasnorm Euro 7 waren von den betroffenen Branchen als Aus für den Verbrenner oder als ein faktisches Verbot dessen kritisiert worden. Die geplante Umstellung des Geltungsbereichs auf ausnahmslos alle Nutzungsmomente wären technisch kaum umsetzbar gewesen. Die neueste Empfehlung des Beratungsgremiums der Europäischen Kommission AGVES (Advisory Group on Vehicle Emission Standards) sieht realistischere Standards vor. Doch welche Änderungen sind nun konkret vorgesehen?

Während die Stickoxid (NO_x)-Grenzwerte bei den Euro-6-Normen 80 Milligramm pro Kilometer (mg/km) für Diesel und 60 mg/km für Benziner betragen, wird der NO_x-Wert nunmehr auf 30 mg/km festgesetzt. Eine Unterscheidung zwischen Diesel und Benziner findet nicht mehr statt. Die vorige AGVES-Empfehlung lag bei einem NO_x-Wert von nur 10 mg/km. Weiterhin ist aktuell ein „Kaltstart-Budget“ vorgesehen. Das bedeutet, dass beispielsweise ein höherer Ausstoß in der Warmlaufphase durch einen niedrigeren Wert im Fahrbetrieb ausgeglichen werden kann. Außerdem werden für die verschiedenen Testbedingungen auch speziell definierte Messtoleranzen zugelassen. Weiterhin entfällt der sogenannte Konformitätsfaktor. Mit diesem Faktor können die Automobilhersteller nach der aktuellen Euro 6d im RDE-Zyklus (Real Driving Emissions) die WLTP-Werte überschreiten (WLTP = „weltweit harmonisiertes Testverfahren für leichtgewichtige Nutzfahrzeuge“).

Der WLTP-Zyklus wird durch die RDE-Anforderungen ergänzt: Diese stellen sicher, dass das Fahrzeug die Schadstoffgrenzwerte für Stickoxide und die Partikelzahl auch im Straßenverkehr und nicht



nur unter Laborbedingungen, im sogenannten „Rollenprüfstand“, einhält. Der WLTP-Zyklus löste mit der Euro 6 c seit September 2017 das NEFZ-Prüfverfahren ab. Ihm liegen empirisch erhobene, reale Fahrdaten-Routen weltweit zu Grunde, sodass er realitätsnähere Verbrauchsangaben als NEFZ liefert. Denn der NEFZ beruht lediglich auf zwei genormten Fahrzyklen, wobei die Emissionen zunächst über die Fahrwiderstände des Fahrzeugs ermittelt werden.

Und wie geht es weiter?

Die Kommission will ihre endgültige Folgenabschätzung im vierten Quartal 2021 vorstellen. Der Legislativvorschlag wird 2022 erwartet. In Brüssel wird wohl erst Ende 2022 über ihn abgestimmt werden. Damit tritt die Abgasnorm Euro 7 frühestens ab 2025 in Kraft, möglicherweise auch erst 2027.

Sarah Schmitt, Leiterin bft-Hauptstadtbüro

Weiter- bildung

für den Tankstellenmittelstand



Infos zu Seminaren,
Referenten, Terminen
und Orten gibt es hier:





Im Bundesverband der Dienstleistungswirtschaft (BDWi) vertreten 20 Branchenverbände aus dem Dienstleistungssektor gemeinsam ihre Interessen gegenüber der Politik – von der Altenpflege über Autovermieter, Tankstellen bis zur Zeitarbeit.

Die Vielfalt macht den Verband stark. Der BDWi ist Dienstleister für seine Mitglieder. Er organisiert Gespräche mit politischen Entscheidern, Veranstaltungen und bundesweite Aktionen wie zum Beispiel „Praxis für Politik“. Er bündelt die Positionen seiner Mitglieder und unterstützt sie bei ihren ureigenen Anliegen.

Mehr Infos: www.bdwi-online.de

Wahlprogramm der Grünen – hat das gute alte Auto eine Zukunft?

Die Grünen fordern in ihrem Wahlprogramm, dass ab dem Jahr 2030 nur noch emissionsfreie Autos in Deutschland zugelassen werden dürfen. Das ist aus ihrer Sicht der entscheidende Treiber, damit das „Auto der Zukunft“ in Deutschland gebaut wird. Synthetische Kraftstoffe lehnt die Partei ab. Aus dem Wahlprogramm: „Die Vorstellung, alte fossile Technologien wie Verbrennungsmotoren mit Wasserstoff oder synthetischen Kraftstoffen zu betreiben, ist bestenfalls eine Illusion, schlimmstenfalls eine Verzögerungstaktik.“ Damit positioniert sich die Partei ganz klar gegen den Verbrennungsmotor. Dieser kann keine Zukunft haben, wenn sich die Grünen mit ihren Forderungen durchsetzen.

Weil Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor keine Zukunft haben, setzt die Partei auf Elektromobilität. Sie spricht sich für eine einheitliche Ladeinfrastruktur mit öffentlichen Ladepunkten im ländlichen Raum aus. Das dürfte es für mittelständische Tankstellen schwer machen, an diesem Markt zu partizipieren. Auf der anderen Seite soll es öffentliche Stromtankstellen geben.

Kurzfristig fordern die Grünen, Dieselsubventionen und das von ihnen sogenannte „Dienstwagenprivileg“ zu streichen und die Geschwindigkeit auf Autobahnen auf 130 Stundenkilometer zu begrenzen. All diese Maßnahmen würden dazu beitragen, das Autofahren unattraktiver zu machen.

Fazit

Die Ablehnung synthetischer Kraftstoffe ist eindeutig. Das gilt auch für Ölheizungen. Damit wären Geschäftsmodelle, die auf flüssige Heiz- und Kraftstoffe setzen, nicht mehr überlebensfähig. Für die betroffenen Unternehmerinnen und Unternehmer dürfte die Wahlentscheidung damit eindeutig sein. Weniger eindeutig stellt sich die Situation bei den Ladepunkten dar. Wie alle anderen Parteien bekennen sich auch die Grünen zum Mittelstand. Es ist nicht ausgeschlossen, dass sie im Rahmen der Koalitionsverhandlungen eine mittelstandsfreundliche Lösung bei den Ladepunkten mittragen würden.

Matthias Bannas, Leiter Verbandskommunikation

Ihre
Werbung
in Ihrer
Hand.

PWM[®]



DEINE **DIGITALE**
WERBEFLÄCHE

powered by **PWM**[®]

PWM[®]

MEHR ERFAHREN
www.doohit.de



Der Dachverband MEW Mittelständische Energiewirtschaft Deutschland e.V. ist die starke Stimme der unabhängigen Mineralöl- und Energiewirtschaft in Deutschland. Wir stehen für Vielfalt und fairen Wettbewerb im Mineralöl- und Energiemarkt. Gemeinsam mit unseren Mitgliedsverbänden bft, AFM+E, UTV und FPE repräsentieren wir in Deutschland unter anderem rund 2500 freie Tankstellen, 70 Prozent der oberirdischen Kraftstoff-Tanklagerkapazität, 34 Prozent der Importe von Diesel und Heizöl sowie rund 20000 Arbeitnehmer. In Berlin vertreten wir die Interessen unserer Mitglieder gegenüber der Politik und begleiten aktiv aktuelle politische Entwicklungen und Gesetzgebungsvorhaben.

Ambition allein genügt nicht, passende Rahmenbedingungen sind gefragt

Klimapolitische Rahmenregulierung im Verkehr ist ein Mix aus unterschiedlichen steuerpolitischen, ordnungspolitischen und – mit der Einführung des nationalen Brennstoffemissionshandels – seit diesem Jahr auch marktwirtschaftlichen Maßnahmen. Teil dieser Mischung ist die verpflichtende Verwendung erneuerbarer Energien, also im Verkehr weit überwiegend von Biokraftstoffen. Kraftstoffinverkehrbringer müssen den fossilen Anteil im Liter Benzin oder Diesel um einen definierten Anteil mindern; seit 2015 wird das in der sogenannten Treibhausgasmindering, kurz der THG-Quote, ausgewiesen. Diese THG-Quote gehört zu den tragenden Säulen der mobilitätsbezogenen Klimamaßnahmen. Durch den Einsatz von Biokraftstoffen konnten 2019 fast zehn Millionen Tonnen CO₂ eingespart werden (BLE Evaluationsbericht).

Bis Ende Juni 2021 muss Deutschland die Erneuerbare-Energien-Richtlinie (RED II) aus 2018 umsetzen. Zu den wichtigen Stellgrößen gehört die THG-Quote. Der Bundestag hat mit seinem Gesetzentwurf unter anderem einen Quotenverlauf verabschiedet, der bis 2030 bis auf 25 Prozent ansteigt. Für die Kraftstoffinverkehrbringer unter dem

MEW-Dach ist das eine ziemliche Herausforderung unter den aktuellen Rahmenbedingungen. Es darf jetzt nicht bei der Ambition bleiben, die Instrumente müssen her. Der MEW hat in seiner Stellungnahme deshalb unterstrichen, dass ein ehrgeiziges Ambitionsniveau für die THG-Quote mitgetragen werde – unter der Voraussetzung, dass zeitgleich die Möglichkeiten erweitert werden.

Konkret: Die Begrenzungen für Beimischungen müssen fallen, also Kraftstoffe mit bis zu zehn, 20 oder 30 Prozent Bioanteil sollten verkauft werden dürfen, ebenso die paraffinischen Kraftstoffe bis hin zur Reinform. Ohne die grünen Kraftstoffe werden sich Klimaziele auch mit dem dynamischen Hochlauf der E-Mobilität nicht erreichen lassen. Zudem: Im April hatten sich Rat und EU-Parlament in Brüssel geeinigt, die EU-Klimaziele bis 2030 von minus 40 auf minus 55 Prozent zu verschärfen. Dafür müssen wir noch dringlicher alle Register ziehen. Ansonsten bliebe es beim rein normativen Setzen von Zielen ohne Blick auf das realistisch Machbare.

Matthias Plötzke, Hauptgeschäftsführer



UPEI – The Voice of Europe's Independent Fuels Suppliers UPEI vertritt fast 2000 europäische Importeure, Groß- und Einzelhändler von Energieerzeugnissen für den Verkehrs- und Heizungssektor, die die europäischen Kunden unabhängig von den großen Energieerzeugern beliefern. Die Händler sind Schnittstelle zwischen Herstellern und Verbrauchern und nutzen ihre eigene Infrastruktur und Flexibilität, um die bestehende Nachfrage von konventionellen und erneuerbaren, flüssigen Kraftstoffen sowie von nicht flüssigen Alternativen im Rahmen der Energiewende zu liefern. Sie stellen mehr als ein Drittel der aktuellen Nachfrage in Europa dar. Die Organisation bringt nationale Verbände und Lieferanten in ganz Europa zusammen.

EU-Klimapolitik: Der delegierte Rechtsakt zur nachhaltigen Finanzierung

Im April 2021 verabschiedete die Europäische Kommission ein Maßnahmenpaket, mit dem Investoren ihre Investitionen auf nachhaltigere Technologien und Unternehmen ausrichten können.

Die EU-Taxonomie – im vergangenen Jahr beschlossen und nun mit dem ersten Teil der entsprechenden delegierten Rechtsakten versehen – ist eine Art grünes Klassifizierungssystem. Es honoriert umweltverträgliche Investitionen, die mindestens zu einem der EU-Klima- und Umweltziele beitragen und gleichzeitig keinem der Ziele schaden. Die EU will so mehr Geld in nachhaltige Tätigkeiten lenken. Mit dem Maßnahmenpaket stellt die EU-Kommission klar, welche Wirtschaftstätigkeiten am meisten zur Erreichung der EU-Umweltziele beitragen.

So werden Kriterien für die Sektoren festgelegt, die für die Erreichung der Klimaneutralität am relevantesten sind. Einer davon ist der Verkehrssektor. Hier fasst die EU-Kommission insbesondere CO₂-freie Fahrzeuge und die dafür notwendige Infrastruktur

(zum Beispiel Ladesäulen, Stromnetzanschlüsse, Wasserstofftankstellen) inklusive deren Installation, Wartung und Reparatur ins Auge. Die Infrastruktur für Transport und Lagerung fossiler Brennstoffe wird ausdrücklich ausgeschlossen. Die Herstellung von Biogas oder Biokraftstoffen wird begünstigt, sofern sie den bestehenden Nachhaltigkeitsregeln für erneuerbare Energien entsprechen.

Die EU-Taxonomie ist dabei keine verbindliche Liste wirtschaftlicher Aktivitäten, in die Anleger investieren können. Sie stellt auch keine verbindlichen Anforderungen an die Umweltleistung von Unternehmen oder Finanzprodukten. Den Anlegern bleibt es weiterhin frei zu entscheiden, in was sie investieren möchten. Einige Bereiche wie Atomenergie oder Gas, die insbesondere von verschiedenen Mitgliedstaaten kritisiert wurden, werden vorerst ausgeklammert. Ein weiterer Rechtsakt für Kriterien beim Schutz der Umwelt und Artenvielfalt wird für Ende des Jahres erwartet.

Cécile Nourigat, Secretary General



Neue Mitglieder im bft

Die starke Gemeinschaft des Bundesverbandes Freier Tankstellen (bft) ist im ständigen Wandel. Neue Mitglieder kommen hinzu, andere stellen den Tankstellenbetrieb und damit auch ihre Mitgliedschaft ein. An dieser Stelle begrüßen wir die neuesten Mitglieder herzlich im bft und stellen sie in einem kurzen Porträt vor.

26

Überblick:

Firmenname: STEIGERWALDMOBILE

Geschäftsführerin und

Stationsbetreiberin: Andrea Hirt

Adresse: Hauptstr. 31,
96181 Rauhenebrach (Bayern)

Web-Adresse: steigerwaldmobile.de

Eröffnet seit: 1961 als AVIA-Tankstelle,
wird aktuell umgebaut (neue Tanks, neue
Attika, neuer Tankautomat), geplante
Neueröffnung im Juni 2021 unter der
Marke STEIGERWALDMOBILE

Anzahl der Tankstellen: 1

Eckdaten:

Shop, Deutsche-Post-Filiale, Tankstelle mit zwei Zapfsäulen und einem Tankautomat, Portalwaschanlage, zwei XXL-SB-Waschplätze, zwei SB-Sauger, Werkstatt, Wohnmobilverleih

Ich bin bft-Mitglied, weil ...

... wir endlich unabhängig von großen Konzernen sein wollten. Außerdem hat der bft als Mittelstandsvertretung eine große Marktmacht und Einflussmöglichkeiten, die wir als Einzelbetreiber gar nicht erreichen könnten und von denen wir nun als Mitglied profitieren.

Ich schätze die Arbeit des bft, weil:

Besonders lobenswert ist die schnelle Reaktion der Geschäftsstelle auf Anfragen oder Hilfestellungen bei Problemen. Es gibt außerdem für fast jeden Bereich einen geeigneten Lieferanten bei der Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen mit Sonderkonditionen für bft-Mitglieder.

Meine Erwartungen an den bft:

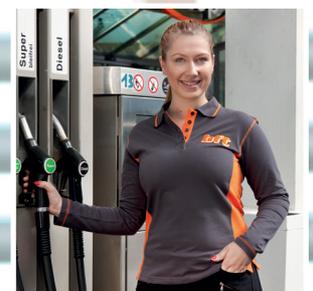
Ich wünsche mir eine weitere Stärkung der kleinen und mittelständischen Tankstellen. Außerdem wünsche ich mir, dass wir freien Tankstellen mit Unterstützung des bft beispielsweise durch entsprechende Rahmenverträge für die Mitglieder Vorreiter bei neuen Technologien wie bei den mobilen Zahlungsmethoden werden.

Lust auf was Frisches?

Knackige Berufsbekleidung www.eft-service.de

bft-fashion

DIE KOLLEKTION
FÜR IHR TEAM



Plötzlich Chef

bft-Beisitzer Tobias Lanzerstorfer im Porträt

Mit den jüngsten Wahlen auf der Jahreshauptversammlung Ende Oktober 2020 hat der bft seine Verjüngung im Vorstand eingeläutet. Neben der 32-jährigen Julia Eberhardt bestimmten die Mitglieder den 35-jährigen Tobias Lanzerstorfer zum Beisitzer. Ein Porträt.

Eines haben Dietmar Possart und sein Nachfolger im bft-Vorstand, Tobias Lanzerstorfer, gemeinsam: Beide haben BWL studiert. Der Ältere, weil „ich eben schnell arbeiten und ein erfolgreicher Mensch werden wollte“, der Jüngere „aus Alternativlosigkeit, weil ich nicht wusste, was ich sonst machen soll“. Beide Aussagen sind sicherlich mit einem Augenzwinkern zu sehen, in jedem Fall aber pragmatisch. Und um ein mittelständisches Mineralölunternehmen erfolgreich zu führen, ist ein BWL-Studium in jedem Fall eine gute Wahl.

Nach seinem Studium an der Leopold-Franzens-Universität in Innsbruck kehrte Lanzerstorfer zurück in seine Geburtsstadt München und stieg im April 2014 direkt ins väterliche Unternehmen VEWAG mit Sitz im oberbayerischen Waging am See ein. Vater Peter Lanzerstorfer hatte nach 35 Jahren bei der Agip als Geschäftsführer von Alois Wachter & Co. Mineralölhandel GmbH angefangen und die Firma dann 2010 von der parallel von ihm gegründeten VEWAG übernommen. Das damals 14 Tankstellen große Netz ist innerhalb der vergangenen elf Jahre auf 58 Stationen in ganz Deutschland gewachsen, 43 Standorte sind Markenpartner der Aral, die restlichen freie Tankstellen.

Als Lanzerstorfer vor sieben Jahren mit einem normalen Angestelltenvertrag ins Unternehmen eintrat, stand sein Schreibtisch im Zimmer seines Vaters. „So habe ich hautnah mitbekommen, wie er die Dinge auf seine persönliche Art handhabt und wie er im Geschäftsleben auftritt. Da konnte ich viel mitnehmen“, erinnert sich der heute 35-Jährige. Vor allem seine Geradlinigkeit, seine Direktheit und die Tatsache, dass man sich auf das Wort des Seniors verlassen konnte, beeindruckten Lanzerstorfer. Gleichzeitig war aber auch immer klar, dass das letzte Wort bei Entscheidungen stets bei seinem Vater lag.

Die Situation änderte sich schlagartig als Peter Lanzerstorfer vor zwei Jahren plötzlich mit 68 Jahren verstarb. Nun mussten Tobias Lanzerstorfer und sein älterer Bruder Fabian, der 2017 ebenfalls bei der VEWAG anfang, plötzlich sehr viel Verantwortung übernehmen und alle Entscheidungen selbst treffen. „Ich weiß nicht, ob mein Vater etwas geahnt hat, aber er hat das Unternehmen sukzessive darauf vorbereitet, dass wir es übernehmen können. Wir sind ja beide bereits seit Juli 2017 Teil der Geschäftsführung“, sagt Lanzerstorfer.

28

Dietmar Possart über seinen Nachfolger:

„Gemeinsam mit seinem Bruder wurde Tobias nach dem plötzlichen und völlig unerwarteten Tod seines Vaters Peter, wie man so schön sagt, ins kalte Wasser geworfen. Schließlich hatte der seinen Söhnen ein nicht gerade kleines Unternehmen hinterlassen. Aber mit unglaublichem Einsatz haben die zwei von der ersten Stunde an diese neue Herausforderung nicht nur angenommen und erfüllt, sondern mit neuen, von den beiden gesetzten Schwerpunkten ausgeweitet. Diese in Tobias ruhende Tatkraft, seinen klaren Blick über den Tellerrand, verbunden mit seinem stets freundlichen und verbindlichen Auftreten schätze ich ganz besonders an ihm und macht ihn deshalb zu einem sehr geeigneten Mitglied im bft-Vorstand.“

Bei der gemeinsamen Entscheidungsfindung tun sich die Brüder in der Regel nicht schwer: Der BWLer beurteilt die Dinge nach ihrer Wirtschaftlichkeit, der Ältere ist Architekt und hat einen guten Blick für das Gestalterische. „Meistens ergänzen wir uns sehr gut und treffen uns in der Mitte. Und wenn es Auseinandersetzungen gibt, dann immer nur auf der fachlichen, nie auf der persönlichen Ebene“, betont Tobias Lanzerstorfer. Er glaubt allerdings, dass sie Entscheidungen heute anders treffen als ihr Vater: „Vielleicht gehen wir etwas mehr ins Risiko. Unser Vater musste erst Verpflichtungen aus dem alten Unternehmen auflösen und jeden Euro umdrehen. Uns hat er die Firma in einem wirtschaftlich stabilen Zustand überlassen, in dem wir mehr Freiheiten haben und mehr ausprobieren können.“

Näher an den Themen dran sein

Weitblick zeigte Dietmar Possart, Geschäftsführer bei BK Benzin Kontor in Herrsching, bei der Suche nach seinem Nachfolger: „Dietmar hatte das Thema schon länger immer wieder mal angesprochen, auch schon, als mein Vater noch gelebt hat. Er hat uns etwas gedrängt, aber nie bedrängt“, erzählt Lanzerstorfer schmunzelnd. In gemeinsamer Absprache haben sich die Brüder entschieden, dass sich der jüngere zur Wahl stellt. „Verbandsarbeit nimmt natürlich eine gewisse Zeit in Anspruch, aber wir wollten wieder näher an den Branchenthemen dran sein, mehr mitbekommen und uns einbringen. Da sind wir durch den Tod unseres Vaters etwas ins Hintertreffen geraten, da er ein unglaublich gutes Netzwerk hatte, das uns noch fehlt“, erklärt der Münchner die Entscheidung.

Ein gutes halbes Jahr nach seiner Wahl arbeitet Lanzerstorfer daran, sich in die zahlreichen Verbandsthemen einzufinden. „Das Tolle an der



Branche ist ja ihre Vielfältigkeit. Mal verhandelt man auf sehr professioneller Ebene mit den größten Mineralölfirmen der Welt. Und dann hat man wieder persönliche Gespräche mit einem Partner, der vielleicht Taubenzüchter ist. Solche Kontakte zu halten und zu pflegen ist für uns wichtig“, betont der Unternehmer. Das alles spiegelte sich auch in der Verbandsarbeit wieder: Das Hemdsärmelige und Persönliche, das den bft ausmacht, auf der einen Seite und die sehr sachliche und professionelle Arbeit, mit der der Verband an die Themen im Sinne der Mitglieder rangeht, auf der anderen Seite.

Ein Thema, das nach Corona Julia Eberhardt und Lanzerstorfer betreuen sollen, ist der Aufbau eines Netzwerks aus Nachwuchsunternehmern aus dem bft-Mitgliederkreis. Vielleicht wird dann Lanzerstorfer in einigen Jahren oder Jahrzehnten aus diesem Kreis seinen Nachfolger auswählen und zur Wahl vorschlagen. Mal sehen, ob es wieder ein Betriebswirtschaftler sein wird.

Annika Beyer

Tobias Lanzerstorfer ist seit 2017 gemeinsam mit seinem Bruder Fabian Geschäftsführer der VEWAG und seit 2020 Beisitzer im Vorstand des bft.



Schnell den Verband gefragt

Impfpflicht im Arbeitsverhältnis

Die Bundesregierung hat sich eindeutig darauf festgelegt, dass es eine gesetzliche Impfpflicht nicht geben wird. Begründet wird das mit der körperlichen Integrität. Eingriffe hierin bedürfen einer sehr hohen Rechtfertigung durch den Gesetzgeber. Die körperliche Unversehrtheit steht im Grundwertekanon des Grundgesetzes sehr weit oben. Ob das Thema nach den Bundestagswahlen oder wenn die Herdenimmunität nicht schnell genug kommt, anders beurteilt wird, bleibt abzuwarten. Wir wollen in diesem Beitrag auf die arbeitsrechtlichen Fragestellungen einer Impfpflicht eingehen:

Als naheliegendstes kommt eine Impfpflicht über das sogenannte Direktionsrecht des Arbeitgebers in Betracht. Dies dürfte allerdings in den allermeisten Fällen ausgeschlossen sein. Denn das Thema körperliche Integrität steht im Arbeitsverhältnis sehr weit oben. Es gibt sicherlich ein hohes Interesse des Arbeitgebers an der Gesundheit seiner Belegschaft, sowohl in finanzieller als auch arbeitsorganisatorischer Hinsicht. Dies führt allerdings nicht zur Zulässigkeit eines solchen Eingriffs. Das gleiche gilt für eine Betriebsvereinbarung, wo wir im Regelfall nicht über die Hürde der körperlichen Integrität hinwegkommen.

Wenn man die Impfpflicht also nicht direkt verordnen kann, wird in den meisten Beiträgen die Frage nach einer indirekten Impfpflicht diskutiert. Dies

kann man durch Druck auf die Belegschaft (Kündigung), den Arbeitgeber oder durch Incentives erfolgen. Die Frage der Zulässigkeit von arbeitsrechtlichen Maßnahmen stellt sich allerdings nur dort, wo das Kündigungsschutzgesetz gilt. Der andere Bereich ist zwar kein rechtsfreier Raum, aber in Kleinbetrieben gilt es, die Kündigungsfristen zu beachten. Das Kündigungsschutzgesetz kommt nur zur Geltung, wenn das Arbeitsverhältnis länger als sechs Monate besteht (§ 1 KschG) und der Betrieb mehr als zehn Arbeitnehmer beschäftigt (§ 23 KschG).

Eine verhaltensbedingte Kündigung erfordert zunächst eine Weisung, gegen die ein Arbeitnehmer verstoßen hat. Wie soeben gezeigt, ist eine derartige Weisung in den allermeisten Fällen nicht zulässig. Der Schutz der Belegschaft und der Kunden an der Tankstelle ist, und das hat die bisherige Praxis (AHA-Regeln) gezeigt, mit anderen Mitteln möglich. Die jetzt in Kraft getretenen Erleichterungen setzen diese Regeln nicht außer Kraft.

Eine personenbedingte Kündigung setzt voraus, dass die weiterhin vorhandene Ansteckungsfähigkeit des Arbeitnehmers seine Eignung für die Position im Unternehmen nicht gefährdet. Dies dürfte in unserer Branche nicht gegeben sein.

Aus ähnlichen Gründen dürfte ebenso eine betriebsbedingte Kündigung nicht möglich sein. Sollte ein solcher Fall vorliegen, ist allerdings



zunächst zu prüfen, ob eine Versetzung auf einen anderen Arbeitsplatz im Unternehmen möglich ist (Lager, Büro. o. ä.). Erst wenn dies ausscheidet, kann dann betriebsbedingt gekündigt werden.

In Betracht kommt auch der seltenere Fall der Druckkündigung. Dieser Fall könnte eintreten, wenn Kunden auf einen geimpften Heizölfahrer bestehen oder Mitarbeiter auf geimpfte Kollegen. In der Fachzeitung Neue Juristische Wochenschrift kommen die Autoren hier zu einer zulässigen Variante, wenn der Schaden groß ist (Verlust von Mitarbeitern, Kunden oder Aufträgen) und der betroffene Mitarbeiter nicht anderweitig eingesetzt beziehungsweise geschützt werden kann. Allerdings kommen die beiden Autoren zu einer sehr hohen Darlegungslast im Arbeitsgerichtsprozess.

Belohnung für den Pieks

Eher wirksame Instrumente sehen viele Juristen in ihren aktuellen Beiträgen bei der Frage nach einer Incentivierung. Prämien sind bei entsprechender Ausgestaltung als echte Belohnung durchaus zulässig. Die Arbeitsgerichte haben schon in weniger schweren Fällen (Nichtraucherprämien!) die Zulässigkeit von Prämien bejaht. Genauso die Frage nach Zutritts- und Teilhaberechten.

Übrigens: Ein Mitarbeiter, der sich impfen lassen möchte, braucht dafür grundsätzlich Urlaub. Allerdings kann der Arbeitgeber im Rahmen der Incentivierung auf einen solchen Urlaubsantrag verzichten. Eine solche Belohnung wäre nicht nur zulässig, sondern auch empfehlenswert. Wenn der Mitarbeiter anschließend aufgrund heftiger Impfreaktionen ausfällt, ist dies zu behandeln wie jede normale Erkrankung.

Zum Schluss: Das Datenschutzrecht steht nicht zwischen dem Recht des Arbeitgebers, von einer Impfung zu erfahren, und dem Recht auf Datenschutz. Schon allein die Fürsorgepflicht des Arbeitgebers gegenüber seinen Arbeitnehmern insgesamt erfordert eine solche Information über den Impfstatus. Im Pandemiefall dürfte dies zulässig sein. Hierfür gibt es positive Äußerungen aus den Reihen der Datenschutzbeauftragten. Sobald diese Informationen nicht mehr notwendig sind, sind die Daten allerdings zu löschen.

Bei Fragen sollten Sie sich mit der Geschäftsstelle oder mit Ihren Beratern in Verbindung setzen. Gerne geben wir Hinweise über vertiefende Literatur.

Stephan Zieger, bft-Geschäftsführer

bft-Akademie

Aktuell ist das Kursangebot der bft-Akademie zwar coronabedingt noch eingeschränkt, die Trainer haben sich aber längst auf die veränderte Situation eingestellt: Die meisten Seminare sind bereits im vergangenen Jahr ins Online-Format übertragen worden und behalten dank kleiner Gruppen und Dialog zwischen Trainer und Teilnehmern ihren Workshopcharakter. Alle Kurse können auch als Einzelcoaching oder Inhouse-Seminar gebucht werden.

Die Seminare der bft-Akademie sind folgenden vier Bereichen zugeordnet:

1 Kommunikation & Führung

Kompetente und motivierte Mitarbeiter tragen wesentlich zum Erfolg eines Unternehmens bei. Dazu braucht es jedoch Vorgesetzte, die die sozialen und persönlichen Kompetenzen einer guten Führungskraft mit sich bringen. An dieser Stelle setzen die Seminare der bft-Akademie an: Entwicklung von Teams und Persönlichkeiten, Konfliktmanagement und Motivation, Zeitmanagement und Selbstorganisation oder Stressbewältigung – hier können Unternehmer, Abteilungsleiter oder Pächter ihre Soft Skills ausbauen und lernen, wie sie ihr Team entwickeln und stärken. Ein positiver Nebeneffekt: Sind die Mitarbeiter zufrieden, sinken die Fehlerquote, Krankheitstage und Fluktuation.

2 Shop & Verkauf

Ein großes Themengebiet im Bereich Shop & Verkauf ist seit dem vergangenen Jahr Social Media (siehe Titelgeschichte). Hier hat die bft-Akademie je nach Vorwissen der Teilnehmer ein dreistufiges Angebot aus Basis-, Aufbau- und Spezialwissen entwickelt. Zudem gibt es verschiedene Kurse zu den Themen Vertrieb und Marketing, die Tankstellen bei der Steigerung ihres Umsatzes insbesondere in Shop und Bistro unterstützen. In Zusammenarbeit mit den Kassenherstellern Huth und Scheidt & Bachmann erhalten die Teilnehmer in den entsprechenden Online-Seminaren Einblicke in die jeweiligen Warenwirtschaftssysteme.

3 Betrieb & Gebäude

Das Angebot im Bereich Betrieb & Gebäude ist aktuell coronabedingt noch eingeschränkt, denn Seminare zu Themen wie Abscheidertechnik sind nur vor Ort sinnvoll. Online umsetzbar ist nach wie vor das sehr gefragte Seminar „Verkauf & Reklamation im Waschgeschäft“. In der eintägigen Veranstaltung erfahren die Teilnehmer unter anderem, wie das eigene Verhalten zum Verkaufserfolg des Unternehmens beitragen kann und welchen Nutzen Kunden aus höherwertigen Waschprogrammen ziehen. Außerdem lernen die Mitarbeiter, im Falle einer Reklamation die Situation souverän und ruhig zu meistern und so das Reklamationsgespräch zur Zufriedenheit beider Seiten zu Ende zu bringen.

4 Sicherheit & Recht

Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und Gefährdungsbeurteilung gehören zu den zentralen Themen an der Tankstelle, um die Sicherheit der Mitarbeiter und Kunden zu gewährleisten. Mitarbeiter sollten deshalb regelmäßig in diesen Bereichen geschult werden, damit sie alle Gefahren erkennen, bewerten und beherrschen können. Neben einem entsprechenden Angebot in diesem Fachgebiet finden Interessierte auch einen Kurs zum Thema Arbeitsrecht sowie den Klassiker, das Seminar „Tatort Tankstelle“, den die bft-Akademie aktuell aber nur auf Anfrage als Inhouse-Schulung anbietet.



Falls Sie individuell für Ihr(e) Team(s) zugeschnittene Online-Seminare wünschen, sprechen Sie uns an. Hinweise zu den Referenten und ausführliche Seminarbeschreibungen finden Sie unter www.bft-akademie.de (Änderungen vorbehalten).

Ansprechpartner für die bft-Akademie:

Artus GmbH – Ira Roschlau (Leiterin der bft-Akademie, links im Bild)

Telefon: 030-552 375 37

kontakt@artus-experts.de

Programm der Online-Seminare ab Juli 2021:

1 **Kommunikation & Führung**

- Führung ist heute anders (18./19.8.2021)
- Kein Stress mit dem Stress (10./17.9.2021)
- Zeitmanagement & Selbstorganisation (14./21.9.2021)

2 **Shop & Verkauf**

- Warenwirtschaft mit HUTH - Itas Vision Prof. (29./30.6.2021 oder 20./21.7.2021 oder 10./11.8.2021)
- Social Media Basiskurs (13./14.7.2021)
- Social Media Aufbaukurs (10./11.8.2021)
- Social Media Spezialkurs (14./15.9.2021)
- Local Hero (6.9./13.9./ 27.9./11.10.2021)

3 **Betrieb & Gebäude**

- Verkauf & Reklamation im Waschgeschäft (6.7.2021 oder 10.8.2021 oder 14.9.2021)

4 **Sicherheit & Recht**

- Arbeitssicherheit & Gefährdungsbeurteilung (5./6.7.2021 oder 17./18.8.2021 oder 1./2.9.2021)
- Arbeitsrecht richtig angewandt (22./23.9.2021)



HINWEIS:

Wussten Sie schon, dass alle bft-Mitglieder einen besonderen Vorteil bei der bft-Akademie haben und die Kurse zum günstigeren Preis buchen können? So zahlen Sie weniger für Ihren Kurs:

- 1) Entscheiden Sie sich für einen Kurs auf unserer Internetseite www.bft-akademie.de.
- 2) Klicken Sie unter der Beschreibung des Kurses auf „Buchung“.
- 3) Geben Sie Ihre Mitgliedsnummer ein und haken Sie „Ich bin Mitglied im bft“ an.

Fertig!



Das sagen unsere Kunden:

Inhaltlich sehr ausführlich und kompetent mit hilfreichen Tipps und Anregungen, wie man sich Unterstützung holen kann. Für mich persönlich war es das erste Online-Seminar und ich muss sagen, dass es hinsichtlich der Lernintensität mehr bringt als ein Präsenz-Seminar.“

(Jürgen Götz, Leiter Unternehmensbereich Tankstellen, ALLGUTH GmbH aus Gräfelfing)

Bratpfanne trifft Energiewende

Thermodynamik-Professor André Thess im Gespräch

André Thess, Buchautor und Professor für Thermodynamik an der Universität Stuttgart, erklärt im Interview, was die Entscheidung für eine Bratpfanne mit Kritik an der Klimapolitik gemeinsam hat, warum der Wirkungsgrad einer Technologie am Ende nur eine untergeordnete Rolle spielt und wie aus seiner Sicht eine sinnvolle Energiewende aussehen kann.

Herr Professor Thess, welches Ziel hatten Sie mit dem Buch „Sieben Energiewendemärchen?“ vor Augen?

Ich sehe es zunehmend kritisch, wie in Deutschland die Themen Energie und Klima diskutiert werden. Das Ziel dieses Buches ist deshalb, einen kleinen Beitrag dazu zu leisten, dass diese Diskussionen etwas weniger emotional und etwas stärker wissenschaftsbezogen geführt werden. Auch möchte ich die Leser davon überzeugen, dass es nichts Dramatisches in einer Demokratie ist, dass es Leute gibt, die den Verbrennungsmotor behalten wollen – da gehöre ich dazu – und dass es Leute gibt,

Der Untertitel Ihres Buches lautet „Eine Vorlesungsreihe für Unzufriedene“. Was macht Sie in der politischen und medialen Diskussion über die Themen Energie und Klima besonders unzufrieden?

Zum einen sind es die Versuche, den „bösen Verbrennungsmotor“ zu verbieten. Ich bin sehr dafür, den CO₂-Ausstoß der Menschheit zu reduzieren. Und ich glaube auch, dass wir dazu große technische und regulatorische Anstrengungen unternehmen müssen. Ich halte allerdings die Behauptung, der Verbrennungsmotor sei schuld am Klimawandel, für schlicht und ergreifend unwissenschaftlich. Am menschengemachten Klimawandel ist nicht der Verbrennungsmotor schuld, sondern das Verbrennen fossiler Kraftstoffe. Wenn wir es schaffen, preiswerte synthetische Kraftstoffe zu produzieren, die CO₂-neutral sind, dann gibt es keinerlei Notwendigkeit für Verbote von Verbrennungsmotoren.

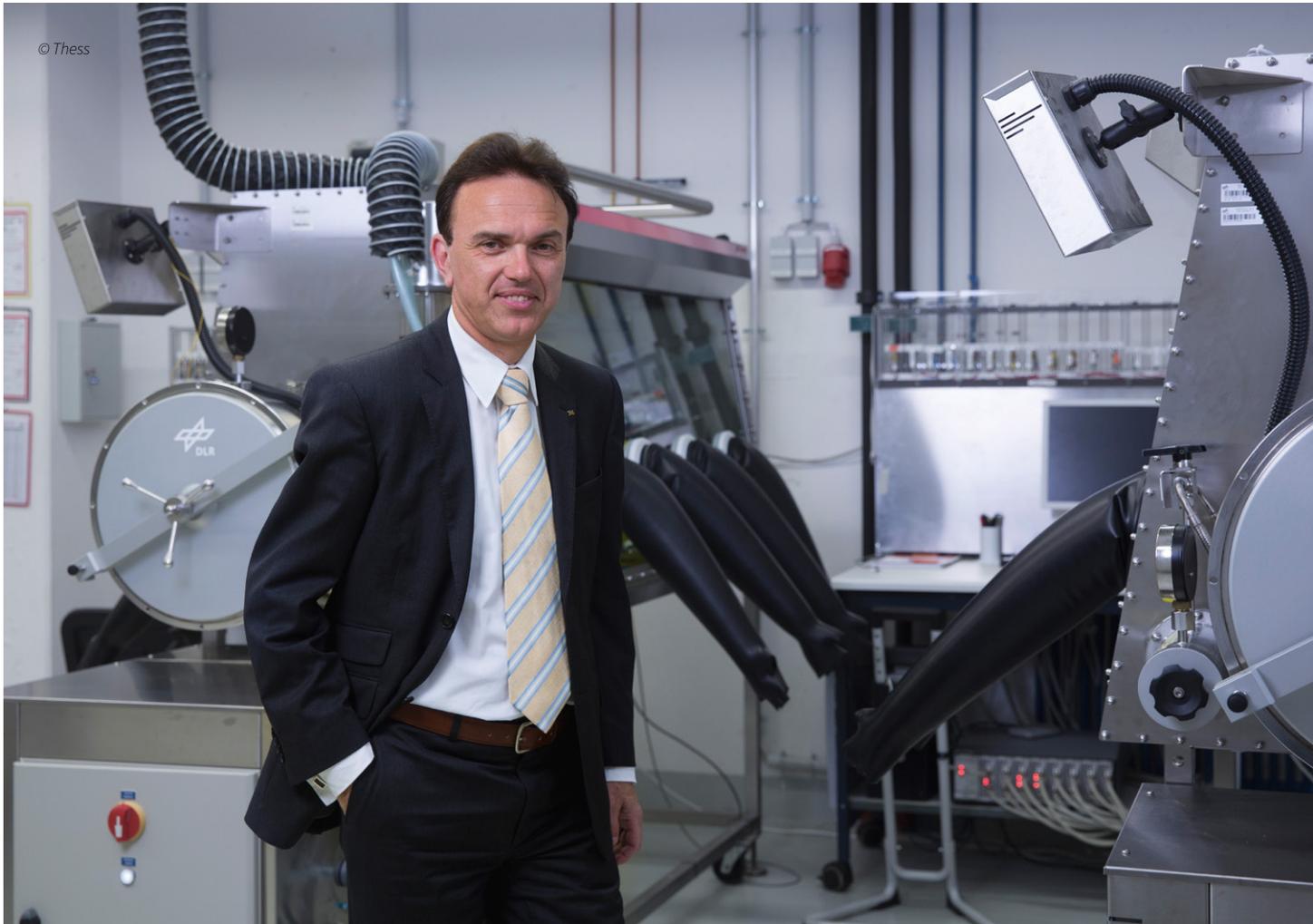
Und zum anderen?

Es ärgert mich, wenn Menschen als Klimaleugner bezeichnet werden, die Kritik an Klimaforschung und am Klimaschutz äußern. Ich bin für eine harte und kontroverse Diskussion, plädiere aber immer dafür, dass diese Diskussion sachlich geführt wird und dass man von Verunglimpfungen anderer Menschen absieht. Ich halte nichts davon, die Erkenntnisse der Klimaforschung grundsätzlich in Frage zu stellen, denn ich glaube dass die Kollegen seriöse Forschung betreiben. Ich halte es aber umgekehrt für inakzeptabel, einen Menschen, der von seinem Recht der freien Meinungsäußerung

„Klimaschutzmaßnahmen sollten nicht nach ihrer politischen Schönheit bewertet werden, sondern knallhart nach ihren CO₂-Vermeidungskosten.“

die ihn abschaffen wollen. Was ich schließlich mit diesem Buch erreichen möchte ist, dass sich die unterschiedlichen Auffassungen in der politischen Arena nicht so unversöhnlich gegenüberstehen.

Professor André Thess sieht es zunehmend kritisch, wie in Deutschland die Themen Energie und Klima diskutiert werden.



Gebrauch macht und aus irgendeinem Grund Kritik an der Klimaforschung oder Klimapolitik der Bundesregierung äußert, mit dem Attribut Klimaleugner zu belegen. Das hat eine sprachliche Nähe zu anderen Begriffen wie Holocaust-Leugner. Und gegen diese politischen Kampfbegriffe möchte ich mich als Wissenschaftler verwehren.

Wie begegnen Sie Menschen, mit denen eine sachliche Diskussion nicht möglich ist?

Dafür gibt es leider kein Patentrezept. Als Grund zitiere ich gern die Worte des großen deutschen Philosophen Dieter Bohlen: „Mach mal einem Bekloppten klar, dass er bekloppt ist.“

Sie veranschaulichen Ihre wissenschaftliche Herangehensweise mit dem „Gleichnis der vielfältigen Bratpfannen“. Können Sie das bitte kurz erklären?

In meiner Vorlesung „Kulinarische Thermodynamik“ nutze ich Beispiele aus den Bereichen Kochen, Backen, Braten und Schnapsbrennen, die in irgendeiner Weise dem Verständnis der Thermodynamik dienlich sind. Gleichzeitig versuche ich Werbung dafür zu machen, wie wichtig die Thermodynamik für die Energieforschung ist. So ist die Idee entstanden, mit dem Bratpfannengleichnis die Energiepolitik zu erklären. Ich erläutere auf wissenschaftlicher Grundlage, welche ▶

Über André Thess

André Thess wurde 1964 in Leningrad geboren. Nach seinem Physikstudium an der TU Dresden, seiner Promotion am heutigen Helmholtz-Zentrum Dresden-Rossendorf sowie Forschungsaufenthalten in Lyon, Grenoble und an der Princeton University wurde er mit 34 Jahren als Professor für Technische Thermodynamik an die TU Ilmenau berufen. Seit 2014 lehrt er als Professor für Energiespeicherung an der Universität Stuttgart. Gastprofessuren führten ihn an die Stanford University; Nagoya University, Northeastern University Shenyang und Dalian University of Technology.

Bratpfanne – Aluminium oder Eisen – von ihren physikalischen Eigenschaften besser geeignet für das Braten von Steaks und Bratkartoffeln ist. Diese Frage lässt sich wissenschaftlich völlig problemlos zu Gunsten der gusseisernen Pfanne beantworten. Wenn Sie allerdings die Frage stellen, welche Bratpfanne das Ehepaar Thess kaufen sollte, dann hängt die Entscheidung nur zur Hälfte von wissenschaftlichen Kriterien ab und zur anderen Hälfte von Kriterien, die am Ende Geschmackssache sind. Meiner Frau ist beispielsweise das Gewicht einer Bratpfanne wichtiger als das Bratergebnis, auch wenn sie die wissenschaftlichen Argumente für eine Eisenpfanne anerkennt.

Was bedeutet das übertragen auf die Klimapolitik?

Jede politische Entscheidung besteht wie bei dem Bratpfannengleichnis zu einem Teil aus wissenschaftlichen Erkenntnissen, zum anderen aus persönlichen Werturteilen, die eine Entscheidung genauso stark beeinflussen wie die wissenschaftlichen Argumente. Wenn ein Mensch zu dem Entschluss kommt, dass ihm aus bestimmten Gründen das Elektroauto lieber ist und einem anderen ein Fahrzeug mit Verbrennungsmotor, dann ist es in einer Demokratie voll und ganz dem Ermessen jedes Einzelnen freigestellt, subjektive Kriterien als

Entscheidungsgrundlage zu nehmen und die wissenschaftlichen Kriterien zu ignorieren oder in den Hintergrund zu stellen.

Bleiben wir bei der Elektromobilität, die im Moment massiv von der Politik gefördert wird. Dabei ist auch Elektromobilität nicht CO₂-neutral, solange der Strom in Deutschland nicht zu hundert Prozent aus regenerativen Energien stammt ...

Ich glaube, dieses Argument findet in der Öffentlichkeit keinen Widerhall, weil die Diskussionen von Wunschdenken erfüllt sind. Es ist in der Tat wissenschaftlich erwiesen, dass ein Elektroauto nicht automatisch klimaneutral und emissionsfrei ist und ein Auto mit Verbrennungsmotor nicht unbedingt den Klimawandel anheizt. Aber diese einfache wissenschaftliche Erkenntnis passt nicht in das Weltbild von bestimmten Menschen in unserer Zeit. Aus diesem Grund spiegelt sich diese wissenschaftliche Realität leider nicht oder nur ansatzweise in der öffentlichen Diskussion wider.

Befürworter von Elektromobilität argumentieren gerne mit dem hohen Wirkungsgrad dieser Antriebsform. Wie bewerten Sie das Argument?

So sehr ich als Thermodynamiker die Bedeutung der Effizienz schätze, weil man damit eine technologische Entwicklung sehr präzise beurteilen kann, so sehr rate ich von der Verwendung dieses Begriffs in der Öffentlichkeit ab. Die einzige Frage, die am Ende zählt, lautet: Kostet der Personenkilometer im Pkw, im Lkw, im Flugzeug und im Schiff zehn, 50 Cent oder einen Euro? Für die Verkäuferin oder den Krankenpfleger, die durchrechnen müssen, ob sie sich das Pendeln in die Arbeit leisten können, ist deshalb die ganze Diskussion um das Thema Effizienz bedeutungslos. Wenn man mit einer grotenschlechten Effizienz synthetischen Treibstoff zu einem Sensationspreis von 50 Cent pro Liter herstellen kann, dann ist es bedeutungslos, ob der Wirkungsgrad bei 80 Prozent, 50 Prozent oder zehn Prozent liegt.

Welche Technologie wird sich aus Ihrer Sicht durchsetzen?

Die Wissenschaft kann weder heute noch in absehbarer Zukunft die Frage beantworten, in welche Richtung die Mobilitätstransformation gehen wird. Ich würde allerdings eine Prognose machen: Wenn die nächsten 30 Jahre durch eine marktwirtschaftliche Organisation der Energiewende geprägt sein sollten, dann werden wir nach meiner Überzeugung im Jahr 2050 sowohl Verbrennungsmotoren mit synthetischem Treibstoff als auch Brennstoffzellenautos mit Wasserstoff als auch die batteriebetriebenen Auto sehen. In welchem Mischungsverhältnis das sein wird, wage ich nicht zu prognostizieren. Und die Erfahrung zeigt, dass technologische Entwicklung dann besonders gut funktioniert, wenn man von außen keine Scheuklappen anlegt. Wenn man eine Entwicklung technologieneutral gestaltet, dann sucht sie sich das Optimum ganz allein.

Wenn Sie Umwelt- und Energiepolitikern aus wissenschaftlicher Sicht einen Ratschlag für sinnvolle Energiepolitik geben würden, wie sähe der aus?

Erstens: Ein marktwirtschaftlicher Ansatz mit möglichst weit gefassten und allgemein formulierten Rahmenbedingungen ist nach meiner

Überzeugung einem planwirtschaftlichen Ansatz immer überlegen. Zur ersten Gruppe gehören die CO₂-Besteuerung und der Zertifikatehandel, zur zweiten technologiespezifische Verbot und Subventionen. Zweitens: Am Ende ist die zentrale Größe für die Klimaschutzpolitik die Höhe der CO₂-Vermeidungskosten, also wie viele Euro man in die Hand nehmen muss, um eine Tonne CO₂ zu vermeiden. Wer marktwirtschaftlich an die Sache rangeht und die Klimaschutzziele mit minimalem volkswirtschaftlichen Aufwand erreichen will, der muss schauen, welche Maßnahmen besonders niedrige CO₂-Vermeidungskosten haben. Mein Wunsch an die Politiker ist deshalb: Bitte die Maßnahmen nicht nach ihrer politischen Schönheit bewerten, sondern knallhart nach ihren CO₂-Vermeidungskosten.

Das Gespräch führte Annika Beyer.

André Thess
 Sieben Energiewendemärchen?
 Springer
 244 Seiten
 ISBN-13 978-3662619995
 24,99 Euro

Anzeige

WIR SIND DIE SPEZIALISTEN FÜR DEN BARGELDLOSEN ZAHLUNGSVERKEHR AN TANKSTELLEN!

WEAT, innovative Zahlarten mit Karte, kontaktlos und per App. Neu: Der WEAT-Mobile Payment Hub

Der MPH standardisiert das Zahlen per App und ermöglicht somit sehr einfach App-Akzeptanzen: „Pay at the pump“ – aber auch im Shop.

Der MPH integriert dabei automatisch die App-Zahlströme in die vorhandenen Abrechnungssysteme und Reportings. Wir beraten Sie gerne.



eft / bft - Empfehlungslieferanten für Ihre Station

Als Dienstleister für den Bundesverband Freier Tankstellen (bft) bündelt die Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen (eft) seit 1974 Know-how und Tankstellen-Kompetenz zum Nutzen und wirtschaftlichen Erfolg des Tankstellenmittelstandes. Durch den bundesweit stark aufgestellten Tankstellenverbund und die Gemeinschaft der freien Tankstellen werden bei den hier gezeigten Empfehlungslieferanten der Industrie und Zulieferfirmen attraktive Leistungen und Konditionen für Pächter und Betreiber von freien Stationen erzielt. Heute im Portrait eft / bft-Partner aus den Bereichen:

Tankbau und -wartung

Tankstellen-Managementsysteme

■ Geisler GmbH

Die Geisler GmbH bietet seit 1960 die fachgerechte Montage, Sanierung und Wartung von Tankstellen und Tanklägern an. Der komplette tanktechnische und elektrotechnische Bereich umfasst auch die Preisanzeigen, Werbung, die Tankinhaltsanzeigen und die Sanierung von Abscheideranlagen. Seit 2019 befassen wir uns auch mit der Planung und Montage von E-Zapfsäulen. www.geisler-unna.de

■ KH Tank- & Korrosionsschutz e.K.

Spezialisierte WHG-Fachbetrieb für Domschachtsanierungen. Unsere Highlights: Deutschlandweiter Erfassungsservice | Patentiertes & DIBT zugelassenes Kaltverschluss-Verfahren. Lläuft Antifrogenflüssigkeit aus Doppelwandigen Tanks, verschließen wir die Lecks dauerhaft mit Carbonfasertechnik. Nie wieder Korrosion in diesen Bereichen! Kaltverschluss auch an Gasführenden Rohrleitungen möglich. Spezialisiert auf drückendes Wasser im Schacht. www.kh-tankschutz.de

■ PA Propan & Ammoniak Anlagen GmbH

Kompetenz und Erfahrung seit 1989 Vom Flüssiggas-Armaturengroßhandel zum Spezialisten für sämtliche Flüssiggasanlagen (Autogas/LPG) sowie Fachlieferant für fast alle Pumpen, Kompressoren, Industriearmaturen, metallische Dichtungstechnik, Rohre, Flansche, Schweißfittings, Zubehör und vieles mehr. www.pa-salzgitter.de

■ Tokheim Service GmbH & Co. KG

Tokheim Service ist der innovative Partner der Mobilitätsbranche. Rund um Tanktechnik, Fahrzeugwaschtechnik, Elektromobilität & Zahlungssysteme bietet das Unternehmen maßgeschneiderte Lösungen mit hochwertigen Produkten und Dienstleistungen. Wir sind Teil der internationalen TSG Gruppe die zu den Marktführern bei der Projektentwicklung, der Implementierung und der technischen Betreuung von Anlagen gehört.

www.tsg-solutions.com/de

■ Union Technik GmbH & Co. KG

Die Union Technik ist seit über 40 Jahren einer der führenden Dienstleistungspartner im Bereich Tankstellenservice. • Spezialanbieter für Wartung und Instandhaltung von Tankstellentechnik • Sitz in Duisburg, 120 Mitarbeiter • Kernkompetenz in der schnellen und effizienten Abwicklung von Störmeldungen • Technisches Gebäudemanagement • Spezielle IT-Systeme zur Steuerung der Instandhaltung. www.u-t.de

■ Hectronic GmbH

Tankstellen-Management wie von selbst. Die Lösungen aus den Bereichen VERWALTEN, BEZAHLEN/AUTORISIEREN, TANKEN und MESSEN decken das gesamte Spektrum ab und lassen sich flexibel und individuell kombinieren, integrieren und skalieren. Die smarten Software-Lösungen

ergänzen die bewährten Hardware-Komponenten und eröffnen neue Möglichkeiten hinsichtlich Wirtschaftlichkeit und Benutzerfreundlichkeit.

www.hectronic.com

■ Multi-Site-Solutions GmbH

Multi-Site-Solutions, die Filialoptimierer und Spezialisten in der Tankstellenorganisation mit intralean-s, der Tankstellen-Organisations-Software für ein effizienteres und erfolgreicherer Tankstellengeschäft. Module unter anderem Aktives Anbieten, Schichtplanung, Zeitdatenerfassung und Abrechnung, Urlaubsplanung, Aufgaben- und Dokumentenverwaltung, Ereignismanagement, Sensorik, Digital Signage/Active Signage. www.multi-site-solutions.de

■ Scheidt & Bachmann GmbH

Scheidt & Bachmann hat die Entwicklung von der einfachen Tankstelle hin zum „Mobilitäts-Supermarkt“ mitgestaltet und oft Pionierarbeit geleistet. Heute bieten wir Ihnen mit SIQMA zentral gemanagte, Cloud-basierte Technologien, die perfekt auf die Kernaufgaben des Tankstellenmanagements zugeschnitten sind. SIQMA steht für intelligentes Tankstellenmanagement (S=Site, IQ=Intelligent, MA=Management).

www.scheidt-bachmann.de

■ WEAT Electronic Datenservice GmbH

Größter Anbieter für ec-, Kredit- und Flottenkartenverarbeitung im Tankstellengeschäft mit über 5.000 Stationen. Abwicklung von Karten-, Nassdaten- und Preismanagement. Karten: girocard (ec), Maestro, VPay, Mastercard, Visa, Amex, Diners, Paypass, PayWave (kontaktlos), DKV, UTA, LOGPAY, Novofleet, Eurotraffic, Routex, Shell..., Loyaltycards, Ringkarten. Zählerstände, Peildaten, Wettbewerbsinfos, MTS (Preismelder), @web-Reporting, komfortables Pricingtool mit Wettbewerbsautomatik für die einzelne Tankstelle bis hin zu großen Tankstellennetzen. www.weat.de



Tank & Korrosionsschutz e.K.



Smart solutions for parking and refuelling





Infos auf eft-service.de/shop
oder unter 0228-910290

1



2



3



4



5



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

1.

Aktion im Mai & Juni 2021

Fahrtenbuch und Gutschein

Fahrtenbuch in bft-Design oder neutral

DIN A 6; für 12 Monate, ohne Jahreszahl

VE 50 Stck. / Preis: € 16,62

Tankgutschein Geschenkgutschein in bft-Design für den Tankstelleneinkauf

VE 100 Stck. / Preis: € 19,95

www.eft-service.de/shop → Rubrik: Verbrauchsmaterialien

2.

Hygieneschutz – Aufsatz für Verkaufstresen

an Kassen und im Bistro, Material: Acryl

Maß 1: B 500 mm x H 1.000 mm x T 200 mm (Art.-Nr.: 10010050)

Maß 2: B 600 mm x H 1.000 mm x T 200 mm (Art.-Nr.: 10010060)

Maß 3: B 900 mm x H 1.000 mm x T 200 mm (Art.-Nr.: 10010090)

Preis: ab € 89,00

www.eft-service.de/shop → Rubrik: Verbrauchsmaterialien

3.

Spender für Handschutzbeutel

Material: rostfreier Edelstahl, gebürstet

Maße: B 21,5 cm x H 12 cm x T 10 cm (Art.-Nr.: 10322) / Preis: € 37,90

www.eft-service.de/shop → Rubrik: Hygiene / Corona

4.

Covid Antigen-Schnelltest

NASOCHECKcomfort SARS-CoV-2 Antigen Schnelltest mit

Sonderzulassung des BfArM als Laientest zur Eigenanwendung

VE: 20 Kartons (mit je fünf Tests/Karton)

oder 76 Kartons (mit je fünf Tests/Karton)

Preis a: 20 Kartons € 289,-

Preis b: 76 Kartons € 984,20

www.eft-service.de/shop → Rubrik: Corona / Hygiene

5.

Ankündigung für Juli & August 2021

Ad-Blue Kanister

144 x 5 Liter Kanister / Preis: € 499,-

60 x 10 Liter Kanister / Preis: € 309,-

www.eft-service.de/shop → Rubrik: Fahrzeugzubehör / Zubehör

Grob gesagt

SPEAKERS KÖRNER Grobes von Dietmar Possart

”

Deutschland trauert um die Opfer der Corona-Pandemie. Ein etwas zerknirschter Bundespräsident in der Berliner Gedächtniskirche, der uns zum Zusammenhalt aufruft, und alle Flaggen auf Halbmast. Sehr beeindruckende Bilder in allen Nachrichtensendungen waren das kürzlich. Schon mehr als 80.000 Opfer in etwas mehr als einem Jahr, die in Verbindung mit Corona gestorben sind. Sicher ist das schlimm! Aber was ist das schon? Jährlich sterben über 230.000 Menschen in Deutschland an Krebs. Wer macht eigentlich für die solch staatstragende Trauerfeiern? Haben wir uns an diese Toten schon so sehr gewöhnt, weil es sie sowieso jedes Jahr gibt? Also marsch, zurück ins zweite Glied ihr Krebspatienten! Jetzt ist Corona-Time, da müssen die vielen Krebspatienten eben zurücktreten und warten.

Und wieso überhaupt warnen das Deutsche Krebsforschungszentrum, die Deutsche Krebshilfe und die Deutsche Krebsgesellschaft vor einem sprunghaften Nach-Oben-Schnellen der Krebssterblichkeit? Das kennen wir doch längst! Um möglichst viele Intensivbetten für mögliche Corona-Patienten frei zu halten, werden immer mehr planbare Krebsoperationen abgesagt, Behandlungen und die Krebsforschung auf ungewisse Zeit in die Zukunft verschoben. Wie wäre es denn, wenn wir die Anzahl der Intensivbetten für Krebspatienten erhöhen würden? Nehmen wir Pharisäer diesen Mangel in unserer Corona-Trauer einfach so hin? Wie so manch anderen Mangel unseres Gesundheitssystems?

Na ja, im September sind ja wieder Bundestagswahlen. Dann schauen wir mal. Frau Baerbock will das Klima retten, Herr Laschet unsere Industrie und Herr Scholz die materiell Unterprivilegierten. Doch wer rettet das Gesundheitswesen in einem vierten Lockdown? Langsam habe ich immer stärker das Gefühl, du musst als Politiker zwar nichts können, aber zur rechten Zeit irgendein kräftiges Schlagwort kreieren, dann wirst du populär und



Dietmar Possart

die Leute trauen dir sogar die Fähigkeit zu, Kanzler dieses Landes zu werden. Aber nach der Wahl werden wir staunen und uns ärgern! Weil Herr Söder das alles doch viel besser gekonnt hätte. Aber schließlich hat er doch schon immer gesagt, dass sein Platz in Bayern ist. Also nicht ärgern. Immerhin bleibt er uns in Bayern wenigstens erhalten, denn dort ist sein Platz. Hat er immer gesagt und schließlich auch ganz korrekt Wort gehalten.

Allerdings war das von ihm irgendwie nicht ganz gendergerecht formuliert. So wie man künftig ja auch die Formulierung „Muttermilch“ ersetzen soll durch „Milch des stillenden Elternteils“. So etwas begeistert mich wirklich! Denn schließlich war ja auch ich einst so ein Elternteil. Hat doch meine Tochter immer fröhlich gequitscht, wenn ich ihr das Milchfläschchen geben durfte. Und da Herr Söder seiner Gattin den Umzug nach Berlin – zu den Preußen – nicht antun wollte, hätte er sich korrekter als „Emigrationsverweigernder Hetero“ bezeichnen müssen. Das wäre klarer und für uns alle besser verständlich gewesen. „Gut, diese Reise hat er verweigert, doch das hat seinen Wert nur noch weiter gesteigert“, wäre da sicher der Kommentar meines Onkels gewesen.

Aber vielleicht wollte Herr Söder auch nur deshalb nicht nach Berlin, weil ihm nicht das richtige E-Auto zur Verfügung stand. Was gibt es da jetzt schon für

Luxuskarossen im Angebot. Obwohl am Ende der Preis gar nicht so schlimm ist. Schmeißt Angie dem Käufer doch Zehntausende an Euros nur so hinterher. Und als Firmenkutsche zur Verfügung gestellt muss der Fahrer für sein Dienstfahrzeug auch nur die Hälfte an Abgaben entrichten. So schafft man eine richtige E-Hybrid-Welle. Die E-Ausrüstung lässt man einfach ungenutzt im Kofferraum liegen und tankt weiter lustig seinen fossilen Sprit bei uns. Das nennt man dann zielgerichtete Politik, die der Verbraucher gerne annimmt. „Wichtig ist, was hinten rauskommt“, hat unser Altkanzler Helmut Kohl einst so schön gesagt.

So haben wir inzwischen immerhin die Zulassung von über einer Million Hybridfahrzeugen geschafft. Die reinen E-Autos hinken allerdings mit einem Bestand von 309.000 Fahrzeugen ziemlich hinterher. Doch wenn man beide Zahlen addiert, hat sich Angies Wunsch doch erfüllt. Bis 2020 wollte sie eine Million E-Autos, ob richtig oder als Hybrid hatte sie klugerweise nicht gesagt.

Und so bleibt mir weiter nur mein schöner Traum: Wie herrlich wäre es, wenn unser Staat einmal von richtigen Fachleuten gelenkt werden würde, die ihr Metier auch verstehen!



Impressum

bft-Nachrichten Magazin für Mitglieder des bft erscheint 6x im Jahr
Für unverlangt eingereichte Manuskripte wird keine Haftung übernommen.

HERAUSGEBER

Bundesverband Freier Tankstellen
und Unabhängiger Deutscher
Mineralölhändler e.V. (bft)
Tel.: 0228/91029-44 | Fax: 0228/91029-29
www.bft.de | bonn@bft.de

REDAKTION

Stephan Zieger (Chefredakteur, V. i. S. d. P.),
Sarah Schmitt, Matthias Bannas,
Matthias Plötzke, Cécile Nourigat
Annika Beyer (presse@bft.de)

VERLAG

Einkaufsgesellschaft freier
Tankstellen mbH (eft), Bonn

ANZEIGENLEITUNG

Birgit Limbach
Tel.: 0228/91029-0 | Fax: 0228/91029-45
marketing@eft-service.de

ANZEIGENSCHLUSS

Es gilt der Mediaplan 2021.

LAYOUT & SATZ

Kopfstrom GmbH, Bonn

DRUCK

Druckerei Heimbach, Bad Honnef

BEZUGSPREIS

Für bft-Mitglieder im Mitgliedsbeitrag enthalten.

2.700

x in Deutschland



Bundesverband
Freier Tankstellen und
unabhängiger
deutscher Mineralölhändler e. V.

Ippendorfer Allee 1d,
D-53127 Bonn
Tel. +49 (0)228/91029-44
Fax +49 (0)228/91029-45
bonn@bft.de