



Frequenzimmobilien- Report (II) 2014

Was kommt nach dem Tankstellensterben?

Inhalt

1. Vorwort.....	3
2. Evolution: die aktuellen Tankstellenformate.....	5
a. Big Player.....	5
b. Schnell & billig.....	5
c. Die Schlachtschiffe.....	9
d. Anforderungen an Tankstellen der Zukunft	13
3. Kontamination: Mythos und Wahrheit	15
4. Vision: Die Tankstelle der Zukunft	17

Impressum

Herausgeber: SIDE PROJEKT Immobilienmanagement GmbH, Landstraßer Hauptstraße 60/14, A-1030 Wien

Tel.: +43 (1) 715 71 81, Fax: +43 (1) 715 71 81 99, office@side-projekt.at, www.side-projekt.at

Bild- und Quellennachweise: MyPlace-SelfStorage, Eurodata Österreich, ExxonMobil, SUNOVATION GmbH, GEODATA, Propel Inc., BV Tankstellen und Gewerbliche Autowäsche e.V. Minden, Aachener Zeitung, Jovoto GmbH, InPost Sp. z.o.o.

Alle Rechte: © SIDE PROJEKT Immobilienmanagement GmbH



Ein Kunde fragte einmal einen Tankstelleninhaber, warum es an seiner Tankstelle stets so voll sei, während die auf der anderen Straßenseite, die Treibstoff zum selben Preis bot, fast immer leer war. Dieser antwortete: „Die sind in einer anderen Branche als wir. Die haben eine Tankstelle – wir sind ein Servicebetrieb.“

Norman R. Augustine, amerikanischer Topmanager

1. VORWORT

Etwas schief angeschaut wurden wir schon, als wir im ersten Frequenzimmobilien-Report errechneten, dass aufgrund der Konsolidierung mittelfristig österreichweit 600 Tankstellen zusperrten werden müssen. Ein Jahr ist nun vergangen, und die Netzbereinigung schreitet voran. 72 Stationen haben bereits dichtgemacht – bei einer Hochrechnung auf zehn Jahre liegt die Entwicklung ziemlich genau in unserer Prognose.

Ob wir wollen oder nicht, das Umfeld für Tankstellen verändert sich. Es liegt an uns, das Glas halb leer oder halb voll zu sehen. Wir haben die Zukunft im Auge und sehen es ganz voll. Warum? Weil wir genügend Erfahrung gesammelt haben, um zu wissen, dass man aus nicht performenden Tankstellen wieder Umsatz-Highlights machen kann.

Das beginnt bei der einfachen Performance-Optimierung der Tankstelle selbst bzw. der Ansiedelung diverser Umsatzbringer und endet bei der Umnutzung der Liegenschaft. Manche Erfolgreiche zeigen es uns schon vor: Da lädt eine Bäckerei KundInnen täglich zu frischem Brot ein, andere kommen, um sich von der Paketabholstation eine Bestellung aus dem Internet abzuholen. Restaurants, Nahversorger, Arbeitsplätze für zwischendurch – das alles wird zur Tankstelle der Zukunft gehören.

Wir denken noch weiter. Welche Implikationen die Elektromobilität haben kann, lesen Sie in diesem Report in einem eigenen Kapitel.

Außerdem haben wir uns noch einmal einem Schreckgespenst gewidmet, das sich bei genauerem Hinsehen als unnötige Angst entpuppt: der Kontamination. Auch hier haben wir in unserer langjährigen Tätigkeit Wege gefunden, mit dem Thema sachlich so umzugehen, dass für alle Beteiligten am Ende eine Win-win-Situation herauskommt.

Wir wünschen Ihnen mit der zweiten Ausgabe des Frequenzimmobilien-Reports eine informative Lektüre über einen spannenden Markt. Und wir wünschen Ihnen, dass Sie die hier zu findenden Erkenntnisse mit Erfolg in der Praxis nutzen können!

Mag. Wolfgang Schmitzer



Karl Schiretz





Dr. Elsa Dutzler-Stiglechner

Geschäftsleitung Julius Stiglechner GmbH

im Interview

Wie sehen Sie die Entwicklung am Tankstellenmarkt? Welche Chancen bieten sich für die kleineren bzw. mittelständischen Unternehmen im Vergleich zu den großen Konzernen?

Dutzler-Stiglechner: Der österreichische Tankstellenmarkt ist im Wandel. Die Ertragsmöglichkeiten aus dem Treibstoffgeschäft werden immer geringer. Einerseits geht der Verbrauch zurück, die Kosten und Auflagen zum Betrieb steigen, die Margen sinken durch den verschärften Wettbewerb der letzten Jahre in Form von Automaten und Diskontern. Zusätzlich wird unsere Situation durch staatliche Eingriffe (Spritpreisdatenbank, Einfrieren der Preise zu Reisewochenenden, Erhöhung des Preises nur einmal täglich) verschärft, obwohl der Nettopreis für Treibstoffe in Österreich einer der geringsten in Europa ist.

Durch die prekäre wirtschaftliche Situation einerseits und Investitionsbedarf andererseits (Novellierung der Verordnung für brennbare Flüssigkeiten) wird es sicherlich zu einer Bereinigung kommen. Schon jetzt zeichnet sich eine Differenzierung zwischen Tankstellen mit zahlreichen Dienstleistungen und Automatenstationen ab.

Kleinere Unternehmen haben sicher den Vorteil eine schlankere Kostenstruktur zu haben, über kürzere Entscheidungswege innerhalb der Organisation zu verfügen und somit auf Veränderungen rascher zu reagieren.

Welche Zusatznutzen für die KundInnen sind aus Ihrer Sicht auf einer Tankstelle am wichtigsten?

Dutzler-Stiglechner: Um eine Tankstelle wirtschaftlich erfolgreich führen zu können, benötigt man zusätzlich Ertragsquellen, klassischerweise Shop, Waschen und Gastronomie. Darüber hinaus gibt es noch Lotto-Annahmestellen, Kleiderreinigung, Poststellen, Bankomatterminals etc.

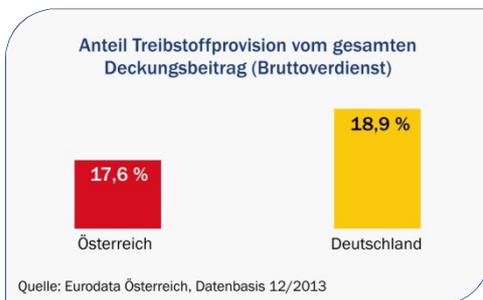
Wir haben sehr gute Erfahrungen im Waschgeschäft, insbesondere mit Freiwaschplätzen, mittlerweile nicht nur in städtischen Gebieten. Der Zusatznutzen für KundInnen sollte auch eine freundliche Bedienung, kompetente Beratung und ein sauberes Umfeld sein.

Haben Sie in Zukunft vor, noch mehr Serviceparks wie Traiskirchen zu betreiben?

Dutzler-Stiglechner: Wir haben die letzten Jahre sehr viel investiert, teils in neue Anlagen und auch in bestehende Shell-Stationen, sodass vorerst nichts geplant ist und wir uns in einer Konsolidierungsphase befinden. Aber wir werden uns interessante Projekte immer ansehen und prüfen.

2. EVOLUTION

„An der Tankstelle der Zukunft wird Benzin womöglich nicht mehr verkauft. Tankstellen in der heutigen Form sind ein Auslaufmodell; es gilt über neue Formen des ‚Auftankens‘ von Energie, Erlebnissen und Events nachzudenken.“ Dieses radikale Statement ist eine Zusammenfassung der Ergebnisse einer Studie über die Tankwelten der Zukunft, durchgeführt von der privaten Universität Witten/Herdecke. Bis wir solche Event-Tankstellen (mehr dazu auf Seite 19) in unserem Alltag finden, werden noch ein paar Jahre vergehen und einige Liter Treibstoff aus den Zapfsäulen sprudeln, doch die Tendenz ist tatsächlich bereits heute schon zu erkennen.



In Österreich geht die Schere an Tankstellenformaten immer stärker auseinander: entweder die KundInnen wollen billig tanken (und das geschieht automatisiert) oder sie streben bewusst eine Tankstelle mit Mehrwert – multifunktionale Dienstleistungszentren – an. Im Frequenzimmobilien-Report (I) 2013 wurden umfangreich die Veränderungen der Rahmenbedingungen für Tankstellen beschrieben, in dieser Ausgabe widmen wir uns den einzelnen Tankstellentypen und den damit verbundenen Veränderungen.



Drei Tankstellenformate setzen sich auf diesem Markt aktuell durch: Die Big Player sind Zusammenschlüsse von absatzstarken Tankstellen mit einem Lebensmittelhändler und anderen Zusatzangeboten. Im Gegensatz dazu erfüllen Automaten-Tankstellen das Bedürfnis, schnell und billig zu tanken. In einem komplett eigenen Marktsegment befindet sich die dritte Gattung: Tankstellen als Teil integrierter Serviceparks, wie man sie meist an den Autobahnen findet. In Deutschland werden diese Tankstellen auch Autohöfe genannt. Dies sind meist große Stationen mit namhaften Drittnutzern, insbesondere aus dem Gastronomiebereich.

a. Big Player

Sie sind jene Stationen, die in der Wahrnehmung der KundInnen am stärksten sind. Die klassische Tankstelle, bekannter Brand, ein Shop dabei. Aufgrund der Margensituation haben sich die Tankstellentypen in Österreich stärker separiert.

Während die einen in Richtung Selbstbedienung ausschlagen, pendeln die anderen zu Megastationen an Autobahnen bzw. zu ganzen Serviceparks.

Die Big Player halten sich in der Mitte, allerdings nur dort, wo es der Standort und der Markt hergeben. Das kann auch eine Chance für kleinere Betreiber sein. Die Anzahl der Major-Branded-Tankstellen hat sich 2012 um 92 reduziert, weiß die Tankstellenstatistik des FV Mineralölindustrie.

Weiters heißt es darin: „Oft übernehmen kleinere Mineralölhändler die Tankstellen der Majors und führen diese dann unter ihren eigenen Namen oder Marken weiter.“

b. Schnell & billig: Automaten-Tankstellen

Die Suche nach den billigsten Angeboten in der „Geiz ist geil“-Gesellschaft gehört schon zur üblichen Freizeitbeschäftigung. Gerade durch die zu erwartenden weiteren Kraftstoff-Preissteigerungen wird diese Situation verschärft werden.

Automatisierung schreitet voran

Die Umrüstung von bemannten Tankstellen auf Automaten ist mittlerweile für KundInnen in ganz Österreich offensichtlich, auch wenn der Trend bei uns erst langsam begonnen hat, wie ÖAMTC-Verkehrswirtschaftsexpertin Elisabeth Brandau feststellt.

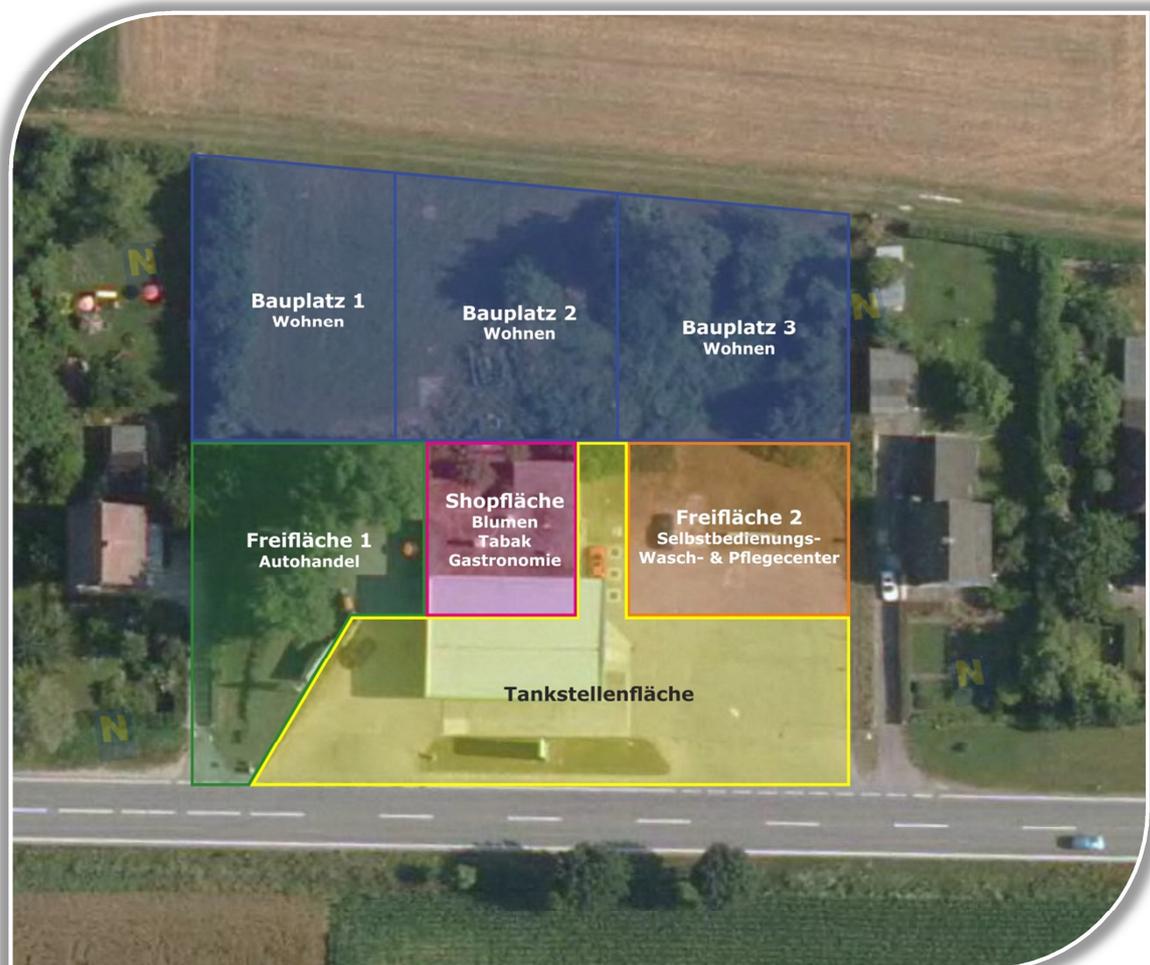
„Zwei Drittel der mit Automaten ausgerüsteten Tankstellen kommen völlig ohne Personal aus“, erklärt Brandau einen wesentlichen Kostenvorteil.

Der ÖAMTC stellte einen Preisvorteil von bis zu drei Cent für KundInnen fest. Auch die Öffnungszeiten sind ein Vorteil – meist kann „rund um die Uhr“ getankt werden.

Seit Herbst 2013 ist sogar Barzahlung am Automaten möglich. Das Systemhaus Scheidt & Bachmann testete in Belfast die erste Zapfsäule, bei der laut Eigenangaben nach kurzer Zeit gleich 40 Prozent in bar zahlten. Ursprünglich ging das Unternehmen von 15 Prozent aus.

Das System funktioniert im Prinzip einfach: Wer Cash zahlt, kann um diese Summe tanken – Wechselgeld gibt es keines. Wer weniger tankt, bekommt dafür einen Gutschein-Beleg. Ein eigens integrierter Laserscanner erkennt die Belege – was auch zu einer Kundenbindung führen soll.

Flächenoptimierung Automaten-Tankstelle (Beispiel)



Flächenoptimierung

Die wesentliche Frage, die sich durch den Trend zur Automatisierung ergibt, lautet: Was geschieht mit den nicht genutzten Flächen, Gebäuden und Gebäudeteilen? Passiert mit ihnen nichts oder werden die ehemaligen Servicehäuschen bloß mit bunter Folie beklebt, ist das profunde Potenzialvernichtung, denn die Flächen rund um Tankstellen sind hochfrequente Punkte, die vielfach genutzt werden könnten.

Professionelle Bewirtschaftungskonzepte sind in solchen Fällen ein Muss – sie reichen von neuen Partnerschaften (neue Mieter) über die Optimierung der Vertragsgestaltung bis zur operativen Hausverwaltung. Wesentlich dabei ist, mit einem Partner zu sprechen, der sowohl das Tankstellengeschäft kennt als auch in die Immobilienwirtschaft und mit den potenziellen neuen Mietern/Partnern vernetzt ist.

Waschgeschäft

Für eine Nutzung der frei werdenden Quadratmeter liegen natürlich Themen rund um das Automobil nahe. KFZ-Wash- und Pflegeeinrichtungen jeglicher Art sind für viele Tankstellen ein attraktives Zusatzgeschäft, andere wiederum wollen sich mit dem Thema gar nicht auseinandersetzen und lagern das Geschäft komplett an spezialisierte Firmen aus. Diese zahlen Pacht und betreiben selbstständig ihre Waschstationen. Für die KundInnen bleibt ein Mehrwert, sie können mehrere Dinge an einem Punkt erledigen.

Lager

Banal, aber in Zeiten knapper werdender Raumressourcen immer wichtiger: Lagerflächen. Vom simplen Nutzen bestehender Räumlichkeiten bis zum Angebot von standardisierten Lagerboxen, wie es Unternehmen wie etwa MyPlace zum Geschäftsmodell gemacht haben. Der Platzanbieter steigerte 2013 abermals seinen Umsatz um ca. 14 Prozent, gut 23.000 KundInnen nutzen das Lagerangebot.

Dieser Trend weist auf ein hohes unbefriedigtes Bedürfnis hin, von dem speziell lokal gut erreichbare Liegenschaften – insbesondere in städtischen Lagen – profitieren können.

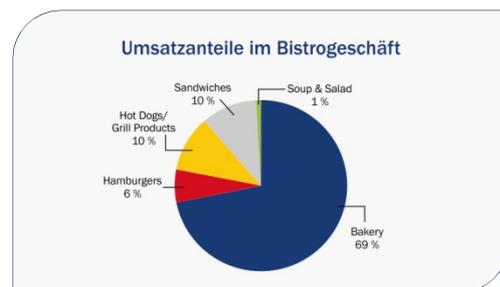


© Copyright MyPlace – SelfStorage

Gastronomie

Schon jetzt ist die gastronomische Versorgung bei einer Tankstelle fast nicht mehr wegzudenken. Aber was geschieht, wenn servicelose Automaten das Tankgeschäft übernehmen? Dann ist es Zeit für neue Player, die mit innovativen Ideen den Platz für sich nutzen. Neben den bisher international bekannten Franchiseketten sprießen aktuell immer neue Gastronomie-Konzepte wie Schwammerl aus dem Boden.

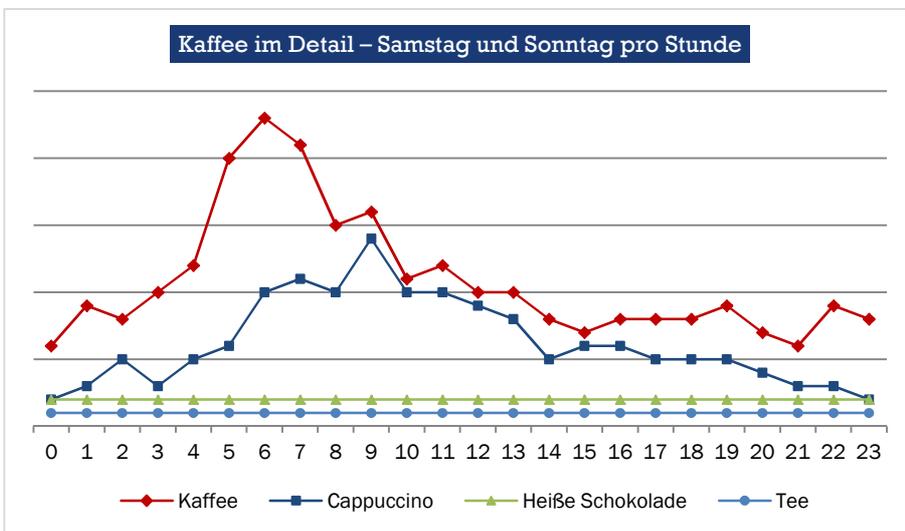
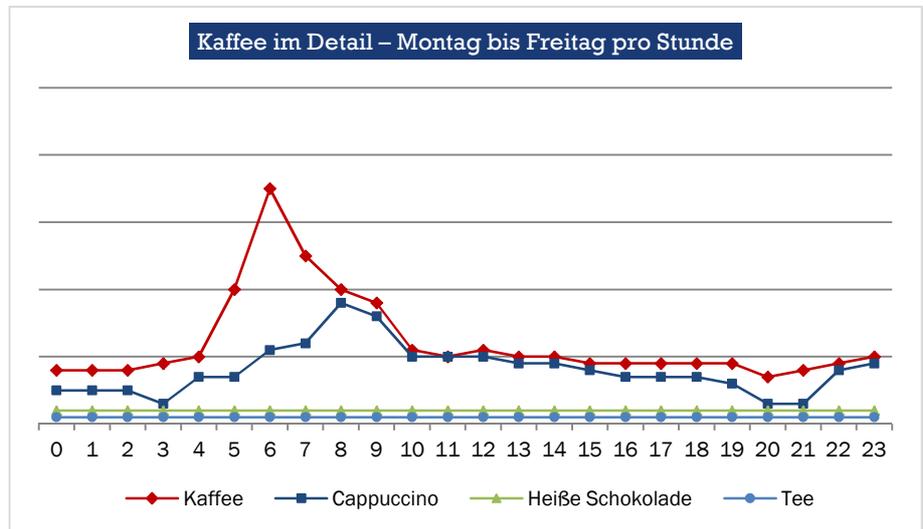
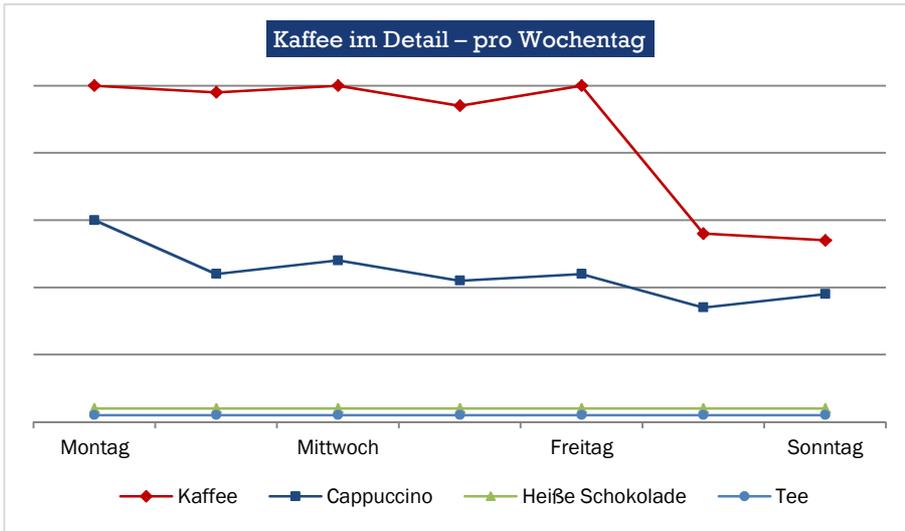
Der Lebensmittelgigant Nestlé weiß es schon längst: Immer mehr Menschen essen außer Haus. Gegessen wird, wo man sich gerade befindet. „Mobile Eater“ bezeichnet Nestlé diesen Lebensstil und führte dazu bereits 2011 eine umfangreiche Studie mit 10.000 Befragten durch. Fast 80 Prozent der Vollzeit-Berufstätigen essen mittags außer Haus, so ein Ergebnis der Untersuchung. Spaß, Mobilität und Zeitdruck kennzeichnen diese Menschen, die am Weg von A nach B schnell mal einen Snack als Lustgewinn einnehmen. Kraftstoffe fürs Auto tanken sie dabei gar nicht, das würde zu lange dauern – genauso wenn sie in ein herkömmliches Restaurant gingen.



Das schnelle Café ist jetzt schon beliebt. Eine Studie von Esso untersuchte die Verteilung des Kaffeekonsums an Tankstellen in Deutschland und zeigt klar auf, dass das Heißgetränk vor allem am Weg in die Arbeit der Renner ist, während am Wochenende der Kaffeeabsatz einbricht (sich allerdings durchgehend auf niedrigem Niveau durch den Tag hält). Die Hälfte der Kaffeeäufer erweitert den Muntermacher übrigens um ein Frühstück. Fest steht: Der Konsumwandel bringt neue Formen der Ernährung und Versorgung hervor und viele davon werden „zwischen-durch“ oder schnell passieren. Als Orte kommen dafür Frequenzpunkte in Frage, u. a. auch Tankstellen.

Servicebüros

Die Kombination von Lager und Büro bzw. so genannte Show-Rooms sind für klassisch-sortenreine Immobilienentwickler eher eine Orchideendisziplin. Für die (Teil-)Nachnutzung von Tankstellengrundstücken eignet sich diese Form jedoch aufgrund der bestehenden Flächenkonstellation und Grundrisse besonders gut. Showrooms werden etwa von Marketherstellern benötigt, die ihre Produkte zeigen wollen, aber zugleich auch mit einem Lager im Hintergrund direkt vertreiben. In innerstädtischen Lagen ist dies aus Kosten- und Platzgründen nur schwer möglich.



Wohnen

Für die urbanen Bereiche wird die Wohnungsknappheit zum immer stärker belastenden – politischen wie auch gesellschaftlichen – Thema. Grundstücke sind teuer, und nicht immer produziert der Markt das, was jene Menschen, die zuziehen, brauchen. Denn hier geht es nicht um Dachgeschoßwohnungen in Bestlage, sondern um leistbaren Wohnraum. Grundstücks-teile, die etwa durch die Optimierung von Tankstellenliegenschaften frei werden, können oft hervorragend für den Wohnbau genutzt werden. Das beweisen mittlerweile zahlreiche gebaute Beispiele mit zufriedenen Bewohnern.

Parkplätze

Fast ebenso simpel wie gewinnbringend: Parkplätze. Die durch Tankstellen-Automaten frei werdenden Flächen können meist mit recht wenig Mehraufwand als Stellplätze – insbesondere in den städtischen Bereichen – zum attraktiven Geschäft werden. „Hässlich, aber erfolgreich“ titelte das Magazin „Immobilienwirtschaft“ in seiner Ausgabe, die sich dem Thema Garagen widmete. Stellplätze, Parkhäuser und Co. würden demnach selbst bei institutionellen Investoren eine immer beliebtere Assetklasse werden.

Tabak

Schon die bestehenden Tankstellen sind mitunter die besseren Trafiken. In Deutschland wird rund die Hälfte des Umsatzes durch den Verkauf von Tabakwaren erwirtschaftet, erst dann kommen Getränke etc. Die Provisionen aus dem Kraftstoffverkauf machen nur rund sechs Prozent des Gewinns aus. Gut beraten ist also jeder Pächter/Betreiber, wenn er sich im Zuge des Automatengeschäfts zumindest auch das Zigarettenselbstverpackungs-Geschäft sichert.



Ärztliche Behandlung „dr.ive in“-Ordinationen

Medienberichten zufolge beabsichtigt ein Arzt aus Wien unter dem Slogan „Ein Arztbesuch – so schnell und einfach wie Volltanken“ sogar ärztliche Dienstleistungen an einer Tankstelle anzubieten. Sollte die dreimonatige Testphase erfolgreich verlaufen, sind weitere sogenannte „dr.ive in“-Ordinationen geplant.

Bankstelle

An allen rund 170 OMV-VIVA-Tankstellen in Österreich wird diese Dienstleistung – also das Abheben von Bargeld – in Kooperation mit der Erste Bank der

österreichischen Sparkassen AG mit großem Erfolg betrieben, so Alois Wach, Retail-Manager OMV AT+DE. Dieses Segment kann selbstverständlich auch von „mannlosen Stationen“ angeboten werden, zumal einige großen Banken in Österreich beabsichtigen, ihr Filialnetz zu reduzieren.

Retail

Clevere Geschäftsleute machen ihren Tankstellenstandort zum Mittelpunkt der Nahversorgung. Die Linzer Turmöl-Tankstelle am Froschberg etwa bietet jetzt schon ein Rundum-Sorglos-Paket für die Anrainer. Ein Kleider-Reinigungsservice, ein PostPartner-Shop, ein Spar-express-Geschäft und eine Waschanlage sorgen für Frequenz und Synergien auf allen Seiten und ermöglichen das sogenannte One-Stop-Shopping.



Werbung

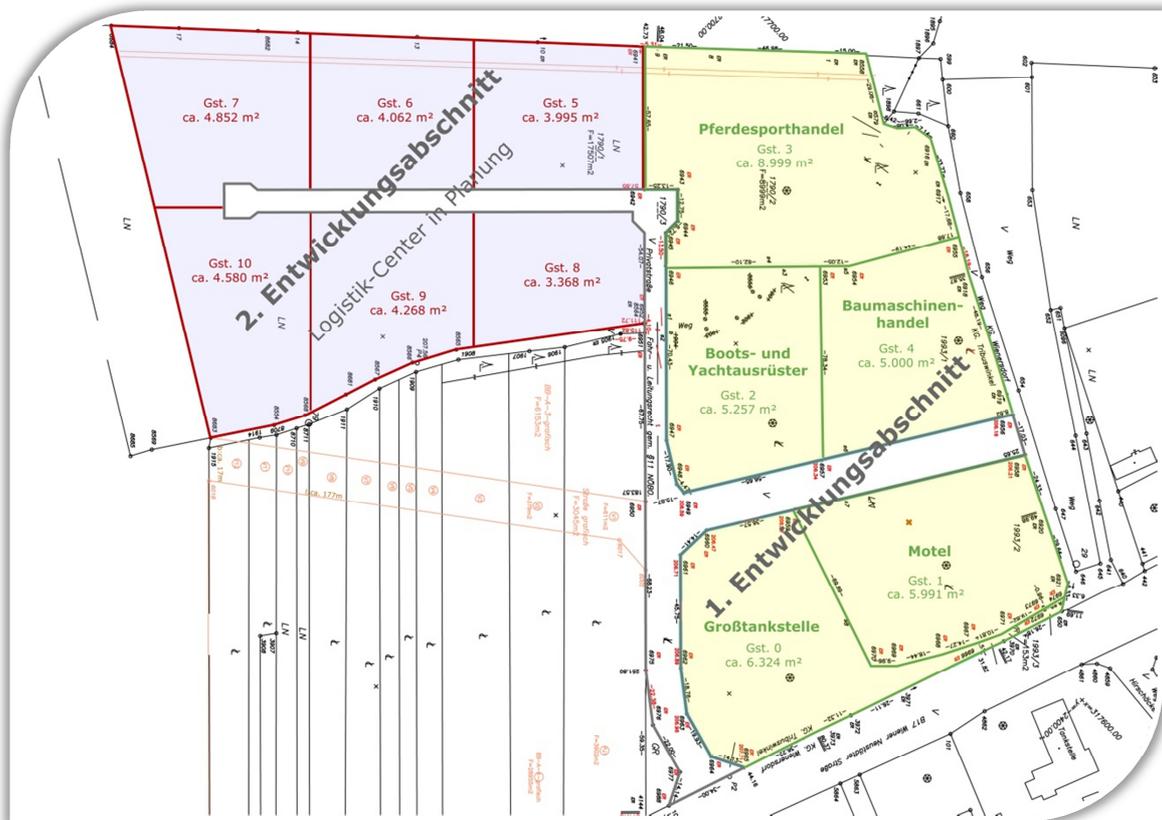
Werbung muss gesehen werden. Daher kommen ausschließlich Standorte mit sehr hoher Frequenz infrage. Tankstellen bzw. einzelne Bereiche der dazugehörigen Liegenschaftsteile bieten dafür viele – meist ungenutzte – Möglichkeiten. Hier liegt das Geld nicht auf der Straße, sondern es klebt an nicht benutzten Wänden und Standorten. Natürlich muss man, um all diese Services anzubieten, nicht auf die Umstellung auf unbemannte Automaten warten.

c. Die „Schlachtschiffe“

Moderne Tankstellen sind aber nicht nur eine Anlaufstelle für Reisende – moderne Tankstellen werden oft zu „Serviceparks“. Eigentlich handelt es sich dabei um eigene kleine „Gewerbeparks“: Motels, Autohandel, Apotheke, vielleicht sogar Arztpraxen gehören dazu – der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Einer der ersten Serviceparks der neuen Generation entsteht derzeit an A2-Anschlussstelle Traiskirchen, ca. 20 Kilometer südlich von Wien. Das Projektareal mit vorläufig ca. 30.000 Quadratmeter im ersten Entwicklungsabschnitt liegt direkt zwischen der Südbahn und der B17, beides sehr wichtige Zubringer zu Wien.

Was passiert dort alles? Der Servicepark Traiskirchen sieht neben der Errichtung einer Großtankstelle, einer Raststätte, Beherbergung (Motel), Handel, Lager/ Logistik und Gewerbe eine Niederlassung eines Pferdeshops und eines Baumaschinenhandels sowie eines Boots- und Yachtausrüsters – eventuell auch

Servicepark Traiskirchen



auch touristische Einrichtungen – vor. Alle Parzellen von 5.000 bis 9.000 Quadratmeter im ersten Entwicklungsabschnitt sind bereits vergeben. Mit dem Bau einer neuen Filiale des Pferdesporthauses Loesdau wurde bereits begonnen, weitere Bauvorhaben folgen in Kürze.

Ein zweiter und dritter Entwicklungsabschnitt werden folgen, auf weiteren 60.000 Quadratmetern ist ein Logistikcenter bereits in Planung – ein Beispiel, wie zukünftige Servicezentren in hochfrequenter, gut sichtbarer Lage im Nahbereich einer Großstadt geplant und ausgerichtet werden können. Den KundInnen wird umfassender Service fürs „Auftanken“ geboten. Neben dem Auffüllen des Treibstofftanks können sie einkaufen, übernachten, Restaurants besuchen, Geld abheben, Pakete abholen und sonstige Dinge des täglichen Lebens erledigen. Damit werden nicht nur Durchreisende angesprochen, sondern auch die im Servicepark beschäftigten MitarbeiterInnen und GeschäftspartnerInnen der dort angesiedelten Firmen.

Neben diesen Serviceparks findet man den Typus „Schlachtschiff“ ebenso in Form moderner Autobahn-Rastareale, die mit entsprechendem Zusatzangebot aufwarten. Ein Blick nach Deutschland zeigt, wohin die Reise geht: Deutschland gehört zu den europäischen Ländern, die über die geringste Dichte an und damit über eines der effizientesten Tankstellennetze verfügen. Die Unternehmen, die im Verlauf der Konsolidierung in Deutschland verblieben sind, haben ihre Geschäftsaktivitäten in starkem Maße auch auf ergänzende Geschäftsfelder ausgedehnt. Während nur rund die Hälfte aller Tankstellen in Europa über einen Shop-Betrieb verfügt, konzentriert sich in Deutschland nur noch ein geringer einstelliger Prozentsatz ausschließlich auf den Kraftstoffabsatz.

Bei in Agentur- bzw. Pachtbetrieb geführten Tankstellen mit Kraftstoffvertrieb auf Provisionsbasis werden über den Shop zum Teil sogar Umsatzanteile von weit über 80 Prozent erreicht – eine deutliche Indikation für die generelle Bedeutung der Shops. Innerhalb des reinen Erweiterungsgeschäfts ohne Kraftstoffprovision – und somit repräsentativ für die meisten Tankstellenunternehmen – nimmt der Shop-Anteil mit über 91 Prozent eine noch weitaus wichtigere Position ein. Vor diesem Hintergrund zählen die Optimierung des Shop-Geschäfts sowie die sinnvolle Erweiterung des Angebots zu den wichtigsten strategischen Herausforderungen der Tankstellen als wirtschaftende Unternehmen.

Dabei gilt es vor allem, die speziellen Vorteile des Tankstellennetzes wie lange Öffnungszeiten, verkehrsgünstige Standorte oder die Zubringerfunktion des Kraftstoffgeschäfts zu nutzen und positive Image-Elemente stärker zu betonen. Letzteres bedeutet ganz allgemein, neben den Shops selbst auch integrierte Gastronomie- und Servicekonzepte weiterzuentwickeln, um damit den KundInnen möglichst attraktive Einkaufsbedingungen und umfassende

Dienstleistungen anzubieten, die Tankstellen von anderen Absatzkanälen abheben – multifunktionale Dienstleistungszentren eben.

Eine deutliche Steigerung an Attraktivität gewinnt seit einiger Zeit die wachsende Zielgruppe der Senioren. Denn nach einer Studie der USP Convenience Akademie sind die heute über 50-Jährigen die reichste Generation aller Zeiten und bereit, ihr Geld auszugeben. Im Durchschnitt verkonsumieren die immer fitteren Senioren ganze 82 Prozent ihres Einkommens. Hierbei spielen jedoch Qualitätserwartungen eine große Rolle und werden auch in Convenience-Shops nicht abgelegt.

Eine weitere Kundengruppe, die seit Jahren zunimmt, ist die der Singles und kleinen Haushalte. Zeitliche Flexibilität und Bequemlichkeit bei der Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs gehören diesbezüglich zu den wichtigsten Aspekten für eine Kaufentscheidung. Ein- wie auch Zweipersonenhaushalte, in denen beide Partner berufstätig sind, sind in ganz besonderem Maße dadurch geprägt, dass in der Regel wenig Zeit für die Erledigung von Einkäufen zur Verfügung steht. Gerade diese Kundengruppe schätzt daher flexibles, schnelles und bequemes Einkaufen und verfügt beispielsweise über eine besonders hohe Affinität zum aufstrebenden Bereich des Convenience-Food, dem gerade im Tankstellensektor eine wichtige Bedeutung zukommt.

Auch beim deutschen Marktführer Aral bildet der Verkauf von Benzin oder Diesel nur eine Säule der Erfolgsgeschichte der Traditionsmarke. An den rund 1.240 unternehmenseigenen Stationen von Aral macht dieser Geschäftsbereich für die Tankstellenunternehmer nur noch rund 12 Prozent des Ertrags aus. Die mit Abstand wichtigste Ertragsquelle bildet mit 62 Prozent das Shop-Geschäft, gefolgt von den Einnahmen aus den Autowäschen. Allein im Jahr 2012 verzeichnete Aral einen Umsatz von rund 1,5 Milliarden Euro im Shop-Geschäft.

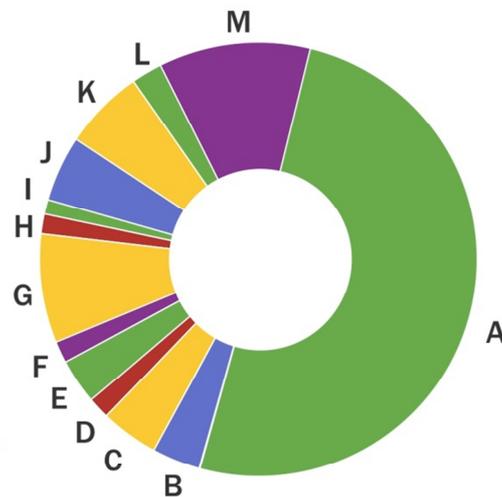
Während der Verkauf beispielsweise von Tabakwaren oder Zeitschriften eher stagniert oder sogar rückläufig ist, verzeichnet die blauweiße Marke vor allem im Food-Service-Bereich ein stabiles Wachstum.

Mit der Konzentration auf die Kaufmotive „Hunger“ und „Durst“ unter der Marke PetitBistro begann vor neun Jahren die kontinuierliche Erweiterung des Angebots. Vor der Einführung der PetitBistros lag der Umsatz im Food-Service-Bereich noch bei 132 Millionen Euro. Inzwischen beträgt er 175,8 Millionen Euro.

Wichtigster Grund für das Wachstum im Food-Service ist die hohe Qualität des Angebots: „Bei einem Tankstopp wollen Autofahrer eine Kleinigkeit essen oder trinken. Schnell und unkompliziert – ohne Abstriche bei der Qualität und zu einem fairen Preis“, so Rainer Kraus, Leiter Tankstellen und Shop-Geschäft bei Aral.

Damit verdient die Tankstelle

- A **Tabakwaren 50,7 %**
- B **Karten/Zeitschriften 3,6 %**
- C **Süßwaren/Eis 4,4 %**
- D **Kaffeeautomat 1,3 %**
- E **Fast Food 3,8 %**
- F **Lebensmittel 1,6 %**
- G **Telefonkarten 8,6 %**
- H **Sonstiges 1,4 %**
- I **Dienstleistungen 0,6 %**
- J **Autowäsche 5,4 %**
- K **Provision aus Kraftstoffverkauf 6,0 %**
- L **Reifen, Batterien, Zubehör 1,6 %**
- M **Getränke 11,3 %**



Quelle: Bundesverband Tankstellen und Gewerbliche Autowäsche e.V. Minden

d. Anforderungen an Tankstellen der Zukunft

Neben dem in den vorigen Kapiteln beschriebenen Angebotsmix, der sich – egal ob kleine Automaten-Tankstelle oder riesiger Servicepark – an der infrage kommenden Zielgruppe orientieren muss, gibt es heute schon erhöhte Anforderungen hinsichtlich des Energieverbrauchs. Energieeffizienz hat auch den Tankstellenbetrieb bzw. die Immobilie erreicht, und dank ihr können die Betriebskosten gesenkt und so manch ein Betrieb profitabler gemacht werden.

Neben ihrer Funktion, ein ansprechendes, ästhetisches Äußeres zu schaffen, muss die Architektur auch auf die neuen Funktionen eingehen. Ein Pilotprojekt der deutschen Firma Pfenning wurde etwa mit einem lichtdurchlässigen Solardach errichtet.

So wird nicht nur bei der Beleuchtung gespart, sondern auch Strom gewonnen – 64.000 kWh nämlich. Wie in modernen nachhaltigen Büroimmobilien schon fast Standard, verwertet die Tankstelle auch Regen- und Brauchwasser, was gerade bei den Waschanlagen wesentlich ist. Sollte die Sonne einmal nicht ausreichen, um die Räumlichkeiten zu heizen, wird mittels Biomasse Wärme ergänzt – CO₂-neutral.

Weiters spannend: Durch den Einsatz von LED-Beleuchtung konnte die Pfenning-Tankstelle den Stromverbrauch um 70 Prozent reduzieren (siehe Kasten).

Beim Kostenmanagement spielt ebenso die Instandhaltung eine wesentliche Rolle. Vor allem bei dezentralen Organisationseinheiten, wie bei Tankstellennetzen mit einer Vielzahl an technischen Geräten, gesetzlichen Prüfterminen und Störfällen, muss laufend überwacht, rasch reagiert, verwaltet und dokumentiert werden. Der Einsatz modernster Software kann dabei sehr hilfreich sein, Abläufe zu beschleunigen, Stillstandszeiten zu verkürzen und damit massiv Kosten zu sparen. Ein Beispiel dafür ist OMIS (Object Maintenance Information System), das bereits bei mehr als 1.300 Tankstellen und Handelsfilialen eingesetzt wird.

Kosten sparen dank LED

Auch in der Tankstellenwelt hat LED in den letzten zwei Jahren verstärkt Einzug gehalten, da sich durch die langen Öffnungszeiten (Stichwort 24-Stunden Betrieb) die Reduktion der Energiekosten enorm zu Buche schlagen. Mit intelligenten Lichtsteuerungen sind dabei enorme Stromkostenreduktionen möglich. Zusätzlich verwandeln professionelle LED Lichtlösungen für Kunden einen Shop in einen Ort zum Wohlfühlen.

Dr. Marc Gosewinkel von Store and More rechnet vor: Eine klassische T8-Leuchtstoffröhre 58 Watt (71 Watt Gesamtverbrauch) ist gegen eine LED T8-Röhre 24 Watt ersetzbar. Ersparnis: 66 %.

Auch der Austausch einer klassischen 250 Watt (285 Watt Gesamtverbrauch) Natriumdampf HDI Tankfeldleuchte durch eine effiziente 114 Watt LED Tankfeldleuchte ist heute möglich. Die Ersparnis hierfür beträgt 68 %.

LEDs sind die Zukunft, so viel steht fest. Wichtig ist allerdings, dass man nicht einfach das nächstbeste Billigangebot nimmt und somit auf die Stimmung und den Lichteffekt vergisst. Kunden wollen nicht nur tanken, sie wollen sich dabei auch wohlfühlen.

PM Pfenning Geilenkirchen – die grüne Tankstelle der Zukunft



Foto: Aachener Zeitung



Foto: SUNOVATION GmbH

Bodenprobenentnahmestellen



Foto: GEODATA

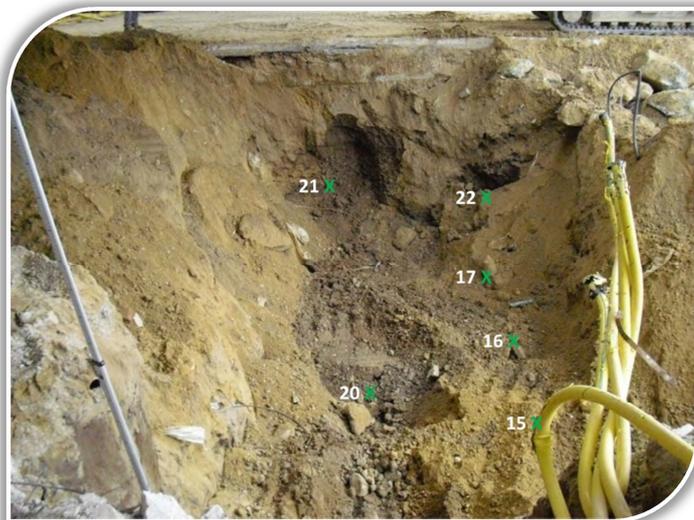


Foto: GEODATA

3. KONTAMINATION: Mythos und Wahrheit

Wird eine Tankstelle geschlossen und das Areal zum Verkauf angeboten, stehen – neben dem Preis und den drei berühmten Kriterien Lage, Lage, Lage – die Themen Umweltbelastung, Haftung und Kosten sofort im Mittelpunkt des Interesses. „Wie schaut es mit der Kontamination aus?“, wird als Erstes skeptisch gefragt. Eines ist klar: Speziell bei Tankstellen-Grundstückstransaktionen ist die Bandbreite eventuell vorhandener Umweltschäden sehr breit gestreut.

Dabei handelt es sich aber um einen Problemkreis, der – entsprechende Planung und Know-how vorausgesetzt – mit in der Regel vertretbarem finanziellen Aufwand gelöst werden kann. Durch moderne Untersuchungsmethoden und intelligente Verträge kann dem Käufer die Angst vor dem Schreckgespenst der Kontaminierung genommen werden.

Die Vorgangsweise

Beschließt ein Tankstellenbetreiber, seine Tankstelle dauerhaft zu schließen, so muss er dies der Gewerbebehörde melden. Die Gewerbebehörde trägt dann nach § 83 Gewerbeordnung (GewO) Vorkehrungen auf, um eine Gefährdung der Gesundheit oder Umwelt durch die aufgelassene Anlage zu vermeiden. „Das beinhaltet aber nicht die Sanierung von Altlasten“, betont Mag. Dominik Baurecht, Rechtsanwalt und Partner bei Brandstetter, Baurecht, Pritz & Partner Rechtsanwälte KG.

„Erfahrungsgemäß halten sich die Kontaminationen in Grenzen. Das wahre Ausmaß sieht man erst nach Abbau aller Anlagen“, erklärt Mag. Alexander Goth, GEODATA GmbH. „Bei einem Drittel der Tankstellen liegt die Menge des zu entsorgenden Materials unter 100 Tonnen. Das entspricht etwa vier Lkw-Ladungen“, so Goth. Bei einem weiteren Drittel zwischen 100 und 500 Tonnen und beim letzten Drittel über 500 Tonnen. Kontaminationen bis sechs Milligramm aromatische Kohlenwasserstoffe pro Kilogramm Erdreich dürfen deponiert werden. Stärkere Verunreinigungen werden in der Regel mit Mikroorganismen behandelt, welche für einen entsprechenden Abbau der Schadstoffe sorgen. Die Kosten liegen – je nach Kontamination – zwischen 30 und 120 Euro je Tonne Entsorgungsmaterial.

Auch wenn man durch Probebohrungen – Side Projekt kooperiert in diesem Bereich mit der in Prottes beheimateten GEODATA – vieles im Vorfeld bereits ausschließen kann, eine 100-prozentige Sicherheit kann auch durch Rammkernsondierungen nicht erreicht werden. Alexander Goth: „Bereits mit zwölf Probenahmen kann man ein Tankstellenareal ganz gut auf mögliche Kontaminationen abschätzen.“ Die Kosten dafür halten sich in Grenzen. Pro Bohrung sei bei einer „normalen Tankstelle mit Kosten von 5.000 bis 10.000 Euro zu rechnen. Bei Autobahntankstellen können die Kosten jedoch auch deutlich höher liegen. Das ist aber mit Sicherheit die Ausnahme.“

Klare Verträge

An einer exakten vertraglichen Regelung führt kein Weg vorbei. Wobei diese auch die Probebohrungen selbst umfassen sollte. Eine einvernehmliche Festlegung der Anzahl und der Lage der Bohrpunkte zwischen Verkäufer und Käufer sowie die Frage der Kostentragung sollten im Vorfeld bereits geklärt sein. Denn die Rechtsmaterie ist alles andere als einfach. Gesetzliche Bestimmungen finden sich hier vor allem im Wasserrechtsgesetz, im Altlastensanierungsgesetz, in der Gewerbeordnung, im Abfallwirtschaftsgesetz und in der Deponieverordnung. „Im Fall der Fälle kann sich der Liegenschaftserwerber primär am Verkäufer und subsidiär am Verursacher der Kontamination schadlos halten“, erklärt Baurecht. „Auch den Makler könnte hier eine Haftung treffen, sofern er seiner Aufklärungspflicht bei positiver Kenntnis bzw. Vorliegen von Indizien für eine Bodenkontamination nicht nachgekommen ist.“ Am besten sei es, auch diese Haftungsproblematik bereits im Kaufvertrag frühzeitig zu regeln, rät Baurecht.

Die Übernahme der Dekontaminierungskosten im Liegenschaftskaufvertrag ist dann zulässig, wenn die Kosten der Dekontaminierung im Vorhinein grob abschätzbar sind. Baurecht: „Das bedeutet, dass keine unkalkulierbaren Risiken vorliegen dürfen. Sittenwidrig – und damit ungültig – hingegen wären Bestimmungen, die Gewährleistungsansprüche oder sonstige Haftungen gänzlich ausschließen. Für den Ersatz der Dekontaminierungskosten muss zumindest ein deliktischer Schadenersatzanspruch gegen den Verursacher bestehen“.

Gewährleistung

Grundsätzlich hat jeder Käufer im Rahmen der Gewährleistung Anspruch auf Beseitigung solcher Kontaminationen, da sie in der Regel Mängel darstellen. Doch das Gewährleistungsrecht hat seine Tücken. Gewährleistung bedeutet, dass der Verkäufer für die gewöhnlich vorausgesetzten und vertraglich vereinbarten Eigenschaften der Liegenschaft haftet. Stellt sich die Frage, welche Eigenschaft bei einem Grundstück vorausgesetzt werden darf. War das Grundstück lange Zeit als Tankstelle in Betrieb, wird wohl angenommen werden dürfen, dass ein Käufer damit rechnen muss, auf diesem Grundstück eine branchenübliche Kontamination vorzufinden. Doch was ist branchenüblich?

Da der Begriff „gewöhnlich vorausgesetzte Eigenschaften“ aufgrund seiner Unbestimmtheit nur zu Rechtsunsicherheit führt, sollte beim Kauf ausdrücklich neben der Freiheit von bücherlichen und außerbücherlichen Belastungen, der Freiheit von Bestand- und Nutzungsrechten Dritter und dem Vorliegen der für die von Ihnen beabsichtigte Nutzung erforderlichen Widmung der Liegenschaft auch die Freiheit von Kontaminationen jeglicher Art vereinbart werden.



Rudolf Eigl

Geschäftsführender Gesellschafter Franz Eigl GmbH

im Interview

Mal ganz visionär - wie glauben Sie, wird eine Tankstelle in 40 Jahren aussehen?

Eigl: Sieht man die Entwicklung der Vertriebsspannen an, kann in 40 Jahren keine Tankstelle mehr existieren! Aber seriös betrachtet wird eine Tankstelle in 40 Jahren (ein wirklich weit entfernter Zeitpunkt für eine Prognose) – vorausgesetzt, dass sich Mobilität immer noch in Bodennähe abspielt – nach wie vor viele Attribute einer Tankstelle der Gegenwart aufweisen. Wenn wir davon ausgehen, dass Mobilitäts-Versorgung und Convenience auch dann wichtige Angebote sein werden, die die KundInnen nachfragen, werden wir Shops haben, die noch mehr „Wellness-Charakter“ aufweisen, als heute. Gastronomie wird dominanter werden, allenfalls auch Einrichtungen zur kurzen Regeneration und Steigerung des Lebensgefühls. Ebenso wird es interaktive Daten-Kommunikation zwischen Fahrzeug und Tankstelle geben. Was die Treibstoffe betrifft, werden fossile noch vorhanden sein, aber zu den Themen Strom bis Brennstoffzelle und (heute noch) unbekannte Energieformen für Mobilität wird alles bereitgestellt werden, was Fahrzeuge brauchen.

Und welche Veränderungen in den Kundenbedürfnissen stellen Sie schon heute fest bzw. welche Veränderungen an den Tankstellen halten Sie jetzt für wichtig, um nicht im Wettbewerb unterzugehen?

Eigl: Der Tankstellenmarkt befindet sich in einer Teil-Agonie, weil man so sehr mit Rentabilitätsfragen beschäftigt ist, dass da und dort kein Raum für die Attraktivierung der Tankstelle bleibt. Die Kundenbedürfnisse sind die gleichen wie vor 20 Jahren, allerdings angereichert um den Anspruch, solide Gastronomie, WLAN und Ähnliches vorzufinden. Alte Tugenden wie Sauberkeit, Freundlichkeit und damit gelebte Kompetenz schätzen und suchen die Konsumenten immer noch, trotz ihres geradezu seismischen Preisbewusstseins.

Darüber hinaus scheint heute ein Mix aus Full-Service Tankstellen und Automaten-tankstellen in ein und demselben Netz gefordert, um den KundInnen jeweils das zu bieten, was der jeweiligen Lebenssituation entgegenkommt, in der sie sich gerade befinden (z.B. Zeitmangel während der Arbeitswoche, mehr Zeit am Wochenende).

Glauben Sie, dass in der Optimierung einer Tankstellenliegenschaft – also, wenn die Tankstelle als Immobilie mit möglicherweise ungenutzten Flächen gesehen wird – Potenzial schlummert?

Eigl: Ja, ich sehe dieses Potenzial. Synergien auf Restflächen lebender Betriebe können sich rechnen. Aufgelassene Standorte behalten auch nach der Schließung oft das Merkmal, in Frequenzlagen zu liegen, wenn dies davor zugetroffen hat. Das lässt sich ausbauen. Als problematisch sehe ich die Verwertung von (nicht mehr benötigten) Gebäuden heutiger Automaten-tankstellen. Wenn sich Tankstellenbetreiber und der gewerbliche branchenferne neue Gebäudenutzer nicht dauerhaft sauber arrangieren, sind Geschäftsstörungen (ein Klassiker sind die Tankplätze, die zu Parkplätzen werden) die unausweichliche Folge.

4. VISION: Die Tankstelle der Zukunft

Härtere Marktbedingungen, geringere Margen, effizientere Motoren, neuere Antriebstechnologien – auf diese Faktoren müssen Tankstellen bereits heute reagieren. Aber was kommt als Nächstes? Wie könnten sich Tankstellen weiterentwickeln, wenn man die bekannten Ideen mal für einen Augenblick vergisst und den Mut hat, richtig visionär zu sein?

Mobile Arbeitsplätze

Die Grenzen zwischen Büro, Kaffeehaus und Lounge verschwimmen immer mehr, wenn man in die Zukunft der Arbeit blickt. „In unserer schnelllebigen, von Projekten getriebenen Zeit verändern sich unsere Arbeitsweisen zwangsläufig. Die Räume und Immobilien, in denen wir arbeiten, sind noch überhaupt nicht auf die Auswirkungen der sich verändernden Gesellschaft ausgerichtet“, ist Reinhard Poglitsch von ISS Facility Services überzeugt. „Unsere Büros werden kleiner, anders strukturiert, wir werden flexibler arbeiten; der klassische Büroarbeitsplatz ist für viele bald Geschichte.“

Wissensarbeiter von morgen kennen keine räumlichen Grenzen mehr. Sie arbeiten natürlich im Büro (First Place), aber auch zu Hause (Second Place) und an sogenannten Third Places. Das können servicierte dezentrale Büros sein, ähnlich wie sie etwa das globale Unternehmen Regus anbietet, oder es können Co-Working Spaces sein – gemütliche, junge Büroflächen, die man sich mit anderen teilt. Auch das Kaffeehaus, die Working-Lounge oder Bürolandschaften (Kojen mitten in Einkaufszentren), die man stundenweise mietet, werden zu den neuen Angeboten gehören. Wie ein Motel oder einen Snack an der Tankstelle wird es auch eine „Büro-Nutzung“ derselben geben. Also, Menschen die dort arbeiten, und das bedeutet vor allem: kommunizieren, Ideen haben, verwalten, verkaufen – in einer entsprechend anregenden Atmosphäre.

E-Mobilität

Wie die E-Mobilität die Tankstellen von heute verändern wird, steht noch in den Sternen. Eines aber steht fest: Sollte sich die E-Mobilität durchsetzen – was von einigen Mineralölkonzernen durchaus in Zweifel gezogen wird –, wird wohl kein Stein auf dem anderen bleiben. Denn Strom kommt aus jeder Steckdose. Das Aufladen kann, muss aber nicht mehr bei eigenen „Tankstellen“ erfolgen. Ladestationen werden sich bei Shoppingcentern, Gasthäusern, Garagen, aber auch im öffentlichen Raum realisieren lassen. Noch aber ist es nicht so weit, die Zulassungen der Stromer bleiben weit(er) hinter den Erwartungen zurück. Der Hype ist abgeflacht – wohl auch der Wirtschaftskrise geschuldet. Dennoch sollte man sich Gedanken machen. Noch fehlt es an wirtschaftlich durchdachten, tragfähigen Konzepten. Auch wenn der E-Mobility-Boom auf Österreichs Straßen auf sich warten lässt, rechnen manche Experten da-

mit, dass es in spätestens 50 Jahren überhaupt keine Kraftstoffe mehr aus nicht-erneuerbaren Energien geben wird. Werden damit die letzten klassischen Tankstellen verschwinden? Wohl kaum. Ihr Aussehen und ihre Funktionen werden sich aber drastisch verändern.

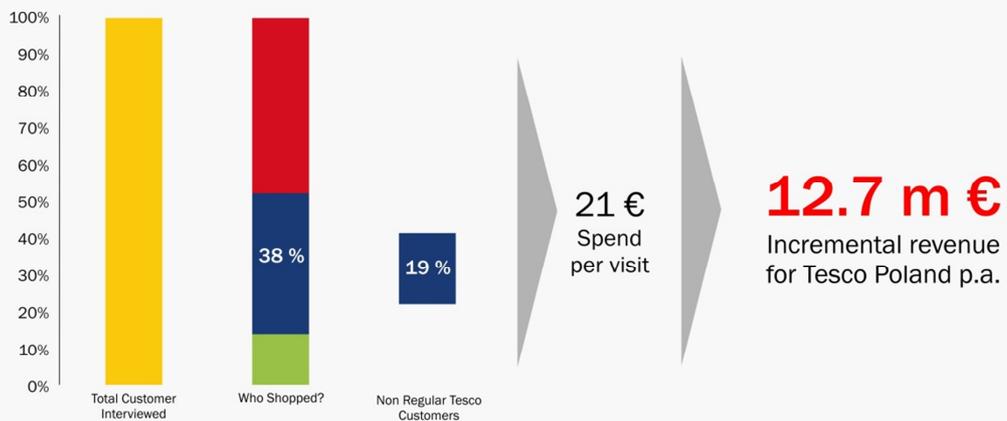
Wie die Tankstation von morgen aussehen wird? Darüber lässt sich trefflich spekulieren. Mit wissenschaftlichem Anspruch hat dies eine Gemeinschaftsstudie der Universität Witten/Herdecke und der Fachhochschule Offenbach im Auftrag der BP-Tochter Aral getan. Darin prophezeien die Wissenschaftler einen Wandel der Tankstellen von reinen Kraftstoff-Verkaufsstellen hin zu „Energieversorgern“, die eine ganze Palette alternativer Kraftstoffe, aber vor allem vielfältige Unterhaltungsmöglichkeiten bieten. Der Verkauf von Treibstoff, sei es nun Wasserstoff zum Betrieb von Brennstoffzellenautos oder Strom für batteriebetriebene Elektroautos, wird hingegen – buchstäblich – in den Hintergrund treten. Also ganz wie in den Anfängen, als es zum Auftanken in die Kolonialwarenhandlung ging.

Auf kurze Sicht wird auch das Tanken an der Steckdose die klassischen Treibstoffe kaum ersetzen (genauso wenig wie die bereits existierenden Wasserstofftankstellen); es ist im Hinblick auf die Erreichung der EU-Vorgaben für 2020 von nachrangiger Bedeutung. Im Vorfeld muss hier erst langfristig eine komplett neue Infrastruktur geschaffen werden. Entscheidend ist zudem die Entwicklung der Batterietechnik zum Massenmarkt, die allerdings sehr kostenintensiv ist. Der Marktentwicklung stehen momentan noch gravierende Investitionsunsicherheiten entgegen. Dennoch beeinflusst gerade diese Antriebsform neben der Automobilindustrie schon heute viele andere Branchen – beispielsweise den Tankstellensektor. In diesem Umfeld könnten Tankstellen eine wichtige Rolle spielen, indem sie als Ladestation bzw. als Akku-Wechselstation fungieren. Aufgrund des bereits etablierten Stationsnetzes sehen Tankstellunternehmen hier klare Wettbewerbsvorteile. Doch auch andere Wettbewerber rechnen sich diesbezüglich gute Marktchancen aus (z. B. Fastfood-Ketten, bei denen die vorhandenen Parkplätze ebenfalls leicht zu E-Ladestationen umgerüstet werden könnten). Außerdem stellt sich die Frage nach der Abhängigkeit von den großen Energieversorgern als Lieferanten.

Einen Eindruck, wie eine Tankstelle der Zukunft konkret aussehen könnte, kann man in Kalifornien erhalten. Bei der Tankstelle von Propel Fuels, einem US-amerikanischen Hersteller von Biotreibstoff, geht es nicht nur ums Tanken an sich. An der Servicestation kann das eigene Fahrrad repariert werden, mehrere Info-Bildschirme informieren, wann der nächste Bus fährt, und wenn der Wagen getankt wird, kommt nur Biosprit hinein. Was die neue Tankstelle in der kalifornischen 500.000-Einwohner-Stadt Fresno jedoch

Business Case

The locker alone ^{Tesco Poland Study¹}, shows ~ 5% topline growth plus uplift on brand & loyalty



¹Source: InPost cold call survey conducted on 500 customers who visited APMs located at Tesco stores in Poland, March 2013

120 stores * EUR21 (expected average ticket) x 360 days x 14 customer per day (38% conversion with 50% utilization of terminal (36 customers per day)) = **12.7m € p.a.**

besonders macht, ist die Ausstattung abseits der Zapfsäulen. Hier soll es in Zukunft nicht um das Tanken gehen, sondern um eine möglichst umweltfreundliche Fortbewegung.

Die Tankstelle wird sozusagen zum Knotenpunkt für Freunde des umweltfreundlichen Reisens. Fahrrad reparieren und weiterfahren, öffentlichen Nahverkehr nutzen oder eben mit Biosprit durch die Lande reisen – das alles soll von hier aus kein Problem sein. Daneben sollen unterschiedliche Recyclingcontainer den Müllausstoß an der Tankstelle verringern.



Foto: Propel Inc.

Logistik-Hub

Aufgrund der lokal zentralen Lage der meisten Tankstellen wird ihnen eine strategisch-logistisch wichtige Bedeutung zukommen. Der steigende Internet-Handel zieht eine bei Weitem noch nicht ausgereifte Logistik nach sich, und ähnlich wie bei Strom- oder Telekommunikationsnetzen liegt der Flaschenhals in der letzten Meile.

Zwischenlagerflächen, Paketboxen, Abholmöglichkeiten von großen Internet-Retailern (mit oder ohne Personal), Servicestationen von Markenunternehmen (man denke nur an die boomenden Apple- oder Mobilfunk-Shops) etc. werden regional-zentrale Plätze brauchen.

Jetzt schon gibt es neue Anbieter für Produkte, die in diese Richtung denken. InPost (www.inpost24.com) etwa ist ein an der Warschauer Börse gelistetes Unternehmen, das Paket-Abholstationen auf lediglich fünf Quadratmetern unterbringt. Auch die österreichische Post nutzt bereits Tankstellen für ihre „Post 24“-Standorte.

Die Vorteile für die Vermieter solcher Abholstationen liegen auf der Hand:

- Bisher ungenutzter Platz wird verwendet
- Über die Miete wird Einkommen generiert
- Schaffung zusätzlicher Frequenz an der Tankstelle
- Erschließung neuer KundInnen/Kundengruppen
- Positives, modernes Image
- Kundennutzen (anonyme Abholung der Pakete)

Aufenthaltsqualität

Eine Tankstelle, auf der Businessmeetings stattfinden, auf der Waren des täglichen Bedarf eingekauft werden, die gastronomisch verführt, hat mit der nach Öl stinkenden Benzinverkaufsstelle nichts mehr zu tun. Daher kann sie auch nicht mehr so aussehen. So wie es für Einkaufszentren nicht mehr reicht, Geschäftsflächen anzubieten, werden sich auch Tankstellen zu modernen Einrichtungen mit hoher Aufenthaltsqualität wandeln müssen.

Äußern wird sich dies einerseits in der Innen- und Außenarchitektur und andererseits natürlich in den Angeboten. Eine groß angelegte Studie der Universität Witten/Herdecke spricht sogar von „Event-Tankstellen“, die auch kulturelle Bedürfnisse miteinschließen. Während das Auto vollautomatisch mit einem Förderband die Tankstation, die Wasch-, Prüf- und Reparaturzone durchläuft, vergnügen sich die Insassen in der Bowlingbahn, dem Kino, dem Indoor-spielplatz etc.



Foto: Jovoto GmbH

Die Aufenthaltsqualität wird entscheidend für die Verweildauer der KundInnen sein. Erste Maßnahmen zur Kundenbindung sind bereits erkennbar: Die norwegische Statoil hat eingeführt, dass jeder, der einmal einen Kaffeebecher auf einer Statoil-Tankstelle gekauft hat, ein Jahr lang gratis Kaffee nachfüllen lassen kann. Ideen wie diese und die Inszenierung zur Erlebniswelt werden früher oder später die gesamte Tankstelle betreffen. Wichtig hierbei ist, dass ein einheitliches Konzept und Management für die Koordination und Qualitätssicherung sorgt.



Foto: Jovoto GmbH

Frequenzimmobilien-Report (II) 2014

wird Ihnen zur Verfügung gestellt von SIDE PROJEKT Immobilienmanagement GmbH

Mehr Informationen zu Hochfrequenzlagen an Straßen, zu Umnutzungsmöglichkeiten
und zur Optimierung Ihres Tankstellenbetriebs unter:

www.side-projekt.at