Mein Blick auf die Branche

Tankstelle, Gastronomie, Shop und Autowäsche

Quo vadis?

BTG-Jahrestagung

05/11/2025

Agenda

- Über uns
- Globale Trends – Treiber der Veränderung
- Tanken – nur was?
- Convenience – nur wo?
- Waschen – nur wie?
- Cum quo vadis?

MÖNNEKE
Regional & persönlich für Sie!

100 JAHRE MÖNNEKE
Regional & persönlich für Sie!

Brennstoffhändler seit 1925

TAS
Tanke schön ...

Kraftstoffe und Tankautomaten seit 1980
Tankstellen mit Shop, Bistro und Waschportale seit 1997

AUTOSPA
alles perfekt sauber

Waschstraßen seit 2013

Wandel ist kein Moment, sondern ein permanenter Prozess – mit zunehmendem Tempo. - Warum?

Globale Megatrends

…und es betrifft uns doch!

- **Klimawandel & Nachhaltigkeit**

  Individueller Nutzen vs. Gesellschaftliche Konsequenzen

  - Defossilisierung, Regulierung, alternative Rohstoffe/Energien, Kreislaufwirtschaft…

- **Digitalisierung & Technologie**

  Private Komplexität sinkt – berufliche Anforderungen steigen

  - Automatisierung, datenbasierte Geschäftsmodelle („Big Data“), KI, geänderte Kundenerwartungen…

- **Demografischer Wandel & Globalisierung**

  Globale Verschiebungen der Wertschöpfung

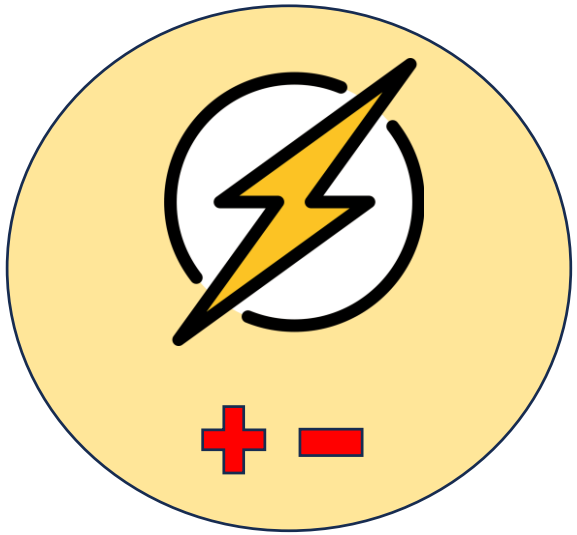
  - Deindustrialisierung, Alterung, Fachkräftemangel, Zuwanderung, Wachstum vs. Verteilung (zu wenig Krümel)…

Tanken – nur was?

Effizienz / Infrastrukturbedarf

Defossilisierungspfade

Wind / Sonne / Biomasse



H 2

Kohlenwasserstoffe

C_XH_Y

BIO - LNG

BIO-/
E-METHANOL

„e-Fuels“

HVO

SAF

Regionale Emission / Speicherbar / Transportierbar

Tanken – nur was?

Fazit:

- Nachfrage diversifiziert und wird an Tankstellen über die Zeit deutlich sinken
- Anforderungen an Betreiber werden steigen
- Anzahl der Standorte wird sich drastisch reduzieren müssen
- (Mineralöl-)Konzerne ziehen sich aus unsicheren Umfeldern zurück

Handlungsoptionen nach Standortbewertung:

- Deinvestition (Schließung /Flächenverkauf /Umnutzung)
- „Mobility-Hubs“ in Ballungsräumen und an Verkehrsachsen
- kosteneffiziente Automatenstandorte im ländlichen Raum Kundenbindung/ Flottenkarten – Digitale Zahlmedien

Convenience – nur wo?

Ausgangslage:

- Strukturwandel Tanken determiniert Möglichkeiten (Mobility-Hubs vs. Automaten)
- Neue Mitbewerber – Convenience-Profis statt Öl-Multis

Wunschziel wird Notwendigkeit:

- Vom „Nebengeschäft“ zum „Frequenzbringer“

Fragen und Aufgaben:

- Zahlungsbereitschaft der „Bequemlichkeit“
- Wie grenze ich mich von Franchise-Ketten ab? (USP)
- Wie baue ich Kompetenzen auf?

Convenience – nur wo?

Schöne neue Vielfalt:

„Genussspezialist“

Barista, Gastronom, Frischspezialist, Tobacconist

„Mobilitätsbegleiter“

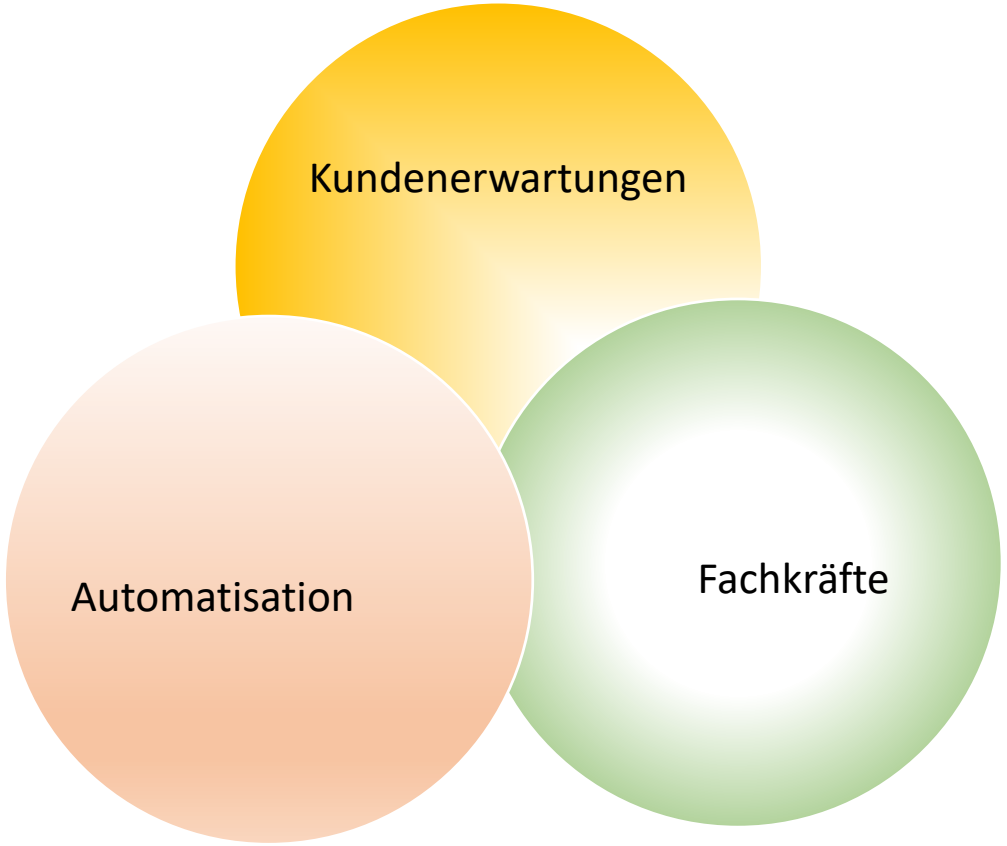
Tanken, Laden, WC, Essen, Trinken

Digitalisierung

Vending, Smartstores, Self-Checkout

E-Ordering/Click & Collect, mobiles Payment,

Bonusprogramme



Fazit: keine Patentrezepte / keine „Vollsortimente“

Wirtschaftliche Grenzen klar erkennen / Trial and Error

Waschen – nur wie?

These:

„Spezialisten sind die natürlichen Profiteure vom Strukturwandel der Nebengeschäftswäscher“

Gegenthese:

Wachstumsmärkte sind umkämpfter als konsolidierende Märkte

Großwaschstraßen
Hallenkonzepte, redundante Technik
Innenreinigungsservice auch in kleineren Ballungsräumen

Servicevorteile

SB-Konzepte
Volldigitalisiert auch für Maschinenwäsche und Serviceangebote auch in dünn besiedelten Regionen

Kostenvorteile

Facit et conclusio

Der Wandel bleibt – die Geschwindigkeit steigt

Was wir tun:

- **Selektion vor Expansion**

Wir werden gezielt starke Standorte ausbauen, während wir schwächere schließen, zusammenlegen oder automatisieren

- **Differenzierung vor Standardisierung**

Wir werden nicht versuchen Franchise-Ketten zu übertreffen, sondern standortindividuelle Alleinstellungsmerkmale schaffen

- **Kooperation vor Konfrontation**

Wir werden in mittelständischen Partnernetzwerken und mit Partnern auf Augenhöhe und mit gebündelten Kräften den gestiegenen Anforderungen begegnen

„Kumpanei ist Lumpanei“ ist nicht nur sprachlich von gestern

Facit et conclusio

Cum quo vadis?

BTG

Roadrunner

eFUEL
Gemeinsam für CO_2 - Reduzierung

CAPHENIA

DACMA

bft

UNITI

H2NOW

German eFuel one

Wer den Wandel nicht alleine angeht, sondern im Netzwerk denkt, wird ihn überstehen und vielleicht sogar stärker daraus hervorgehen.

Vielen Dank für
Eure Aufmerksamkeit!