

Tanken · Waschen · Bistro · Shop

# tankstellenWelt

Das Fachmagazin für die Tankstellenbranche in D-A-CH



A close-up photograph of a dark-colored car being washed. The car's front grille, headlights, and hood are visible. A thick, white foam is applied to the hood and front of the car, with streams of water and foam dripping down the sides and onto the ground. The background is dark and out of focus.

PM Pfennings Mobility und  
Carstens Shop-Einrichtungen –  
frischer Wind für Shop und Bistro

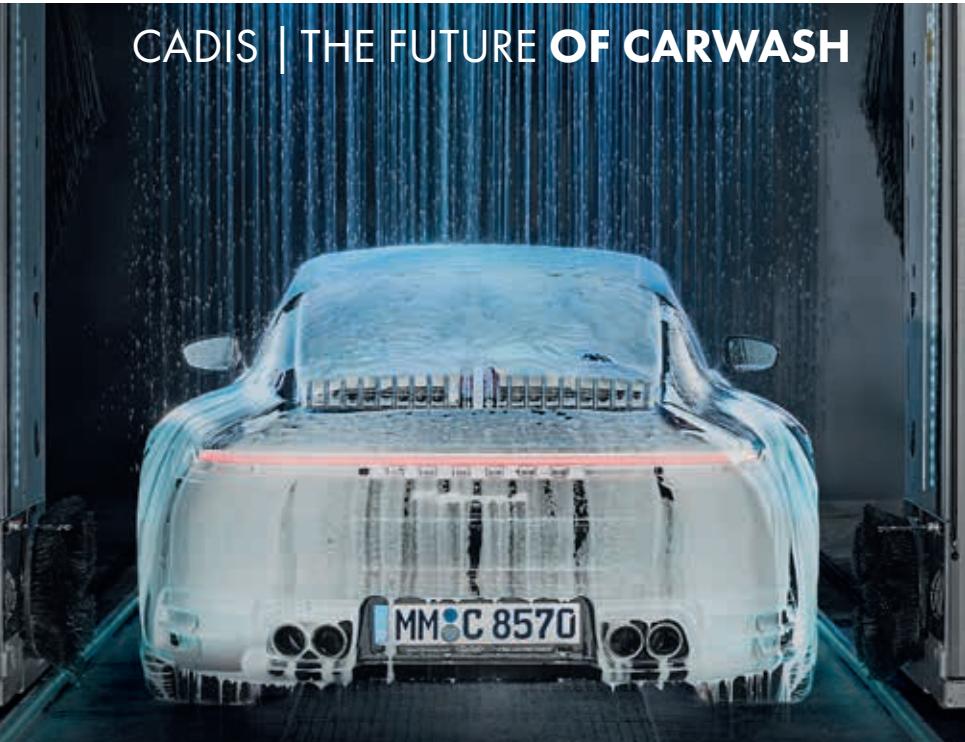
Reichlich „Handlungsansätze“ –  
das UNITI Mobility Payment  
Forum (UMPF) in Hamburg

Topthema  
Autowäsche

*Umsätze steigen nicht  
mehr nur preisbedingt  
– Praxisbeispiele*



CADIS | THE FUTURE OF CARWASH



Christ<sup>+</sup>  
WASH SYSTEMS

# Licht im Dunkeln



Kaum drei Wochen hat es gebraucht, da war in Deutschland, Europa und der Welt bereits so viel passiert – und meist war es nichts Positives –, dass es eigentlich schon für einen kompletten Jahresrückblick genügt hätte. Elmar Kühn, Hauptgeschäftsführer der UNITI, veranschaulichte diese These beim Begrüßungsabend für die Referentinnen und Referenten des UNITI Mobility Payment Forum (UMPF) im altehrwürdigen Anglo-German Club an der Hamburger Alster mit ein paar Beispielen: In Berlin mussten viele zehntausend Menschen nach einem Brandanschlag der als linksextrem eingestuften Vulkan-Gruppe mehrere Nächte ohne Heizung, Licht und warmes Wasser auskommen

– und der Regierende Bürgermeister ließ sich, während die Krise schwelte, beim Tennis spielen erwischen. Besonders herausfordernd war das für die Menschen insofern, da in den ersten Tagen des Jahres 2026 eine vergleichsweise heftige Kältewelle Berlin und weitere Teile Deutschlands fest im Griff hatte. Auch hier war die Aufregung groß, selbst wenn es meist dann doch nicht so schlimm kam wie geweissagt.

International sorgte zu Jahresbeginn gleich wieder US-Präsident Donald Trump für Aufsehen, indem er – selbst für seine Verhältnisse heftig – den venezolanischen Präsidenten Nicolas Maduro „festnehmen“ ließ, und das in einer Nacht-und-Nebel-Aktion in Caracas. In den Aufstand des iranischen Volkes gegen das Mullah-Regime in Teheran hatte Trump bis Redaktionsschluss dieser Ausgabe noch nicht militärisch eingegriffen – wohl aber mehrfach damit gedroht. Und auch seinen Anspruch auf Grönland untermauert er bisher zwar nur mit Worten – aber bleibt das so? Das Völkerrecht, das vor solche Aktionen eigentlich stets ein Mandat des UN-Sicherheitsrates stellt, kümmert den US-Präsidenten wenig. Und die Welt steht ratlos daneben.

Ratlos – und wir sind immer noch bei UNITI-Hauptgeschäftsführer Kühn im Anglo-German Club – wirkt auf diesen auch weiter die deutsche und europäische Wirtschaftspolitik, insbesondere wenn es um Energie und Mobilität geht. Brüssels groß angekündigter Automobilpakt etwa ist für ihn ein „Etikettenschwindel“, weil er weiter voll auf „all-electric“ setzt und dabei unverändert ausblendet, dass u. a. der eingesetzte Strom mitnichten immer ökologisch ist. Erneuerbare Kraftstoffe hingegen bekommen weiterhin kaum Raum, sich wirtschaftlich zu entfalten, obwohl sie doch sogar den Verbrenner-Bestand aus dem Stand klimafreundlicher machen können.

Die „Verbrenner-starke“ deutsche Autoindustrie muss darauf eine Antwort finden – und hat sie in weiten Teilen auch bereits, unterstrich Hildegard Müller, Hauptgeschäftsführerin des Verbandes der Automobil-Industrie (VDA) in Hamburg, wo sie auf die etwa 120 vollelektrischen Fahrzeugmodelle verwies, die die deutschen Autoproduzenten inzwischen anbieten.

Auch sonst war auf dem UMPF neben dem Wehklagen über eine fehlgeleitete Wirtschaftspolitik sowie eine überbordende Regulierung und Bürokratie viel von Aufbruch zu hören. In der Transformation der Mobilität liegen viele Chancen, vor allem, wenn man eines beherzigt: „Wir müssen uns wieder viel mehr auf das konzentrieren, was uns wirklich trägt, und das sind unsere Kundinnen und Kunden“, sagte Christine Keslar-Tunder zu Beginn des UMPF. Dem ist eigentlich nichts hinzuzufügen.

Genug der Vorrede: Neben dem UMPF, das wir in dieser Ausgabe bereits aufgreifen (mehr gibt es dann in Ausgabe 3 der tW im März), haben wir wieder viele Themen für Sie aufgearbeitet, darunter auch mit dem Schwerpunkt Autowäsche. Dabei wünschen wir wieder viel Spaß beim Lesen,

Ihr,



# 14

tW Topthema Carwash – auch beim UMPF heißdiskutiert.

## MARKTBERICHT

### 06 Kaum beeindruckt

Tankstellenpreise steigen wegen Emissionshandel – weniger wegen Trumps Venezuela-Attacke.

## ZUM START

### 10 Reichlich „Handlungsansätze“

Auf dem UNITI Mobility Payment Forum diskutiert die Branche über Chancen und Herausforderungen der Mobilitätswende.

## RUBRIKEN

### 3 Editorial

### 46 tankstellenWELTWEIT

### 65 Marktplatz

### 66 Zum Schluss / Termine / Impressum

## TOPTHEMA

### 14 SB im Kommen

Die Waschumsätze der Tankstellen steigen nicht mehr nur preisbedingt. Und noch gibt es reichlich Potenzial. Nachhaltigkeit wird immer wichtiger.

### 16 Offen für alle

Mit einem neuen Zertifikat wollen UNITI und DEKRA zeigen, dass Nachhaltigkeit in der Autowäsche möglich ist.

### 20 Für jeden was dabei

Bei den Christ Carwash Days gewährt der Waschtechnik-Spezialist einen Blick hinter die Kulissen.

### 24 Wellness fürs Fahrzeug

Sonax versorgt Oberscheider Car Wash in Salzburg mit der Waschchemie.

### 28 AUWA überzeugt

Shell-Partner Mucha und die Wash Me Group setzen auch die Produkte der WashTec-Tochter.

## NEWS

### 32 Frischer Wind für Shop und Bistro

PM Pfennings macht Tankstellen zukunftsfähig – auch mit Hilfe von Carstens Shop-Einrichtungen.

### 36 Starke Marke mit Energiewende-Potenzial

P66 übergibt Kontrolle bei JET an neue Joint Venture-Gesellschaft.

### 38 Vieles neu auf der UNITI expo im Mai

Flächen werden knapp: Wer noch ausstellen will, sollte sich beeilen.

### 48 Das Klima wartet nicht

CO<sub>2</sub> aus der Luft für nachhaltige Fuels: DACMA Competence Center entsteht im Hamburger Hafen.

# 32

PM Pfennings macht Tankstellen zukunftsfähig – mit Hilfe von Carstens



## INTERNATIONAL



### 44 15 Jahre in Zahlen

Der Fachverband der Garagen-, Tankstellen- und Serviceunternehmungen stellt sich vor.

### 46 tankstellenWELTWEIT

Länderberichte aus Frankreich, Rumänien, Spanien, Ukraine.

## CONVENIENCE

### 51 Kompetenzerweiterung

Ladenbau-Spezialist Stracke und Smart Infrastructure-Experte eccovia rücken zusammen

### 52 Lekkerland-Expertise

Kundenwünsche im Shop optimal erfüllen.

### 54 Reden und zuhören

„Scientific Dialogue“ von Philip Morris zum Rauchstopp-Potenzial risikoreduzierter Produkte – „Tankstellen-Champions“ ausgezeichnet.

## MANAGEMENT

### 58 Klein(er), aber oho

Mittelstand schlägt sich in Verbraucher-Befragungen prächtig.

### 62 Weiterbildung: Schlüssel zum Erfolg

UNITI-Tankstellenberaterin Tina Wehncke stellt UNITI Workshop-Programm vor.

# 54

Reden und zuhören – Philip Morris Scientific Dialogue.



## ZUM SCHLUSS

### 66 Circle K übernimmt Tanklager – mehr Ladelösungen.



# 62

Tina Wehncke stellt UNITI Workshop-Programm vor.

**D**as Carwash-Geschäft der Tankstellen lief im vergangenen Jahr wirklich sehr ordentlich. Und das nicht nur, weil die Preise für die verschiedenen Programme gestiegen sind. Gerade in der ersten Jahreshälfte wurden auch mehr Autowäschens verkauft, vor allem auch mehr höherwertige Wäschen, erläuterte Branchen-Experte Jens Stolte auf dem UNITI Mobility Payment Forum (UMPF) Mitte Januar in Hamburg, was für ihn auch bedeutet: Die autowaschenden Tankstellen konnten ihre Kundinnen und Kunden hierzulande anscheinend mit guten Angeboten überzeugen.

In Zahlen setzte eine deutsche Tankstelle 2025 im Durchschnitt knapp 7,2 Prozent mehr um als im Jahr davor, während die Preise im Mittel nur um gut 2,2 Prozent zulegten.

#### AUCH BEIM WASCHEN LEGEN VOR ALLEM DIE KLEINEN ZU

Ganz ähnlich wie im Kraftstoffgeschäft waren es auch im Carwash zuletzt vor allem die Tankstellen aus den eher kleinen Netzen, die besonders gut performten. Umsatzseitig liegen sie inzwischen nahezu gleichauf mit den „Großen“, und für alle gilt: Es geht noch viel mehr, wenn das Geschäft weiter optimiert, das Angebot stetig verbessert und vor allem um digitale Services erweitert wird, ist man sich in der Branche weitgehend einig.

**Das „New Convenience“ Panel auf dem UMPF in Hamburg: Moderator Rainer Wiek diskutiert mit Philipp Pauly (Lekkerland) Alexander Burghardt (twenty4U), Torsten Eichinger (MCS) und – weil auch Carwash längst ein wichtiges Geschäftsfeld der Tankstellen ist – Martin Pfister über Trends und Strategien. Pfister ist bei Kärcher für die Autowäsche zuständig.**



© Toni Hasselmann

# SB im Kommen

Sehr zur Freude der Tankstellen wächst das Autowaschgeschäft nicht mehr nur preisbedingt. Und es geht noch mehr für die Branche, wenn sie das Geschäft intelligent weiterentwickelt. Nachhaltigkeit spielt dabei eine entscheidende Rolle.



## WER PLATZ AUF DER STATION HAT, KÖNNTE IN SB INVESTIEREN

Anknüpfungspunkte dafür gibt es dabei einige. So wird unter anderem die Selbstbedienungs-Wäsche (SB) immer attraktiver, für die Kundinnen und Kunden und damit auch für die Betreibenden. Seit der Corona-Zeit und darüber hinaus steigen die SB-Waschzahlen im deutschen Markt kontinuierlich, machte Georg Huber, Vorsitzender des Bundesverbandes Tankstellen und Gewerbliche Autowäsche Deutschland (BTG), auf der Jahrestagung seines Verbandes Anfang November 2025 in Kassel deutlich. Überdies bietet das System SB enorme Kostenvorteile, bemerkte Eike Mönnecke dort. Wer also noch Platz auf seiner Tankstelle (oder daneben) hat, kann gutes Geld verdienen, wenn er diesen für ein eigenes SB-Angebot nutzt (und dabei das richtige Konzept wählt), so der Mönnecke Mineralöle-Geschäftsführer auf dem BTG-Kongress.

Die Carwash-Umsätze der Tankstellen stiegen zu-letzt nicht mehr nur preisbe-dingt, erläuterte Branchenexperte Jens Stolte auf dem UMPF.

## VOM „BEIFANG“ ZUM „MAGNETEN“

Carwash bietet den Tankstellen grundsätzlich die Möglichkeit, in einer sich ändernden Mobilitäts-Umgebung ihr Profil deutlich zu schärfen. War die Autowäsche bislang oft ein Beiproduct des Tankens, lässt sich diese Logik mit attraktiven Angeboten, gerne im Verbund mit weiteren Services wie Laden oder Shoppen, nun umdrehen. „Vom Beifang zum Magneten“, beschrieb Martin



Pfister, beim Reinigungsspezialisten Alfred Kärcher aus Winnenden für das Autowasch-Geschäft zuständig, im „New Convenience“ Talk auf dem UNITI Mobility Payment Forum in Hamburg das Entwicklungspotenzial der Autowäsche an Tankstellen.

## KEINE „OPTIONALE ZUSATZLEISTUNG“

Ganz wichtig ist für Kärcher Carwash-Exper-te Pfister in diesem Zusammenhang das Thema Ökologie. Nachhaltigkeit ist auch in der Autowäsche längst keine „optionale Zusatzleistung“ mehr, sondern Kern des Geschäfts. „New Convenience“ bedeutet nach seinem Verständnis auch in der Autowäsche maximaler Service bei minimalem ökologischem Fußabdruck. Es geht den Kundinnen und Kunden nicht mehr nur um Sauberkeit per se, sondern auch um die Überzeu-gung, die Umwelt infolge der Autowäsche mög-lichst wenig zu belasten.

Rainer Wiek