

Tanken • Waschen • Bistro • Shop

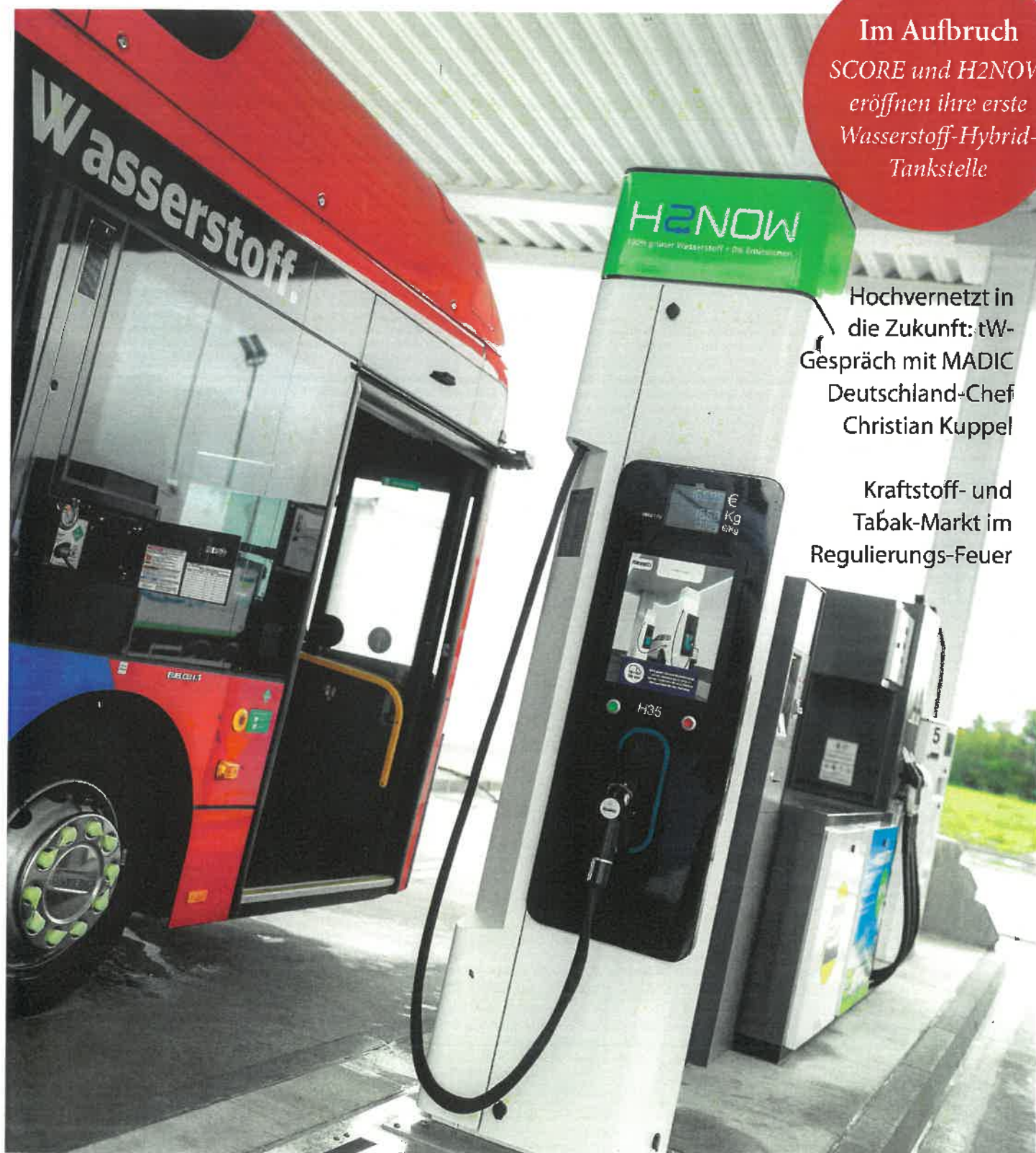
tankstellenWelt

Das Fachmagazin für die Tankstellenbranche in D-A-CH 

Im Aufbruch
SCORE und H2NOW
eröffnen ihre erste
Wasserstoff-Hybrid-
Tankstelle

Hochvernetzt in
die Zukunft: tW-
Gespräch mit MADIC
Deutschland-Chef
Christian Kuppel

Kraftstoff- und
Tabak-Markt im
Regulierungs-Feuer





© Madic

Hochvernetzt in die Zukunft

Digitalisierung an der Tankstelle ist kein Selbstzweck, sie muss den Betreibenden wie den Kundinnen und Kunden einen echten Mehrwert liefern, sagt MADIC Deutschland CEO Christian Kuppel im tW-Gespräch. Das Kassensystem wird dabei zur zentralen Plattform. Und auch SCO – im Einzelhandel bereits der Standard – findet inzwischen den Weg an die Stationen.

Vor drei Jahren hat die in Frankreich beheimatete, familiengeführte MADIC Gruppe den Kassen- und Tankautomaten-Systemspezialisten Ratio Elektronik übernommen und führt dessen Geschäfte seitdem unter dem Namen MADIC Deutschland weiter. Mehr noch, mit der neuen Eigentümerin hat sich das Produktportfolio

der Ravensburger über die bekannten, klassischen Anwendungen rund um die Tankstelle deutlich erweitert. MADIC Deutschland liefert nun auch Betankungsinfrastrukturen für die Schiff- und die Luftfahrt. In diesem Frühjahr etwa hat MADIC Deutschland die Betankungs-Anlagen und -Systeme – Zapfsäulen, Tankautomaten – von TotalEnergies am Sylter Flughafen vollständig modernisiert.

Mit Betankungs-Technologien für Häfen ist die MADIC Gruppe bisher vor allem in Märkten wie Frankreich, Belgien, der Elfenbeinküste sowie der Karibik aktiv. Insbesondere in den zu den französischen Überseegebieten (DOM-TOM) gehörenden Inselregionen, wo aufgrund der anspruchsvollen klimatischen Bedingungen besondere Anforderungen an die Technik hinsichtlich Robustheit, Zuverlässigkeit und Langlebigkeit gestellt werden, setzen zahlreiche Häfen auf die bewährten Lösungen von MADIC, erklärt Christian Kuppel, Geschäftsführer (CEO) von MADIC Deutschland, im Gespräch mit der tankstellenWelt: „Und diese internationale Erfahrung steht nun auch Kundinnen und Kunden im deutschsprachigen Raum über MADIC Deutschland zur Verfügung.“

Die Kerngeschäfte von MADIC in Deutschland und auch im benachbarten Österreich sind aber weiterhin Lösungen für Tankstellenunternehmen und andere Mobilitätsanbieter. Dazu zählen die aus der „Ratiq-Zeit“ bekannten und am Markt bewährten Tank- und Waschautomaten, die Kas-

sensysteme mit den dazugehörigen Managementplattformen für eine smarte Verwaltung sowie das Global Office zur effizienten Abwicklung von Stations- und Flottenkarten.

Und natürlich hat MADIC Deutschland seine Kassensysteme und Tankautomaten längst um eine Anbindung für Elektro-Ladesäulen erweitert, sodass sämtliche Ladevorgänge direkt an der Kasse im Shop oder am Tankautomaten bezahlt werden können, betont Christian Kuppel gegenüber der tankstellenWelt: „Dabei ist die Lösung unabhängig von Ladesäulenherstellern und Elektro-Mobilitäts-Backends einsetzbar. Die vorhandene Zulassung durch die Physikalisch-Technische Bundesanstalt (PTB-Zulassung) stellt zudem einen rechtskonformen Betrieb sicher“, erklärt Kuppel.

SCO AN TANKSTELLEN – „DIE KUNDEN-RESONANZ IST POSITIV“

Der Digitalisierungs-Trend hat das Ökosystem Tankstelle nun auch in Deutschland voll erfasst, allerdings nicht überall in gleichem Maße. Wäh-



Ihre Waschanlage gehört ins Smartphone – und ins Auto: Wash Now

Digital mehr Umsatz – wir kümmern uns darum.

Wash Now ist der digitale Marktplatz von WashTec – direkt integrierbar in Apps, Plattformen und Infotainmentsysteme. Ihre Waschkunden bezahlen bequem per App oder direkt im Fahrzeug. Mit Wash Now erhalten Sie volle Unterstützung aus einer Hand.

Jetzt risikofrei Teil des Netzwerks werden:
www.washtec.com/de/washnow

rend sich zum Beispiel digitales Marketing über entsprechende Screens – Digital Signage – an den Stationen hierzulande bereits durchgesetzt hat, warten Self Checkout-Systeme (SCO) im deutschen Tankstellengeschäft noch auf ihren Durchbruch – anders als im Einzelhandel, wo SCO inzwischen zum Standard geworden ist. MADIC Deutschland-Geschäftsführer Kuppel stellt aber fest, dass die Tankstellen ihre Zurückhaltung bei



MADIC Deutschland-Geschäftsführer Christian Kuppel.

SCO inzwischen mehr und mehr ablegen und ein zunehmendes Interesse an Self Checkout-Lösungen zeigen.

„Viele Betreiberinnen und Betreiber gehen die Entwicklung mit und probieren die Lösung in ihren Shops aus – und wer das tut, ist dann oft freudig überrascht über die positive Resonanz der Endkundinnen und Endkunden“, so Kuppel zur tankstellenWelt. Wer lediglich eine Tankung bezahlen will oder ein Wasch-Bon und vielleicht ein Schokoriegel kauft, möchte sich nicht anstellen: „Convenience ist heute ein zentraler Faktor. Die Kauf- und Bezahlmöglichkeiten müssen bequem und einfach sein.“

Zudem erhöhen Self Checkout-Lösungen die Flexibilität für die Betreibenden, gerade hinsichtlich des Einsatzes der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. „SCO-Systeme können helfen, Spitzenzeiten besser zu managen und unerwartete Ausfälle leichter abzufangen. Mit unserer hybriden Lösung beispielsweise wird eine zweite Kasse innerhalb weniger Augenblicke zum Self

Checkout, aber auch die Stand-alone-Lösung stößt auf hohe Akzeptanz, auch optisch. Sie ist autark oder direkt mit der Hauptkasse verbunden, von deren Standort die Kassiererin oder der Kassierer jederzeit intervenieren kann, wenn es zum Beispiel um Altersfreigaben geht.“

SCO ODER NICHT-SCO: AUF DEN STANDORT KOMMT ES AN

Entscheidend ist jedoch immer eine individuelle Betrachtung des Standorts, betont MADIC



oben: Am Sylter Airport hat MADIC die Betankungstechnik von TotalEnergies modernisiert.

unten: Das Standalone-SCO von MADIC Deutschland.

Deutschland CEO Christian Kuppel im tankstellenWelt-Gespräch weiter: „Nicht jede Station ist gleichermaßen geeignet für ein SCO-Konzept, bei vielen kann es jedoch eine wertvolle Unterstützung bei gleichzeitiger Steigerung der Kundenattraktivität sein.“

Und welche Möglichkeiten und Potenziale bietet das Ökosystem Kasse perspektivisch, das digitale Angebot auf der Tankstelle weiter zu verbessern und zu erweitern – insbesondere, wenn es um die Verknüpfung verschiedener Angebote auf der Station geht? „Die Kasse ist heute weit mehr

als ein Bezahlungssystem. Sie ist die zentrale Plattform, die Shop, Waschen, Tanken und auch Laden sowie Loyalty-Programme und digitale Services miteinander verbindet“, betonte Kuppel weiter. Durch diese Vernetzung entstehen die Komfort- und Effizienzgewinne, die Kunden und Betreiber zunehmend erwarten.

„KLARER TREND ZU DIGITALEN PREISSCHILDERN“

„Die Kasse bietet vielfältige Möglichkeiten: von der Steuerung des Forecourts über die Warenwirtschaft und das Controlling mit möglicher Einbindung in ein ERP-System bis hin zur Preisgestaltung oder der Anbindung unterschiedlichster Services,



beispielsweise aus den Bereichen Paketdienstleistungen oder auch E-Loading.“ So kann der Tankstellenbetrieb wesentlich vereinfacht werden, beispielsweise bei Inventuren, die für viele Betreibende ein leidiges Thema sind, oder auch im All-



Das gesamte Kassensystem-Ensemble von MADIC Deutschland.

tag. „Dort sehen wir übrigens einen klaren Trend hin zu digitalen Preisschildern mit hoch flexibler Preisgestaltung im Shop und einfacher Steuerung ohne mühsames Aufbringen von gedruckten Etiketten im Regal.“

MADIC Deutschland-Geschäftsführer Kuppel ist zudem davon überzeugt, dass sich mit fortschreitender digitaler Verknüpfung der Angebote und Service auch der deutsche Tankstellenmarkt – wie in anderen europäischen Ländern bereits geschehen – zunehmend automatisieren wird. „Die Frage dabei ist auch, wie intelligent die verschiedenen Services künftig miteinander vernetzt werden.“ Für die Tankstellen ist dies nicht nur ein Selbstzweck, auch wenn Automatisierung maßgeblich hilft, steigende Kosten und Personalanforderungen zu bewältigen. „Kundinnen und Kunden erwarten Convenience, kein unnötiges Warten, keine umständlichen Prozesse. Die Tankstelle entwickelt sich vom klassischen Verkaufsort von Kraftstoff zu einem digitalen Service-Hub und je nach Station auch zu einem attraktiven Gastro-Standort.“

Wer die Kundin, den Kunden den schnellsten, einfachsten und komfortabelsten Weg durch alle Services bietet, wird erfolgreich bleiben. Kuppel abschließend: „Die Zukunft gehört der digitalen, hochvernetzten Service-Station.“ Rainer Wiek

WINTERKICK FÜR IHREN UMSATZ.

Wenn die Uhren auf Winterzeit umspringen, ist auch im Regal Zeit für Neues: Die neue Red Bull Winter Edition ist da. Dieses Jahr begeistert sie mit dem fruchtig-nussigen Geschmack von Pistachio & Berries. Egal ob mit oder ohne Zucker: Eisgekühlt und gut sichtbar platziert, sorgt unser Winter-Neuzugang für

saisonale Kaufimpulse und starke Umsätze während der kalten Jahreszeit. Denn die Red Bull Editions bleiben mit einem Umsatzplus von 12,0%¹ der absolute Wachstumsmotor der gesamten Kategorie. Nicht umsonst heißt es zu jeder Jahreszeit: **Red Bull verleiht Flüügel.**



¹Quelle: Circana, Total Market, Red Bull Editions, Umsatzwachstum in %, YTD Juni 2024 vs. Vorjahr.