

Branchentreff 2017



Herzlich willkommen

zum

BRANCHENTREFF 2017

Tankstellen Garagen Service

ATG

Von der Tankstelle zum Supermarkt?

KommR JULIUS KIENNAST

Nah & Frisch

BRANCHENTREFF 2017

Tankstellen Garagen Service in Salzburg

20. Jänner 2017

VON DER TANKSTELLE ZUM SUPERMARKT?

- Geschäftsgründung 1585
- Firmengründung 1710
(seit 1710 im Besitz der Familie Kiennast)
- Mitarbeiter: 274

Geschäftsführung (9. Generation):
Mag. Julius und Mag. (FH) Alexander Kiennast



- Umsatz 2016: € 80,4 Mio. + 13,1 %
- Umsatz 2017 (Plan): € 90,5 Mio. + 12,8 %

Kiennast: Vertriebe

- **LEH Lebensmitteleinzelhandel**

Nah&Frisch, Lagerhaus, Bahnhofskioske, Justizanstalten



Nah&Frisch

- **Eurogast**

Restaurant, Hotelerie, Catering und Großküchen
(Ikea, Motel One, Austria Trend, Do&Co)



eurogast
Kiennast

- **Shop Top Service - Convenience**

Doppler-Gruppe, Nah&Frisch punkt, OBI, Rosenberger



- **Kaufhaus Gars am Kamp**

Nah&Frisch Supermarkt, Let's DOIT, Mode, Trafik, Shell Tankstelle



Kaufhaus
KIENNAST

- **Shop Top Service Handels-GmbH** – 50 % Gesellschafter
E-Loading und Geschenkkarten im Bereich Handel und Tankstellen

Kiennast: Logistik

- Lagerfläche: 14.500 m²
- Artikelanzahl: ca. 12.000
- Trockensortiment: ca. 8.000
- Frischdienst: ca. 4.000
- Gefahrene LKW-km p.a.: 1,6 Mio.
- Kundenstopps: ca. 66.000
- 19 LKWs und 7 Hänger
- Kundenanzahl: 2000



Kiennast: Nah&Frisch punkt



Aktuell 2016: **13 Nah&Frisch punkt** (NÖ, Wien, Stmk, OÖ, Kärnten, Bgld.)

Expansion 2017: Ausbau auf **20 Nah&Frisch punkt**-Standorte



Kiennast: Nah&Frisch punkt



- **Sortimentskonzept** für 60-80 m²
Artikelanzahl: 1.000-1.200n Artikel
+ regionale Ergänzung



Ziel: höhere Umsätze mit vernünftigen Spannen, sowie vertretbaren Personalkosten

- **wirksame Werbeaktivitäten**
z.B.: Imageplakate für besondere Serviceleistungen



- **Ladenbaukonzept**
für attraktiven Außen- und Innenauftritt

- **Rentabilitätsanalyse**
Businessplan-Erstellung



Tankstellenmarkt in Österreich

Gesamtanzahl: 2.080

- Rund 450 Automatentankstellen (Trend steigend)
- 1.640 mit Shop
 - davon: **950 Shops größer als 50 m²**

Von den 950 als Shop definierten Tankstellen arbeiten **320** mit einer Lebensmittelmarke zusammen: **31%**

- 94 **SPAR express** bei Shell und bei Doppler
- 80 **MERKUR inside** bei BP
- 130 **Billa stop&shop** bei JET
- 12 **Nah&Frisch punkt** bei Doppler sowie sonstige Tankstellen
- **M-Preis** bei Gutmann sowie **ADEG** am Markt

Umsatz & Sortiment

Umsätze

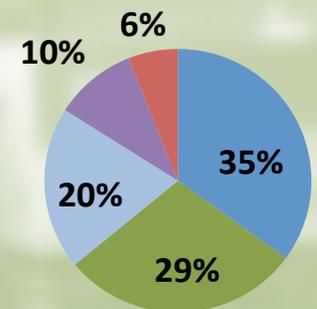
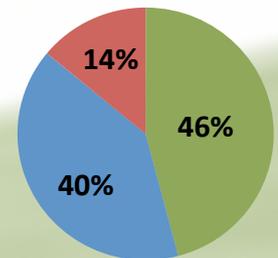
- **Lebensmitteleinzelhandel** € 20,2 Mrd.
(lt. Nielsen) inkl. Diskont 2016
- **Tankstellenshop** € 0,72 Mrd.

**Anteil Tankstelle Shops
am Gesamt-LEH-Markt:**

3,5 %

Sortiment

- **Lebensmitteleinzelhandel**
 - 45,9 % Frische
(Obst & Gemüse, Brot & Backwaren, Fleisch & Feinkost, Molkereiprodukte)
 - 40,1 % Trockensortiment inkl. TK
 - 14,0 % Non-Food
- **Tankstellenshop**
 - 35 % alkoholfreie und alkoholische Getränke
 - 29 % Lebensmittel inkl. Frische, Süßwaren, Brot u. Backwaren
 - 20 % Tabakwaren
 - 10 % Bistro
 - 6 % sonstige (Autozubehör, Non Food1)



Verkaufsfläche und Umsätze

	Ø-Fläche	Ø-Umsatz
Tankstellenshops Ausnahme einiger Autobahnshops mit größeren Flächen	50 – 80 m ²	€ 0,6 Mio.
Supermarkt	700 m ²	€ 3,0 Mio.
Großer LEH	350 m ²	€ 1,5 Mio.
Kleiner LEH	180 m ²	€ 0,6 Mio.

- **Supermarkt** beginnt bei 400 m² (Ø 700 m²) und Ø 3,0 Mio. Umsatz
- **kleiner Nahversorger** : im Schnitt **3 mal größer** als der Ø-Tankstellenshop, Umsatz etwa gleich groß (Ø 0,60 Mio.)
- Tankstellensortiment ist **deutlich Convenience orientiert**
Schwerpunkte: **Getränke, Süßwaren, Bistro und Tabak**
- Der **reine Lebensmittelumsatz** (ohne Getränke) beschränkt sich im Shop auf **25 – 30 %** (inkl. Frische, Süßwaren, Brot und Backwaren) – mit Getränke auf ca. 64 %

Für den Einstieg in den Tankstellenshop

- **Zusätzliches Umsatzpotenzial** für den LEH durch den brutalen Verdrängungswettbewerb im Supermarkt
- **Höhere Warenverfügbarkeit** für den Konsumenten durch den Verkauf außerhalb der bestehenden **Ladenöffnungszeiten** im Handel
- **Imagevorteil** für die Handelsmarke an den Hauptverkehrsstraßen und Stadteinfahrten

Von der Tankstelle zum Supermarkt?

1. Die Tankstelle wird kein Supermarkt, da es sich sowohl von der Verkaufsfläche (max. 80 m²) wie auch von der Sortimentsstruktur sich um **zwei unterschiedliche Verkaufsprofile** handelt.
Der Supermarkt steht für den regulären Wocheneinkauf sowie täglichen Frischebedarf.
Die Tankstelle wird hauptsächlich für „To Go“ besucht.
2. Die derzeit bestehenden **Markenbrands** werden auch in Zukunft eine **Bedeutung für die Shopentwicklung** haben. Auch in Deutschland setzt REWE auf „**REWETO Go**“ bei Aral, EDEKA mit **SPAR-express** sowie mit „**Albert Heijn To Go**“ auf Supermarkt-Formate.
3. Durch die **Markenbrands** an der Tankstelle gewinnen diese im **Wettbewerb**, erhöhen ihre Umsätze und Deckungsbeiträge.

Von der Tankstelle zum Supermarkt?

4. Der Shopbereich bleibt ein ganz wichtiger Bestandteil für den Ertrag in der Tankstelle, dabei wird **Convenience**, **Bistro** sowie **Außer-Haus-Verzehr** weiter an Bedeutung gewinnen.
5. Der Tankstellenshop steht primär für **bequeme Erreichbarkeit** und **lange Öffnungszeiten** und bedient hauptsächlich den Kunden der unterwegs ist („To Go“)
6. Für den entsprechenden **betriebswirtschaftlichen Erfolg** sind **Rohertrag** und **Personalkosten** entscheidend und damit sind die **Anteile von Einstiegspreislagen** (Eigenmarken) genau zu prüfen.

3 gewerberechtliche Zugänge:

1. Nebenrechte für Tankstellenbetreiber (§ 157 Gewerbeordnung):

- a) Heizöl, Grillkohle
- b) Kraftfahrzeugersatzteile
- c) Waren des üblichen Reisebedarfs
- d) **vorverpackt gelieferte Lebensmittel**
 - **alkoholfreie Getränke** und **Bier** in handelsüblichen, verschlossenen Gefäßen
 - löslicher Kaffee
 - Futtermittel für Heimtiere

Diese Produkte sind ausgenommen vom Öffnungszeitengesetz, der Charakter der Tankstelle muss gewahrt bleiben sowie die **Fläche darf 80 m² nicht übersteigen**.

Nicht umfasst: Spirituosen, Wein sowie offene Brot- und Backwaren vom Backofen.

2. Gewerbeberechtigung Handel

Verkauf sämtlicher Produkte wie der Lebensmittelhandel, allerdings
Beschränkung auf die Ladenschlusszeiten (kein Verkauf nach 21 Uhr
sowie am Wochenende von Samstag, 18 Uhr bis Montag, 5 Uhr).
→ max. 72h

3. Freies Gastgewerbe gemäß § 111 Abs. 2 Ziffer 3

Ermöglicht Verkauf von Spirituosen/Wein nicht

4. Reglementiertes Gastgewerbe gem. § 111 Abs. 1

Erst die umfangreichen Nebenrechte des reglementierten Gastgewerbes ermöglichenden Verkauf der kritischen Produkte Wein/Spirituosen/offene Produkte wie Brot- und Backwaren aus dem Backofen; allerdings: durch die jüngste Gewerberechtsnovelle Ende 2013 ist bei neuen Gewerbeberechtigungen der Erhalt des **Charakter des Betriebes** notwendig, um diese Nebenrechte auszunützen.

Die gewünschte Freigabe aller Lebensmittel für den Verkauf an der Tankstelle war nach intensiver Diskussion in der Wirtschaftskammer nicht mehrheitsfähig. Eine Freigabe würde **Tür und Tor für die Diskussion der Öffnungszeiten** generell auslösen, wobei vor allem Einkaufszentren diese Freigabe fordern.

Es besteht aber Einigkeit, dass eine **weitere Freigabe der Ladenöffnungszeiten** weder die Gesellschaft möchte, eine große Gefahr für den mittelständischen Handel ist und vor allem ein weiteres Aussterben des ländlichen Raumes bedeutet. Es ist auch ein Faktum, dass dadurch auch die Tankstellen-Shopumsätze stark unter Druck geraten.

Derzeit sind die Tankstellen ein Ventil für die Warenverfügbarkeit in ganz Österreich mit langen Öffnungszeiten und das bedeutet für Sie, als Tankstellenbetreiber, eine **sehr attraktive wirtschaftliche Nische**, die es in Zukunft stärker zu nutzen gilt!

Dazu wünsche ich Ihnen viel Erfolg!

**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**

Julius
KIENNAST

**Ein Unternehmen,
das viel bewegt!**

Vielen Dank



www.atg.at/branchentreff