

WACHSTUM DURCH NACHHALTIGE PARTNERSCHAFTEN

Seit September tritt Petro-Lubricants mit einer neuen Webseite, einem modernen Logo und einer eigenständigen Corporate Identity auf. Damit werden sowohl die Grundlagen geschaffen, das Kerngeschäft rund um die Marken Valvoline, Rowe und Petro-Canada weiter auszubauen, als auch die Möglichkeit, sich stärker als Mehrmarkenanbieter zu positionieren.

Text/Bild: Michael Lusk

Rund fünf Monate tritt Petro-Lubricants mittlerweile mit dem neuen Erscheinungsbild im Schweizer Markt auf. Das Feedback, das Geschäftsführer **Marco Spadaro** seither darauf erhalten hat, war überwiegend positiv: «Dieser Schritt war für Petro-Lubricants wichtig, um in Zukunft noch stärker als unabhängiger Schmierstoffanbieter auftreten zu können. Das Kerngeschäft besteht nach wie vor darin, die drei Hauptmarken Valvoline, Rowe und Petro-Canada zu forcieren.» Auch oder gerade nach dem erfolgreichen Geschäftsjahr 2013, wie Spadaro ausführt: «Wir haben zwar letztes Jahr ein neues Rekordergebnis erzielt, sind aber noch nicht dort, wo wir hinwollen.» Trotz des rückläufigen Gesamtmarktes lag das Ergebnis von Petro-Lubricants in allen Gebieten über demjenigen des Vorjahres. Der grösste Zuwachs war im Mittelpreissegment bei Rowe zu verzeichnen.

Konkreter Nutzen für Garagisten

Damit dies auch in Zukunft so bleibt, wurde nicht nur der optische Auftritt einem Rebranding unterworfen. Besonders die neue Webseite als umfangreiches und laufend aktualisiertes Informations- oder Abfrage-tool bringt dem Garagisten einen konkreten Nutzen. Im Gegensatz zur alten statischen Homepage, deren Grundaufbau über zehn Jahre alt war, können Partner so noch besser informiert und betreut werden. Besonders wichtig war Spadaro, dass die Seite einfach und intuitiv zu bedienen ist: «Der Besucher muss mit drei Clicks die Informationen finden, die er sucht.» Er sieht im neuen Onlineauftritt – auch dank einer kompletten Übersicht der mehr als 2500 angebotenen Produkte, der Lieferkonzepte, eines Ölwegweisers



Marco Spadaro,
VR und Geschäftsführer
Petro-Lubricants

sowie weiterer nützlicher Menüpunkte – aber auch ein Werkzeug, um den Markt noch besser bedienen zu können.

Ohnehin sind langfristige, nachhaltige Partnerschaften für Spadaro der Grundstein einer erfolgreichen Geschäftstätigkeit: «Egal, ob mit dem Garagisten oder mit Partnern wie Carex, Augros-Lumecor oder Oxis: Eine Kooperation soll immer eine Win-win-Situation sein, die beiden Seiten einen Mehrwert bietet.» Dafür hält Petro-Lubricants ein umfangreiches

Dienstleistungsangebot bereit. Dieses reicht von Offenlieferungen über die Altölersorgung bis hin zur Möglichkeit der Vorfinanzierung. Sogar das gesamte Ölmanagement kann der Garagist auslagern: Ein Mitarbeiter von Petro-Lubricants schaut dann monatlich vorbei und kümmert sich um den gesamten Bereich. Darüber hinaus besteht sogar die Möglichkeit, Marketingunterlagen erstellen und an die eigenen Kunden versenden zu lassen. «Als Partner von uns muss sich der Garagist beim Thema Öl um nichts mehr kümmern. So kann es auch nicht mehr passieren, dass er kurz vor Feierabend merkt, dass sein Fass oder Tank leer ist.»

Hightec-Getriebeöle von Rowe

Auch an der Produktefront bringen die einzelnen Importmarken von Petro-Lubricants laufend Neuheiten auf den Markt. Aktuell sind dies beispielsweise Automatiköle der Marke Rowe, die nun auch in der Schweiz erhältlich sind. Alle Produkte verfügen über die neuesten Spezifikationen und Freigaben. Dazu zählen unter anderem das Hightec ATF DCG sowie DCG II, welche speziell für die Doppelkupplungsgetriebe konzipiert sind. Diese Schmierstoffe verfügen auch bei tieferen Temperaturen im Winter über ein gutes Schmierverhalten. Ein stabiler Schmierfilm bedeutet bei Extrembelastungen im Hochsommer niedrigen Verschleiss und lange Lebenszeit. ■

www.petro-lubricants.ch

Die Hightec-ATF-Getriebeöle von Rowe.

