

10 Jahre Petro-Lubricants-Mineralöl (Schweiz) AG

«Der Garagist muss nur den Hahn öffnen und Geld verdienen»

Internethandel, Produktvorgaben und Öffnung des Marktes: In der Schweizer Schmiermittelbranche zu bestehen, ist nicht einfach. Die Petro-Lubricants-Mineralöl (Schweiz) AG macht das seit 10 Jahren und schafft es sogar, zu wachsen. AUTOINSIDE sprach mit CEO Marco Spadaro über das Erfolgsgeheimnis. **Mario Borri**, Redaktion

■ «Sich bei Schwierigkeiten und Problemen lange zu beklagen, bringt gar nichts – man muss eine Lösung finden», sagt Marco Spadaro, Geschäftsführer von Petro-Lubricants Schweiz. Das haben Spadaro und sein Team in den vergangenen zehn Jahren erfolgreich getan. Denn seit der Gründung am 7. September 2007 hat sich die Firma mit Sitz im zürcherischen Tagelswangen vom Start-up-Unternehmen zum etablierten Schmierstoffpartner entwickelt. Petro-Lubricants Schweiz schafft es sogar, als einer der wenigen Player auf dem hart umkämpften Schmierstoffmarkt zu wachsen. Marco Spadaro: «Obwohl das Gesamtvolumen seit einigen Jahren bei rund 25 Millionen Litern stagniert, konnten wir 2016 ein Wachstum von rund sieben Prozent verzeichnen.»

Schmierstoffpreise im Sinkflug

Dabei ist das stagnierende Gesamtvolumen nicht die einzige Schwierigkeit, mit der sich die Schmierstoffbranche zunehmend konfrontiert sieht. Zum Beispiel werden die Produktvorgaben der Hersteller immer rigoroser. Für unabhängige Schmiermittelhändler mit verschiedenen Produkten im Portfolio sind Markengaragen fast tabu. Auch die unkoordinierte Öffnung des Marktes ist ein Problem. So sind Schmierstoffe immer öfter auch im Detailhandel zu sehr tiefen Preisen erhältlich. «Die Preise der Schmierstoffe haben sich seit 2007 gut halbiert», weiss Marco Spadaro. Ausserdem wirken sich der zunehmende Internethandel und der Preisdruck aus dem Ausland erschwerend aufs Ölgeschäft aus. Das führt dazu, dass die Preise weiter sinken und die Kosten für die Schweizer Marktplayer immer weniger gedeckt sind.

Garagisten das Leben leichter machen

«Die Schmierstoffbranche hat sich in den vergangenen zehn Jahren um 180 Grad



Petro-Lubricants Schweiz Geschäftsführer Marco Spadaro in seinem Büro in Tagelswangen.

gedreht», fasst Marco Spadaro die aktuelle Situation zusammen. Petro-Lubricants Schweiz hat aber schnell auf die sich verändernden Voraussetzungen reagiert und ist heute mehr Dienstleister als reiner Schmierstoffhändler. Zwar vertreibt die Firma mit den Marken Rowe und Valvoline sowie seit 2016 der Eigenmarke PLM rund 2500 Produkte, doch Dienstleistungen ziehen immer mehr. So zum Beispiel die Offenlieferung, bei welcher der Kundentamm kontinuierlich auf rund 300 Garagenbetriebe ausgebaut werden konnte – Tendenz weiter steigend. Bei der Offenlieferung überlässt Petro-Lubricants Schweiz dem Kunden auf Leihbasis kompakte Tanks oder IBC (Industrial Bulk Container) und befüllt diese in einem regelmässigen Turnus mit den bestellten Produkten. Der Vorteil für den Garagisten ist, dass er sich keine Gedanken zum Schmierstoffmanagement mehr machen muss. Ausser-

dem entfällt das platzraubende Fasslager. Neben dem Chauffeur ist beim Transport auch immer ein Mitarbeiter von Petro-Lubricants Schweiz dabei. So bleibt der Kundenkontakt erhalten und eventuelle Fragen oder Wünsche können vor Ort erledigt werden. Je nach Vereinbarung ist auch die Entsorgung des Altöls im Package inbegriffen. Diese Dienstleistung bietet Petro-Lubricants in Zusammenarbeit mit Altola an. Marco Spadaro bringt die Vorteile der Offenlieferung auf den Punkt: «Der Garagist muss nur noch den Hahn am Tank aufmachen und Geld verdienen.» Weitere Dienstleistungen sind Beratung, Distribution, Zustandsanalysen, finanzielle Unterstützung oder technisches Material.

Durch den Wandel der Branche hat sich auch die Klientel von Petro-Lubricants Schweiz verändert. Weil immer mehr Markengaragen als Kunden wegfallen und auch der Kontakt zu freien Garagisten immer



Mit diesem 8-Kammer-Tankwagen versorgt Petro-Lubricants Schweiz die Offenlieferungskunden.

schwieriger wird, arbeitet Petro-Lubricants Schweiz vermehrt mit Autoteilehändlern zusammen. So konnte Spadaro mit der UGS einen namhaften Partner ins Boot holen. Vor allem die Produkte des deutschen Schmierstoffherstellers Rowe werden über das Netzwerk vertrieben. Bestseller ist dabei das Motorenöl 5W30, das für 80 Prozent aller Modelle die Freigabe besitzt.

Nachfüllliter verstärkt Kundenbindung

Natürlich liegen Marco Spadaro die Garagisten immer noch sehr am Herzen. Darum



Schmierstoffe der deutschen Marke Rowe.

wird er – der schon fast 20 Jahre in der Branche tätig ist – nicht müde, ihnen den Nachfüllliter schmackhaft zu machen. Beim Nachfüllliter legt man dem Kunden nach dem letzten Ölwechsel eine Ersatzflasche in den Kofferraum. Sollte dann bereits vor dem nächsten Service die Öllampe aufleuchten, kann der Automobilist einfach nachfüllen, dies dank beigelegtem Trichter und Handschuhen ohne daneben zu schütten oder sich die Finger schmutzig zu machen. Gemäss Marco Spadaro aber der grösste Vorteil: «Man muss nicht beim Grossverteiler oder im Tankstellenshop unter den zig Produkten verschiedenster Marken lange nach dem richtigen Öl suchen.» Anschliessend kann der Automobilist in Ruhe einen Termin bei seinem Garagisten vereinbaren, um den Ölstand zu kontrollieren. «Ich bin überzeugt, der Nachfüllliter würde die Kundenbindung verstärken. Der Garagist müsste sich einfach etwas Zeit nehmen, seinem Kunden die Situation zu erklären», so Marco Spadaro.

Dank diesem Bewusstsein um Kundenbedürfnisse hat es die Petro-Lubricants-Mineralöl (Schweiz) AG unter anderem geschafft, in den vergangenen zehn Jahren auf dem hart umkämpften Schmierstoffmarkt zu bestehen und für künftige Herausforderungen gerüstet zu sein. <



Hier werden Schmierstoffe von Valvoline abgefüllt.



PETRO-LUBRICANTS

Feste Grösse im Schweizer Schmierstoffmarkt

Entstanden ist die Petro-Lubricants Schweiz durch die Abspaltung des Europageschäftes des US-Ölriesen Valvoline. Das Technologieunternehmen Credimex aus Alpnach (OW) hatte Valvoline Europa Anfangs der 2000er-Jahre übernommen. Als man bemerkte, dass Schmierstoffe nicht ins Portfolio passten, wurde der Geschäftszweig an die Firma Petro-Lubricants Austria verkauft. Am 7. September 2007 wurde Petro-Lubricants-Mineralöl (Schweiz) AG ins Handelsregister eingetragen. Der Geschäftsführer hiess Marco Spadaro und der Firmensitz befand sich in Tagelswangen (ZH), zwischen Winterthur und Zürich gelegen. Zu Beginn änderte sich nur der Firmenname, die Produkte blieben die gleichen. Weil Valvoline in einem höheren Preissegment angesiedelt ist, machte man sich auf die Suche nach einem weiteren Produkt. 2012 sicherte sich Petro-Lubricants Schweiz den exklusiven Import der deutschen Schmierstoffmarke Rowe und damit den Zugang zum mittleren Preissegment.

Bisherige Meilensteine:

September 2007

Gründung der Petro-Lubricants-Mineralöl (Schweiz) AG in Tagelswangen und Übernahme der Valvoline- und Tectyl-Aktivitäten

März 2008

Exklusivvertretung der Marke Petro-Canada Ltd. in der Schweiz

Mai 2012

Exklusivvertretung der Marken ROWE und IGAT in der Schweiz

März 2013

Partnerschaft mit der Firma Carex AG aus Goldach und damit verbunden Auftritte am Auto Salon in Genf und an der Auto Zürich

August 2013

Partnerschaft mit der Firma UGS AG aus Effretikon und damit verbunden Auftritte am Auto Salon in Genf

September 2013

Einführung der neuen Corporate Identity, Aufschaltung der neuen Homepage

Weitere Infos: www.petro-lubricants.ch