



Marco Spadaro, Geschäftsführer der Petro-Lubricants-Mineralöl (Schweiz) AG, strebt einen Marktanteil von 15 Prozent und einen Platz in den Top 3 bei den freien Garagen an.

MIT NACHHALTIGEN PARTNERSCHAFTEN ZUM ERFOLG

Das Jahr 2018 ist für Petro-Lubricants insbesondere im Automotive-Bereich sehr positiv verlaufen. Wie schon in den Jahren zuvor resultierte dank nachhaltiger Partnerschaften ein deutliches Umsatzplus. Besonders bei den freien Garagisten ist der Schmierstoffanbieter erfolgreich, strebt für 2020 einen Platz in den Top 3 und einen Marktanteil von 15 Prozent an.

Text/Bild: Michael Lusk

Wenn Marco Spadaro, Geschäftsführer der Petro-Lubricants-Mineralöl (Schweiz) AG, von nachhaltigen Partnerschaften spricht, ist dies mehr als ein Lippenbekenntnis eines Managers, der den schnellen Profit sucht. Zusammen mit seinem Team setzt er dieses Credo seit Jahren in die Tat um und kann auf einen beeindruckenden Erfolg zurückschauen. «2018 war für uns ein Rekordjahr. Letztes Jahr haben wir in der Schweiz erneut ein Plus im zweistelligen Prozentbereich erzielt.

Wachstum im Verdrängungsmarkt

Ein wichtiger Pfeiler ist dabei der Automotive-Bereich. Zwar stagniert dieser Gesamtmarkt seit Jahren, zahl-

reiche Anbieter aus dem In- und Ausland versuchen, einen Teil dieses Kuchens für sich abzuschneiden. Wer also wachsen will, muss dies auf Kosten eines Konkurrenten machen.

Petro-Lubricants gehört zu den wenigen, denen dies wie schon im Jahr zuvor auch 2018 wieder gelungen ist. Längst hat sich Petro-Lubricants die Sporen als Herausforderer in der Schweiz abverdient, wird auch von den Big Playern der Branche mit Respekt und Argwohn gleichermassen beobachtet: «Wir sind mittlerweile in der Lage, nicht nur die Grossen anzugreifen, sondern müssen uns selbst gegen Mitbewerber wehren.

Diese Position haben wir uns in den letzten Jahren hart erarbeitet und auch verdient. Wir sind aber noch lange nicht dort, wo wir hinwollen.»

Dafür bietet Petro-Lubricants ein umfassendes Dienstleistungspaket und setzt auf eine Mehrmarkenstrategie, um sowohl im Budget- als auch im Qualitätsbereich präsent zu sein. Besonders die Marke Rowe sticht dabei hervor, ist mittlerweile sowohl beim Garagisten als auch beim Endkunden sehr bekannt. Das ganze PLM-Sortiment kann sich sehen lassen. Dieses umfasst mittlerweile rund 2500 Schmierstoffe und Reiniger, laufend kommen neue Produkte

«Wir sind noch lange nicht dort, wo wir hinwollen.»

dazu. Ein Trend, den Spadaro sieht, besteht darin, dass es beim Öl wieder mehr in Nischen geht: «10W-40 ist inzwischen fast verschwunden. Ich rechne trotzdem damit, dass der momentane Lead-Artikel 5W-30 auch in fünf Jahren noch eine grosse Rolle spielen wird. Allgemein lässt sich sagen, dass die Öle immer dünner werden, 5W-20 und 0W-16 sind aktuelle Beispiele. Bei der VW-Gruppe und bei Volvo sind auch 0W-20-Öle sehr gefragt.» Einen positiven Nebeneffekt davon sieht Spadaro auch darin, dass deshalb die Wechselintervalle wieder sinken. «Wenn der Kunde beispielsweise wieder alle 15'000 statt 30'000 Kilometer Öl wechseln muss, kann der Garagist nicht nur seinen Gewinn steigern, sondern hat auch mehr Chancen, um Zusatzgeschäfte zu generieren.»

Nachfüllliter als Chance

Dies erfordert auch beim Garagisten ein Umdenken. Das beste Beispiel ist der klassische Nachfüllliter. Hier sieht Spadaro nach wie vor ein riesiges Potenzial für den Garagisten: «Ich bin seit fast zwanzig Jahren in der Schmierstoffbranche. In der Zeit hat sich vieles verändert, aber eine Konstante gibt

es: den Nachfüllliter. Dieser ist nach wie vor eine unterschätzte respektive von vielen Garagisten nicht genutzte Chance. Braucht der Endkonsument kurzfristig Öl, ist er in der Tankstelle oder im Baumarkt oft überfordert, was er kaufen soll. Mit dem Nachfüllliter verschafft der Garagist mit einer simplen Dienstleistung seinem Kunden einen grossen Nutzen im Fall der Fälle. Leider machen immer noch zu wenige davon Gebrauch.»

Unterstützung und Beratung

Eine weitere Stärke von Petro-Lubricants ist die hohe Flexibilität. «Unsere Produkte verfügen über die nötigen Freigaben, sind kurzfristig lieferbar und der Preis stimmt», fasst Spadaro das Konzept des Unternehmens zusammen. Unsere grosse Stärke liegt in der Geschwindigkeit. Wir reagieren heute sehr schnell und zuverlässig, haben kurze Entscheidungswege und sind technisch gut aufgestellt. Wir können dem Kunden noch am gleichen Tag eine Antwort auf sein Anliegen bieten», resümiert Spadaro. Dies gilt auch für Lieferungen. «Wer bei uns bis 16.30 Uhr bestellt, erhält seine Lieferung am nächsten Tag. Aus diesem Grund unterhalten wir ein grosses Lager, auch das Offenlieferungskonzept kommt bei den Kunden sehr gut an.»

Auch sieht er die Petro-Lubricants nicht nur als Distributor oder Händler, sondern als Dienstleister und Berater: «Die Branche wird immer schneller. Wir sehen uns heute vielmehr als Dienstleister denn als Schmierstoffhändler und bieten hier ganze Pakete an», führt Spadaro weiter aus. «Wir unterstützen den Garagisten über den Kauf von Schmierstoffen hinaus», so Spadaro. Ein gutes Beispiel sind die bereits erwähnten Offenlieferungen: «Hier muss sich der Garagist um gar nichts mehr selbst kümmern, sondern kann einfach Geld mit unseren Schmierstoffen verdienen. Unsere Mitarbeiter betreuen diesen Kunden von A bis Z, und die Tankanlagen werden je nach Vereinbarung auch noch kostenlos zur Verfügung gestellt.» Zum Support gehören auch weitere Massnahmen, die Petro-Lubricants bietet: Dazu zählen Unterstützung im Marketing und Sponsoring respektive bei Flyern und Verkaufsunterlagen, Support in Finanzierungsfragen, die Entsorgung von Altöl, ein praktischer Ölwegweiser, die Ölwechsetikette und vieles mehr.



Rowe bietet im Schmierstoffbereich ein breites Produktangebot.

Auf Wachstumskurs – bei den Marktanteilen und beim Personal

Der Erfolg von Petro-Lubricants spiegelt sich übrigens nicht nur darin wider, dass das Unternehmen Jahr für Jahr Marktanteile gewinnt, sondern ebenfalls laufend neue Partnerschaften schliesst und auch personell wächst. «Im Jahr 2018 konnten wir beispielsweise unseren Aussendienst weiter ausbauen, mittelfristig wollen wir auf einen Personalbestand von zehn bis zwölf Mitarbeiter wachsen. Aber auch hier steht Nachhaltigkeit an erster Stelle. Besonders in der Westschweiz sehe ich ein grosses Potenzial, überlassen wir doch dieses Gebiet aktuell kampflös dem Wettbewerb.» Eine gute Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen, bietet dabei der Autosalon Genf. «Wir freuen uns, dass wir uns wieder zusammen mit UGS in Genf unseren Kunden präsentieren können – dieses Jahr mit einem noch grösseren Bereich.»

www.petro-lubricants.ch
rowe-mineraloel.com

IHR PARTNER FÜR SCHMIERSTOFFE

GENERALVERTRETUNG DER ROWE HIGHTEC SCHMIERSTOFFE IN DER SCHWEIZ

PETRO-LUBRICANTS-MINERALÖL (SCHWEIZ) AG • RIETSTRASSE 11 • CH-8317 TAGELSWANGEN

TELEFON +41 (0)52 355 30 00 • WWW.PETRO-LUBRICANTS.CH • INFO@PETRO-LUBRICANTS.CH