



TANK & RAST
Ihre Autobahnraststätten

Fakten/Zahlen

Mitarbeiter	rund 230
Standorte	Bonn (Firmensitz), 370 Raststätten, 340 Tankstellen sowie 50 Hotels
Umsatz	keine Angaben
Fachrichtungen	Wirtschaftswissenschaften, Schwerpunkt Marketing/Vertrieb, (Wirtschafts-)Informatik, Hotelbetriebslehre, Bauingenieurwesen, Architektur, Ökotropologie, Jura, Geistes- und Sozialwissenschaften
Einstellungen 2009	6–8 Absolventen und (Young) Professionals
Einstiegsgehalt	40.000–45.000 Euro (Absolventen), Fach- und Führungskräfte abhängig von Erfahrung und Position
Internationale Einsätze	nein
Praktika	ja
Studienabschlussarbeiten	ja

Bewertung

Entwicklungsmöglichkeiten	● ● ● ◐ ● ●
Jobsicherheit	● ● ● ● ● ●
Unternehmenskultur	● ● ● ◐ ● ●
Marktführer & Image	● ● ● ● ● ●
Vergütung	● ● ● ● ● ●
Work-Life-Balance	● ● ● ● ● ●

Kontakt

Autobahn Tank & Rast GmbH
Andreas-Hermes-Straße 7–9
53175 Bonn
Human Resources, Elke Lerchner
elke.lerchner@tank.rast.de
Tel.: +49(0)2 28/9 22-11 01
www.tank.rast.de, www.serways.de



IDENTIFYING **TOP** PERFORMERS



Autobahn Tank & Rast



Mit 500 Millionen Gästen jährlich ist Autobahn Tank & Rast ein großes deutsches Gastronomie- und Einzelhandelsunternehmen. Es bietet mit rund 700 Betrieben alles, was Reisende brauchen, um mal richtig Pause zu machen: Essen, Trinken, Einkaufen, Übernachten, Tanken. Nach der umfassenden Modernisierung der Autobahnraststätten werden neue Servicekonzepte eingeführt. Die rund 230 Mitarbeiter in der Zentrale in Bonn machen sich Gedanken darüber, wie Shops noch übersichtlicher, Kindermenüs noch leckerer und Toiletten noch sauberer werden können.

Service auf der Überholspur

Auetal Süd, Rhynern Nord, Lonetal West, Göttingen Ost sind für Sascha Emons so geläufige Wegmarken wie die A 3 oder die A 7 für Otto Normalautofahrer. Viele Raststättenpächter begrüßen den 31-Jährigen mit Handschlag. Ein typischer Kunde ist Emons trotzdem nicht. Sonst würde er den Wertbon über 50 Cent, den er eben aus einem Automaten vor den Sanitärräumen gezogen hat, gleich wieder im Rastshop in Naturalien umsetzen – einen Schokoriegel oder eine Flasche Wasser. Nein, Emons hat anderes vor mit dem blaugrünen Stück Karton, dessen Rand ein silberfarbener Hologrammstreifen ziert: Er lässt es zu Hau-

se in der Schublade verschwinden. Denn er will testen, wie lange der Strichcode auf dem Thermopapier lesbar bleibt.

„Ich glaube nicht, dass ich mit 26 Jahren in einem anderen Unternehmen gleich ein so großes Projekt bekommen hätte. Hier renne ich mit meinen Ideen offene Türen ein.“ Sascha Emons, Projektleiter SANIFAIR Technik

Als Projektleiter SANIFAIR Technik hat Sascha Emons die Marke SANIFAIR des Serviceunternehmens Autobahn Tank & Rast mit aufgebaut. SANIFAIR steht für ein sauberes Geschäft: Wer eine der über 360 Toilettenanlagen von SANIFAIR aufsucht, zahlt 50 Cent und erhält einen Wertbon, den er ein Jahr lang in einem beliebigen Tank & Rast-Betrieb in Deutschland, der SANIFAIR bietet, einlösen kann. Der Betrag garantiert dem Kunden eine saubere und ordentlich gereinigte Toilette. Diplom-Wirtschaftsinformatiker Emons zeichnet für die Hard- und Software verantwortlich, die die Wertbon-Ausgabeautomaten und die Drehsperren vor den Sanitärräumen sowie die Bon-Entwertungsgeräte an den Kassen steuern.

90 Prozent Marktanteil

Eine halbe Milliarde Mal im Jahr setzen Geschäftsreisende, Trucker und Urlauber den Blinker, um von der Autobahn zu einem der über 700 Tank & Rast-Betriebe abzufahren. 340 Tankstellen und 370 Raststätten, an die 50 Hotels angeschlossen sind, bilden ein Servicenetz mit insgesamt 390 Standorten in Deutschland. Was unmittelbar an Autobahnen gelegene Versorgungsstationen betrifft, deckt Tank & Rast 90 Prozent des Marktes ab. Bis 1998 war das Unternehmen eine Immobilienverwaltungsgesellschaft im Besitz des Bundes. Dann stiegen private Investoren ein, steckten 600 Millionen Euro in Neu- und Umbauten und entwickelten Dienstleistungskonzepte wie SANIFAIR. Seit 2007 sind die britische Beteiligungsgesellschaft Terra Firma sowie RREEF, ein Tochterunternehmen der Deutschen Bank, die Gesellschafter von Tank & Rast.

Das Serviceangebot, das mit den Pächtern vor Ort abgestimmt wird, geht mittlerweile weit über Tanken und Rasten hinaus. Partner wie Burger King, Nordsee und Barilla sowie die eigenen Gusticus-Restaurants sorgen für kulinarische Vielfalt. Wer einst an der Kasse neben der Tankquittung allenfalls eine Zeitung mitnahm, wählt heute in edlen Shops aus einem breiten Sortiment von Lebensmitteln und Non-Food-Artikeln. Die neue Raststättenmarke Serways, auf die bereits 170 Standorte umgestellt sind, lockt mit Kinderspielecke und Businesslounge, in der Internet, Fax und Kopierer zur Verfügung stehen. Übernachten? In 50 Rastanlagen kein Problem, ein Hotel ist mit dabei. Auch hier zieht demnächst ein neuer Stil ein: Über 30 Autobahnhotels sollen um- oder neu gebaut werden. Hierzu hat Tank & Rast eine Kooperation mit der französischen Budget-Hotelkette B&B geschlossen.

IDENTIFYING **TOP** PERFORMERS



Der Modernisierungskurs spiegelt sich nicht nur in großzügig verglasten Gebäudefassaden und bunten Leuchtreklamen wider. Auch nach innen, in den Arbeitsabläufen, wandelt sich das Unternehmen. Die IT automatisiert und optimiert viele Prozesse vom Beschwerdemanagement bis zur Weiterbildung – entsprechend wurde die Abteilung aufgestockt. „Als ich 2004 als Diplomand hier anfang, waren wir sieben Kollegen. Jetzt sind wir achtzehn“, sagt Informatiker Emons. Wo immer eine SANIFAIR-Anlage in Betrieb geht, schaut er wenig später vorbei. Er unterhält sich mit dem Pächter über Nutzungsfrequenzen, Wartung und Kundenzufriedenheit. Und hat oft noch einen Tipp parat: Weiße Punkte auf den Wertbons zum Beispiel bedeuten, dass im Geräteinneren Staub gewischt werden muss.

„Unsere Systeme für die Zugangsberechtigung und Bon-Entwertung stoßen mittlerweile auch außerhalb unseres Kerngeschäfts auf Interesse“, sagt Emons. Vor Kurzem hat er SANIFAIR-Technik in einem McDonald's-Restaurant in Köln eingebaut. Eine Maßanfertigung: Da bei McDonald's der Recyclingraum hinter den Toiletten liegt, wurden die Wagen für das schmutzige Geschirr mit Funkchips ausgerüstet, die die Drehsperre automatisch herunterklappen lassen.

Qualität geht vor

Ein Unternehmen wie Tank & Rast, das mit zahlreichen Partnern – neben Gastronomieunternehmen auch alle großen Kraftstoffkonzerne – zusammenarbeitet, braucht kompatible Arbeitsabläufe. Dies ist die größte Herausforderung im Alltag von Almut Leitner, 43, die das Qualitätsmanagement verantwortet. Die Kunden erwarten ein einheitliches Serviceniveau – egal ob sie gerade ihren Sprit bezahlen, einen Burger essen oder Kaffee bestellen. „Wir orientieren uns an den jeweils höchsten Standards“, betont Leitner. Im Qualitätsmanagement laufen auch Fragen und Beschwerden der Raststättenbesucher auf – von „Ich habe meinen Ehering in Dammer Berge verloren“ bis „Die Mülleimer auf dem Parkplatz quellen über“. Wo bei das Problem mit den Mülleimern nicht in die Zuständigkeit von Tank & Rast fällt: Verkehrs- und Parkflächen gehören dem Bund und werden von den Autobahnmeistereien gepflegt.

„Das Qualitätsmanagement sitzt wie die Spinne im Netz. Wir arbeiten mit allen Abteilungen zusammen – von Prozesse/Systeme über das operative Marketing bis zum Markenmanagement.“
Almut Leitner, Leiterin Qualitätsmanagement

Wichtige Ansprechpartner sind die bei den Pächtern angestellten Service-Manager. „Das Qualitätsmanagement muss vor Ort sein, sonst läuft nichts“, sagt Leitner. Um die Brücke von der Zentrale in Bonn zu den Raststätten zu schlagen, ist es nötig, die Sprache der Praxis zu verstehen. Wenn die Chefin neue Mitarbeiter einstellt, achtet sie deshalb besonders auf Kommunikationsfähigkeit. „Eigeninitiative ist ebenfalls wichtig“, sagt sie. „Die Mitarbeiter übernehmen wechselnde Rollen in Projekten, da darf man nicht auf eine Spur festgelegt sein.“

Almut Leitner, die Wirtschaftliche Staatswissenschaften, Sozialwissenschaften und Hispanistik studiert hat, stieß 2004 nach Stationen in Marktforschungsunternehmen zu Tank & Rast. Als Exotin sieht sie sich nicht – sie ist in guter Gesellschaft, hat selbst vor Kurzem eine Ökologin an Bord geholt. Unter den 230 Mitarbeitern finden sich sehr unterschiedliche Berufe: Betriebswirte, die Marketing und Vertrieb der Serviceprodukte steuern; Bauingenieure und Architekten, die die Raststätten modernisieren; Köche, die für die Gusticus-Restaurants Menüs kreieren und schon mal zu Blindverkostungen einladen; Juristen, die beispielsweise die Verträge mit Kooperationspartnern oder den Pächtern gestalten; Einzelhändler, die an den Shopkonzepten feilen; außerdem Informatiker wie SANIFAIR-Projektleiter Emons, Sozialwissenschaftler, Philologen.

Rekrutierungs- und Qualifizierungsoffensive

„Die Vielfalt der Kompetenzen und Erfahrungen der Mitarbeiter prägt die Unternehmenskultur“, erläutert Personalleiterin Gertrud Pruß. „Daraus leiten sich unsere offene Kommunikation, Kreativität und Innovationsfähigkeit ab.“ Wer neu im Unternehmen ist, soll möglichst in alle Ecken schauen. Die Einsteiger führen dazu mit jedem Mitglied des Managements ein rund einstündiges Einarbeitungsgespräch – das sind rund 35 Termine in den ersten drei bis vier Wochen. Ein persönlicher Pate beantwortet darüber hinaus Fragen und begleitet die Neuen in den ersten Wochen. Die Praxis lernen sie in einer der etwa zehn von Tank & Rast selbst betriebenen Raststätten kennen: Salat schneiden, Shopregale einräumen, Tankgeld kassieren.

Derzeit ist ein Traineeprogramm in Vorbereitung, das auf eine Tätigkeit in Marketing und Vertrieb vorbereiten soll. Es wird 18 Monate dauern und sieht feste Stationen in verschiedenen Unternehmensbereichen vor. Das Programm ist Teil einer Rekrutierungs- und Qualifizierungsoffensive. Tank & Rast will verstärkt Absolventen gewinnen. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Führungskräfteentwicklung mit 360-Grad-Beurteilung, Coaching-Maßnahmen sowie verschiedenen Trainingsmodulen. „Wir sind allerdings ein Unternehmen mit einer sehr flachen Hierarchie“, sagt Pruß. „Die wichtigste Entwicklungschance liegt darin, dass die Mitarbeiter mit ihren Projekten wachsen.“

Bonus für Absolventen

Um Interessen und Potenziale geht es in den jährlichen Beurteilungsgesprächen sowie in den separaten Zielvereinbarungsgesprächen. Mitarbeiter und Führungskraft klären dabei auch den Weiterbildungsbedarf. Das Themenspektrum reicht von Fachtrainings über Projektmanagement bis zur Entwicklung von Soft Skills. Im Durchschnitt kommt jeder Mitarbeiter auf zwei bis fünf Weiterbildungsstage jährlich.

Die Zielvereinbarungen haben Einfluss auf das Gehalt. Je nach Erreichen von Unternehmens-, Team- und individuellen Zielen wird ein Bonus gezahlt, der bis zu 20 Prozent des Jahresgesamtgehalts ausmacht. Zwei Drittel der Mitarbeiter, darunter alle Hochschulabsolventen, nehmen an der variablen Vergütung teil. Im Vertrieb sind auch Sonderboni möglich. Das Unternehmen bietet darüber hinaus verschiedene Zusatzleistungen für die Mitarbeiter an. Dazu zählen beispielsweise Zuschüsse für Fahrt- und Kinderbetreuungskosten.

„Der Großteil unserer Führungskräfte soll aus den eigenen Reihen kommen. Führungskräfteentwicklung ist deshalb ein Schwerpunkt der Personalarbeit in den nächsten Jahren.“ Gertrud Pruß, Leiterin Human Resources

Damit sich Beruf und Familie besser vereinbaren lassen, kooperiert das Unternehmen am Standort Bonn mit einer nahe gelegenen Kindertagesstätte. Mitarbeiter, die ein akutes Betreuungsproblem haben, können in ein Eltern-Kind-Arbeitszimmer mit Wickeltisch und vielfältigen Spielmöglichkeiten für die Kinder ausweichen. Flexible Arbeitszeiten, Homeoffice und Jobsharing tragen zur Work-Life-Balance bei.

Organisches Wachstum

Die geringe Fluktuation unter den Beschäftigten und der stetige Personalaufbau weisen auf sichere Arbeitsplätze hin. Die Marktstellung von Tank & Rast lässt den gleichen Schluss zu. Auch das Geschäftsmodell überzeugt: Der Verkehr auf deutschen Autobahnen nimmt eher zu als ab, entsprechend steigt die Nachfrage nach Service rund ums Autofahren. Zudem entstehen neue Raststätten, wenn auch ihre Anzahl durch den Bedarfsplan des Bundesverkehrsministeriums festgeschrieben ist. Tank & Rast nimmt an diesen öffentlichen Ausschreibungen teil und hat beispielsweise im Jahr 2008 die Raststätten Mellrichstädter Höhe an der A 71 und Kalbecker Forst an der A 57 neu gebaut.

Die Unternehmensstrategie zielt auf die Weiterentwicklung der Servicequalität und auf Prozessoptimierung, weniger auf Wachstumssprünge. Das hat damit zu tun, dass der Gesetzgeber die Rahmenbedingungen vorgibt. So haben die Raststätten nach dem Bundesfernstraßengesetz einen Versorgungsauftrag und sind 365 Tage im Jahr rund um die Uhr offen zu halten. Die Grundstücke dürfen nicht beliebig mit weiteren Läden bebaut werden, und anders als an Autohöfen, die abseits der Autobahnen liegen, sind riesige Werbepylonen untersagt.

Die Weitervermarktung von Servicemodulen – Beispiel SANIFAIR – birgt Zukunftschancen über das Kerngeschäft an Autobahnen hinaus. Die Gastronomie- und Shopkonzepte können theoretisch auch an Flughäfen oder Bahnhöfen funktionieren. Selbst die Beschränkung auf das deutsche Straßennetz ist kein Tabu – tanken und rasten wollen schließlich Autofahrer überall in Europa.