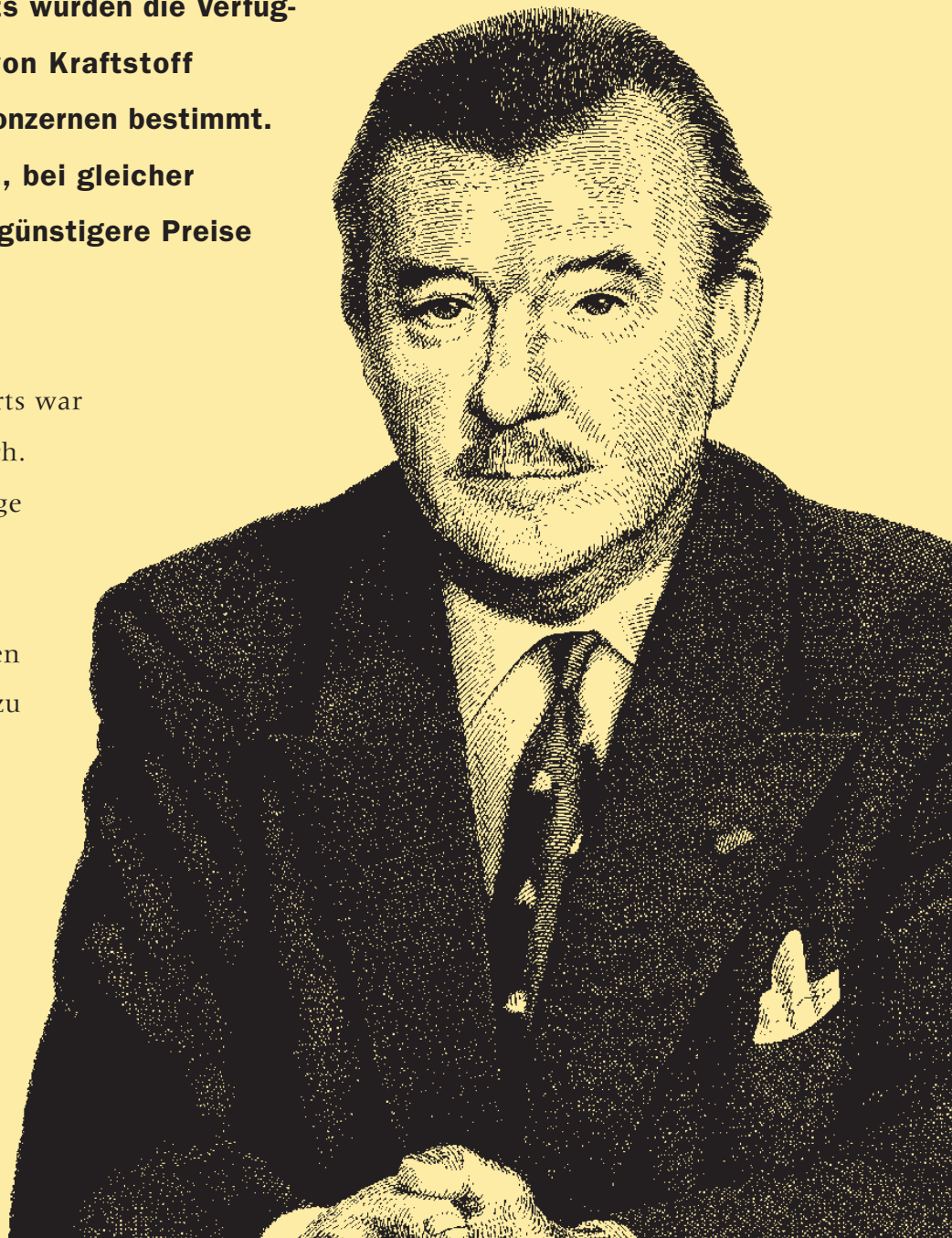


DIE IDEE HINTER JET.

Als Bill Roberts 1953 in Rotherham, Yorkshire (England), die Marke JET ins Leben rief, war er fasziniert von dem schnellen Wandel, der sich um ihn herum beobachten ließ. Die aufkommende Motorisierung der Massen und die damit verbundenen Möglichkeiten der Mobilität übten eine große Faszination auf ihn aus. Die Chancen, die in der Mobilität liegen, so sagte er sich, könnten noch wesentlich größer sein, wenn nicht nur die Automobile immer preiswerter werden, sondern auch der benötigte Kraftstoff.

Zur Zeit von Bill Roberts wurden die Verfügbarkeit und die Preise von Kraftstoff von wenigen großen Ölkonzernen bestimmt. Wie also war es möglich, bei gleicher hoher Kraftstoffqualität günstigere Preise anzubieten?

Die Idee von Bill Roberts war eigentlich ganz einfach. Je größer die Nachfrage und somit das verkaufte Kraftstoffvolumen ist, desto günstiger kann man es seinen Kunden anbieten. Wenn dazu die Kosten im Vergleich zu den großen Ölkonzernen so klein wie möglich gehalten werden, müsste sich auf Dauer ein günstigerer Preis erzielen lassen. Bill Roberts riskierte es.



Die Marke JET erfand er selbst und per Zufall. Es waren die Buchstaben des Nummernschildes seines ersten Tankzuges: JET 855. Seine erste Tankstelle war klein und stand auf einem kleinen Grundstück. Nichts Überflüssiges erhöhte die Kosten. Sie lag besonders verkehrsgünstig und konnte ganz leicht erreicht werden. Bald schon sprach es sich herum, dass es da eine kleine Tankstelle gab, die hochwertigen Kraftstoff zu günstigen Preisen anbot.

Schon bald konnte er weitere Tankstellen eröffnen. Dabei achtete er genau darauf, nur an den Plätzen vertreten zu sein, an denen er möglichst viele Kunden erreichen konnte. So tankten immer mehr Menschen bei JET. Eine große Gemeinschaft entstand, die mit jeder Tankfüllung half, den Preis dauerhaft günstiger zu halten.

Die Zeiten haben sich geändert. Die Idee jedoch ist nach wie vor einfach. So einfach, dass sie bis heute keinen Cent von ihrer Faszination verloren hat. Wir von JET sind heute mehr denn je von der Kraft dieser einfachen Idee überzeugt und haben uns für sie nicht nur in Deutschland stark gemacht, sondern auch in großen Teilen Europas.

Wer Bill Roberts im Stammbaum hat, will sich als Nachfolger nicht blamieren.

Auch heute stehen die JET Tankstellen auf kompakten Grundstücken. Der Bau der Tankstellen ist bis ins Detail konsequent standardisiert und vermeidet schon in der Planung unnötige Lager oder kostspielige Nebenräume. Ein anderes Beispiel: Wir bieten nur das an, was in großem Maße von den Kunden wirklich verlangt und benötigt wird und was sich dadurch auch preiswert anbieten lässt. Entscheidend für das Sortiment ist die Kundennachfrage vor Ort – an jeder einzelnen Tankstelle.

Dieses Grundprinzip gilt für alle Geschäftsbereiche rund um die Zapfsäule: Egal ob bei Schmierstoffen, im Waschgeschäft oder im Shop – wir bieten immer nur das, was massenhaft nachgefragt wird und uns so in die Lage versetzt, es günstig anzubieten. Teure Experimente, insbesondere im Shop, wird es bei uns daher nicht geben. Dafür sorgen unter anderem auch unsere Tankstellenunternehmer (TSU). Sie sind das wichtigste Bindeglied zu den Kunden vor Ort: Keiner kennt ihre Wünsche besser und kann ihnen besser entsprechen. Eine typische Maßnahme und obendrein noch eine Pioniertat im gesamten deutschen Tankstellenmarkt war die flächendeckende Einführung der Selbstbedienung.

JET Tankstellen waren die ersten in Deutschland und bewegten damit Massen hin zu unseren Tankstellen. Selbstbedienung ermöglichte uns pro Standort noch mehr Kunden mit noch günstigerem Kraftstoff zu versorgen, ohne dabei Qualitätsabstriche machen zu müssen.

Damit wir noch günstiger sein können, packen auch unsere Kunden mit an.

Wir wollen nicht alles selbst machen: Wann immer es für unsere Kunden von Vorteil ist, lassen wir Dinge von Spezialisten erledigen. So wird zum Beispiel der Transport des Kraftstoffs zu den Tankstellen und deren Disposition vor Ort von mittelständischen Unternehmen mit großem Know-how, hohem Qualitätsstandard und ebenso hoher Verantwortung übernommen. Selbst Lagerkapazitäten und sogar Leistungen, an die man nicht sofort denkt, wie z. B. die des Betriebsarztes, werden mit engagierten Partnern abgewickelt, mit denen wir eine dauerhafte, vertrauensvolle Geschäftsbeziehung pflegen. Alle internen und externen Geschäftsprozesse werden so laufend auf ihre Effizienz geprüft. Dadurch bleibt die Qualität auf garantiert hohem Niveau, die Kosten werden so langfristig kalkulierbar und überflüssige, teure Wasserköpfe in Verwaltung und Organisation entstehen erst gar nicht.

Unser Engagement wird vom Kunden honoriert: Wir haben heute die meisten Kunden pro Standort. Und ebenfalls das höchste Tankvolumen. Pro Tag, pro Woche, pro Monat kommen mehr Kunden zu einer JET Tankstelle als an jede andere vergleichbare Marken-Tankstelle. Die Kunden bekommen das, was sie verlangen: hochwertige Qualitätskraftstoffe zum günstigen Preis und sinnvolle Produkte des täglichen Bedarfs.

Unsere Idee ist so einfach, dass wir uns fragen, warum sie niemand nachmacht.

Heute ist JET eine Marke des nordamerikanischen Phillips66 Konzerns, der es sich zur Aufgabe gemacht hat, die Idee von Bill Roberts weiter voranzutreiben und weltweit zum Erfolg zu führen. Wir sind also auch in Zukunft gefordert. Der Anfang ist gemacht und wir können mit Stolz sagen, dass wir gemeinsam mit unseren TSU und unseren Kunden erfolgreich waren. Doch das reicht uns nicht: Wir wollen mehr. Besonders für die Zukunft wird es wichtiger denn je sein, hohe Qualität zu einem günstigen Preis anzubieten. Denn nur so werden wir auch weiterhin möglichst vielen Menschen zu mehr Mobilität verhelfen. Wir müssen uns also täglich fragen, ob wir schon genug Menschen vor Ort begeistert haben. Ob wir für sie das richtige Angebot haben. Und ob wir schon effizient genug arbeiten.

Mehr denn je sind wir von der Strategie überzeugt, dass hohe Qualität zum günstigen Preis nur machbar ist, wenn gleichzeitig große Mengen abgesetzt werden und die Kosten niedrig bleiben. Oder wie unsere Marketing-Strategen es ausdrücken: high quality + low price über high volume + low costs. Bill Roberts hätte es vielleicht anders ausgedrückt. Auf jeden Fall wäre er stolz darauf gewesen, was wir aus seiner Idee gemacht haben – und in Zukunft noch machen werden. ■