

Tanken eine Nebensache?

Unterschiedliche Zielgruppen mit unterschiedlichen Bedürfnissen bergen Chancen für Tankstellen-Shops. Die Unternehmensberatung Bormann & Gordon hat in ihrer Studie „Megatrend Convenience“ interessante Aspekte zusammengefasst.

Von durchschnittlich 800 Besuchern täglich (sonntags sind es sogar 1.500) kommt nicht mal die Hälfte (48 Prozent) zum Tanken an eine Station. 23 Prozent, also 184 Kunden, tanken und kaufen etwas, und 28 Prozent (224 Kunden) kaufen lediglich ein. Das heißt an einer einzigen Tankstelle beschäftigen sich jeden Tag 408 von 800 Kunden ausschließlich mit dem Shop-Sortiment. Für die Unternehmensberatung Bormann & Gordon lieferte die Entwicklung Ansätze, der Bedeutung von Convenience für Tankstellenkunden nachzugehen.

Bei ihrer langfristigen Betrachtung haben die Bad Homburger festgestellt, dass Tankstellen-Shops für eine immer breitere Masse relevant sind. Auch Altersgruppen, wie etwa die über 60-Jährigen, steuern sie längst nicht mehr nur für Notkäufe an. Sie machen sich langsam mit diesem noch relativ jungen Format vertraut. Allerdings hat sich nichts daran geändert, dass diese Shops nach wie vor eine Männerdomäne sind (70 Prozent der Besucher).

Grundsätzlich werden Convenience-Stores als Strategie zum Zeitsparen verstanden, und darum spielt der Preis bei den Shop-Sortimenten eine untergeordnete Rolle, in einem gewissen Grad werden höhere Preise sogar von den Verbrauchern akzeptiert. Und dennoch gibt es Warengruppen, die sie als hochpreisig einstufen, wie etwa alkoholfreie Getränke, salzige Snacks, Bonbons oder klassische Lebens-

10 Jahre Forschung

Mit dem B&G Shopper Monitor Tankstelle veröffentlicht Bormann & Gordon seit 2004 jährlich die Datengrundlage für die Branche. Die Bad Homburger Unternehmensberater haben damit ein Instrument zum Erforschen des Kaufverhaltens von Kunden in Tankstellen entwickelt. Geschaffen wurde eine einzigartige Plattform für Handel und Industrie, um sich auf eine Basis über das Marktgeschehen und die Trends im Tankstellenmarkt zu verständigen. Es geht um valide Aussagen und Informationen zu Shoppertypen, Kaufanlässen und kaufentscheidenden Faktoren am POS Tankstelle. Jetzt fasst Bormann & Gordon Branchen-Insights aus mehr als zehn Jahren Shopperforschung im Convenience-Kanal Tankstelle zusammen.

„Megatrend Convenience – Die Tankstellen-Shopper im Visier“ richtet sich an alle Marktteilnehmer, die sich mit dem C-Channel befassen, d.h. Lieferanten, Tankstellengesellschaften und Agenturen. Preis der Studie: 89 Euro zzgl. MwSt.

mitteln, bei denen ein direkter Preisvergleich zum Supermarkt möglich ist. Weniger teuer empfinden die Kunden Eis, Riegel, Kaugummi und den Backshop. Im Schnitt gibt ein Shopper pro Einkauf 4,18 Euro aus. Zwischen 2008 bis 2012 ist dieser Wert um 12 Prozent gestiegen, was zum Teil auf die preiserhöhten Tabakprodukte zurückgeht.

Das Bild von Tankstellen-Shops als Impulskanal ist längst verschwommen. Die Bad Homburger fanden heraus, dass viele ihre Einkäufe zuhause, unterwegs sowie während des Tankens planen. 90 Prozent der Tabakwarenkäufe seien zum Beispiel ein zentraler Besuchsgrund. Ähnlich ist es bei Zeitungen und Getränken, für die der Konsument gezielt den TS-Shop aufsucht.

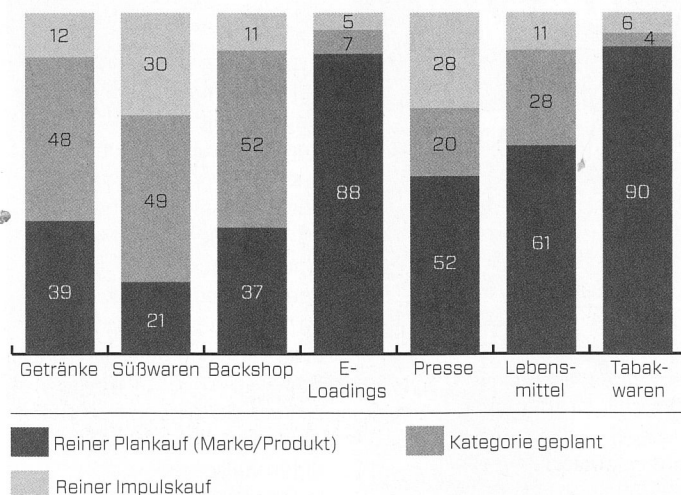
Anders verhält es sich bei Süßwaren und Fleischsnacks. Ja oder nein, das wird erst vor der Kasse, einem Impuls folgend, entschieden. Im Gegensatz zum Backshop, wo Sortimentsbreite erwartet wird, kann bei Süßwaren ein reduziertes Angebot sogar zu höheren Umsätzen führen.

Was aber sind die umsatzstärksten Warengruppen? Hinter Tabakwaren und Getränken avanciert eine ganz neue Warengruppe: E-Loadings, also Prepaidkarten, Paysafe und Gutscheine, die in der Regel gezielt erworben werden. Es folgen Süßwaren und der Backshop. Somit sieht Bormann & Gordon im Segment Gastronomie durchaus eine Chance für die Tankstellenbetreiber. Da auch der LEH in diesem Bereich immer stärker aktiv wird, müssen sie aber mit differenzierenden Konzepten reagieren bis hin zu einer Individualisierung der Shops. Zumindest die zunehmenden Einschränkungen beim Tabakverkauf durchaus Risiken bergen können.

pü

Tabakwaren im Visier

Plan- und Impulskauf in Tankstellenshops, Angaben in Prozent



Quelle: B & G Shopper Monitor Tankstelle

Convenience Shop

<http://www.bormann-gordon.de>