

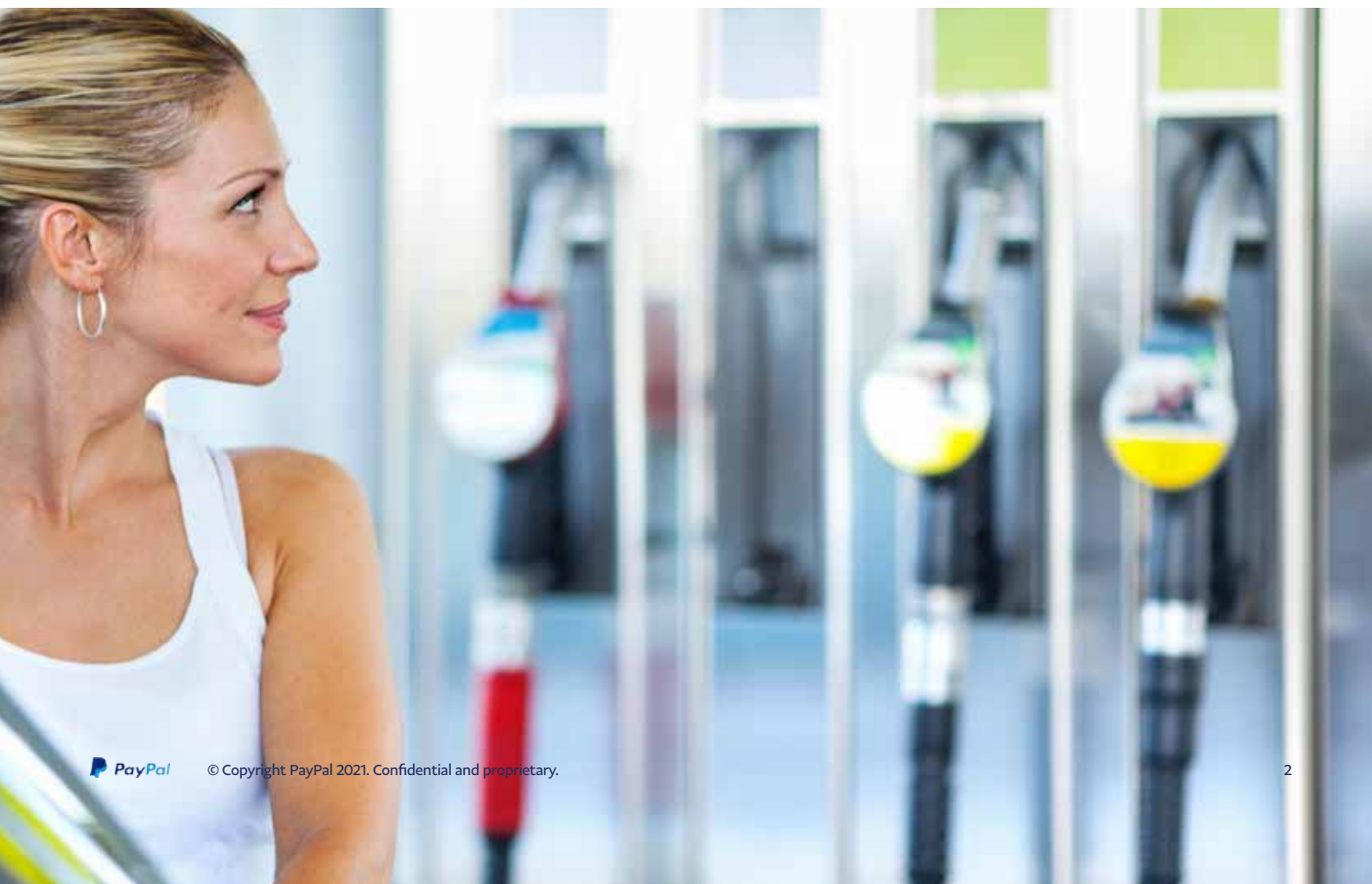
Die Tankstelle der Zukunft

Vier Trends, die Sie für sich nutzen sollten, um auf Veränderungen vorbereitet zu sein und weiter zu wachsen.



Inhaltsverzeichnis

Willkommen an der Tankstelle der Zukunft	3
Trend 1: Das Konsumverhalten ändert sich	4
Trend 2: Kontaktlose Zahlungen sind auf dem Vormarsch	5
Trend 3: Kraftstoffumsätze sind rückläufig	6
Trend 4: Die Angebote an Tankstellen werden differenzierter	7
Sind Sie bereit für Veränderungen?	8
Nächste Schritte	9-10
So kann PayPal Sie unterstützen	11



Willkommen an der Tankstelle der Zukunft

Der Tankstellenmarkt hat sich verändert und Ihr Betrieb stand wohl noch nie vor so großen Herausforderungen wie heute.

Kunden, die nur zum Tanken kommen, wollen nicht in den Shop, sondern suchen sich lieber eine Tankstelle, bei der sie direkt an der Zapfsäule oder mit ihrem Smartphone bezahlen können.

Shop-Kunden wollen bequem, sicher und schnell einkaufen. Die Covid-19-Pandemie treibt sie weg von großen Supermärkten und hin zu Convenience Stores wie Ihrem, wodurch die Warteschlangen in Ihrem Shop immer länger werden.

Kunden, die an Bonusprogrammen teilnehmen, erwarten einfachere und effizientere Möglichkeiten zum Punktesammeln und gezielte, personalisierte Angebote.

Außerdem bevorzugen vielbeschäftigte Reisende Tankstellen, an denen sie mehrere Dinge gleichzeitig erledigen können – vom Aufladen ihres Smartphones über die Autowäsche bis hin zu einem kleinen Imbiss und zur chemischen Reinigung ihrer Kleidung.

Die Botschaft ist eindeutig: Entweder anpassen oder auf der Strecke bleiben. Aber wie wäre es, wenn Sie noch einen Schritt weiter gehen und innovative Dienstleistungen anbieten könnten, die die immer anspruchsvolleren Verbraucher weg von der Konkurrenz und hin zu Ihrer Zapfsäule lenken?

In diesem Bericht erfahren Sie Folgendes:

- Wie sich der Tankstellenmarkt verändert hat und warum
- Die Zukunftstrends auf dem Tankstellenmarkt
- Wie Sie Ihre Marke mit innovativen Ideen bereit für Wachstum und anhaltende Erfolge machen können



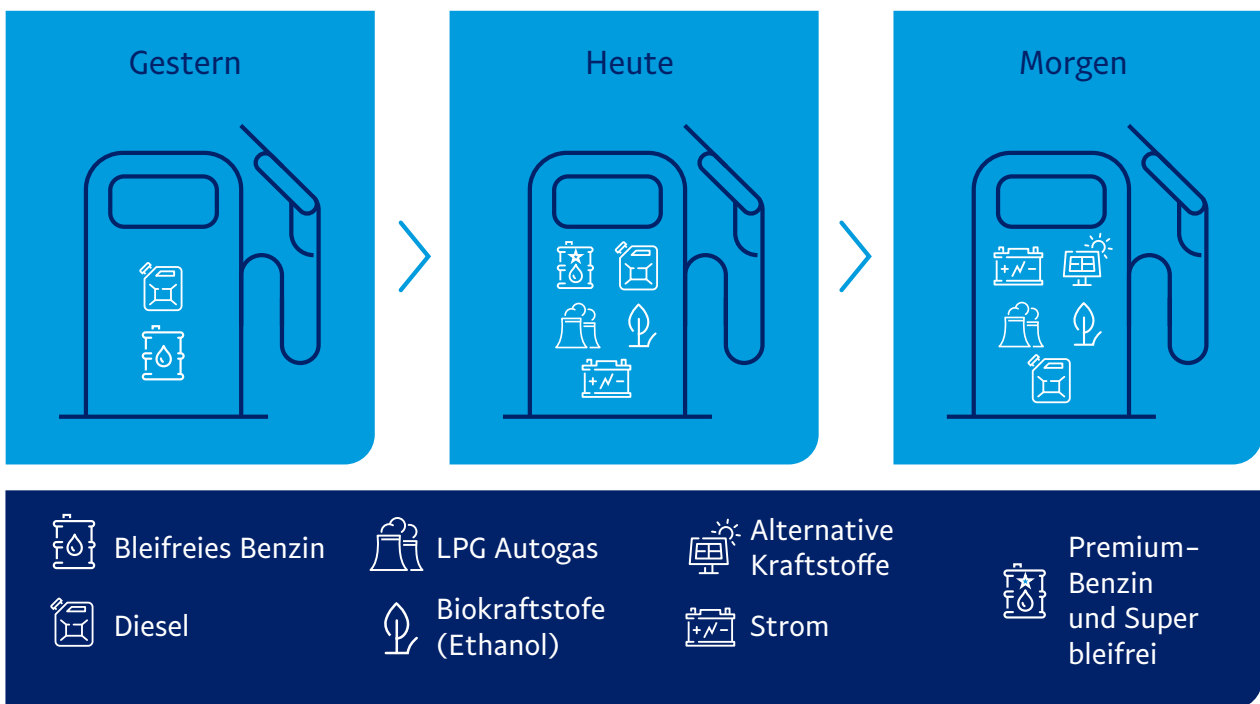
Trend 1: Das Konsumverhalten ändert sich

Die Tankstellenkunden von heute verlangen nicht nur eine Auswahl an Dienstleistungen und Zahlungsmöglichkeiten, sondern auch eine Auswahl an Kraftstoffen.

Es wurden bereits Gesetze auf den Weg gebracht, die die Herstellung von Autos mit Verbrennungsmotoren verbieten, was zu einem Anstieg der Nachfrage nach Hybrid- und Elektroautos geführt hat.

Eine Diversifizierung Ihres Kraftstoffangebots – zum Beispiel durch die Einrichtung von Ladestationen – bringt für Tankstellenbetreiber wie Sie gleich zweierlei Vorteile mit sich:

- Sie zeigen, dass Sie sich Gedanken über die Umwelt machen und
- Sie ermutigen neue Kunden, bei Ihnen zu tanken



Kraftstoffangebote der Zukunft (KPMG, Fuel Forecourt Retail Market Report, 2020.)



¹KPMG, Fuel Forecourt Retail Market Report, 2020.

“Es geht für uns darum, die **Energiewende** erfolgreich zu meistern. Wir haben die **nächste Entwicklung** und die erweiterten Bedürfnisse unserer Kunden im Blick. Wir bieten **umweltfreundliche Lösungen** an und geben Autofahrern die Möglichkeit, etwas für ihre **CO2-Bilanz** zu tun, während wir weiterhin **investieren und langfristige Lösungen** mit Ladesäulen für Elektrofahrzeuge für diejenigen anbieten, die bereit sind, auf **E-Mobilität** umzusteigen.”¹

Bernie Williamson, Retail General Manger Shell, Oktober 2019

Trend 2: Kontaktlose Zahlungen sind auf dem Vormarsch

Schätzungen von Coherent Market Insights (CMI) zufolge wird der weltweite Markt für kontaktlose Zahlungen bis Ende 2027 ein Volumen von 26,3 Mrd. US-Dollar erreichen. Kein Wunder, denn allein durch die Pandemie ist die Zahl der Verbraucher, die zum ersten Mal kontaktlos bezahlten, um 21 % gestiegen.²

Auch Zahlungen mit dem Smartphone werden immer beliebter. Während im März 2020 noch 25 % der deutschen Verbraucher über Mobilgeräte bezahlten, waren es im Mai bereits 43 %.³ Aber nicht nur das Bezahlen per Handy ist bei den Kunden im Trend. 52 % der Kunden von Convenience Stores gaben an, eine App für das Sammeln von Bonuspunkten und die Einlösung von Prämien zu bevorzugen.⁴

Ihren Kunden eine große Auswahl an Zahlungsoptionen und die Möglichkeit zu bieten, für ihre Einkäufe kontaktlos per Karte oder Smartphone zu bezahlen, ist ein Muss.

Gründe, warum Kunden kontaktlose Zahlungen bevorzugen:

Schnell

Was könnte schneller sein, als die Karte an ein Lesegerät zu halten?

Sicher

Bei kontaktlosen Zahlungen werden keine Kartendaten übermittelt, wodurch das Betrugsrisiko sinkt.

Hygienisch

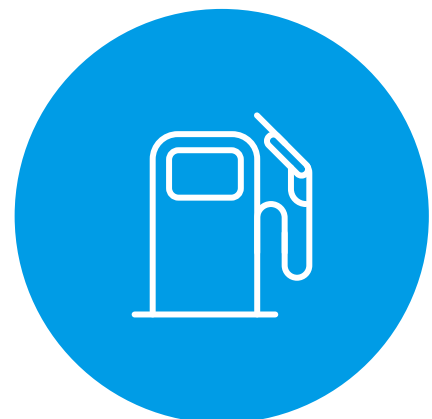
Kontaktlose Zahlungen sind sowohl unkompliziert als auch hygienisch, da kein physischer Austausch von Geld stattfindet.



Bezahlen an der Zapfsäule

Indem Sie Zahlungen an der Zapfsäule anbieten, können Sie die Kundenbindung, Effizienz, Kundenzufriedenheit und Ihre Umsätze steigern:

- Ermöglichung kontaktloser Zahlungen über Ihre Geräten oder das Smartphone Ihrer Kunden
- Vermeidung von Warteschlangen an den Kassen und zusätzliche Sicherheit, da Ihre Kunden nicht extra den Shop betreten müssen
- Werbung für zusätzliche Dienstleistungen auf einem LCD-Bildschirm an der Zapfsäule
- Anzeige von Informationen wie Gebrauchshinweisen in der vom Kunden bevorzugten Sprache
- Bonusprogramme, Rabatte und Angebote direkt an der Zapfsäule



² Quelle: Indicative Messaging Framework.

³ Banking Hub, The future of mobile payments in Germany, 20. August 2020.

⁴ NACS C-Store Loyalty Programs will Change in 2020, Januar 2020.

Trend 3: Kraftstoffumsätze sind rückläufig

Die Covid-19-Pandemie hat dazu geführt, dass viele Kunden weniger mit dem Auto unterwegs sind. Und dieser Trend hält auch nach dem Lockdown an, denn im Vergleich zu der Zeit davor gibt es nach dem Lockdown 57 % weniger Staus.⁵

Shop-Kunden wollen bequem, sicher und schnell einkaufen. Die Covid-19-Pandemie hat dafür gesorgt, dass sie lieber in Convenience Stores wie Ihrem als in großen Supermärkten einkaufen, wodurch die Warteschlangen in Ihrem Shop immer länger werden.⁶



Es also liegt auf der Hand, dass Tankstellenbetreiber das Tanken so schnell, einfach und bequem wie möglich gestalten müssen, indem sie beispielsweise Zahlungsmöglichkeiten direkt an der Zapfsäule anbieten.

Sie sollten auch in Erwägung ziehen, Ihren Anteil an Nicht-Kraftstoff-Einnahmen zu erhöhen. Dies kann durch eine Differenzierung Ihres Angebots erreicht werden, was viele Ihrer Mitbewerber bereits tun.

Weniger als **10 %** der Tankstellen in Deutschland erwirtschaften ihre Umsätze ausschließlich mit dem Verkauf von Kraftstoffen⁷ und nur **19 %** der Tankstellenkunden nennen das Tanken als Hauptgrund für ihren Besuch.⁸

Bewusstere Kaufentscheidungen und bequemere Konsumerlebnisse

Neben sicheren Fortbewegungsmöglichkeiten wünschen sich Ihre Kunden auch sauberere und umweltfreundlichere Fortbewegungsmittel. Wie bereits erwähnt, steigen viele von ihnen auf Hybridfahrzeuge um.

Benzin- und Gasverbrauch (ktoe)

2019: 170.616
2020: 170.035⁹



Andere wiederum haben ihr Auto ganz abgeschafft und bevorzugen stattdessen Mobilitätslösungen wie Ridesharing und Kurzzeitmiete.



Schon gewusst?
PayPal unterstützt Mobilitätsanbieter wie WeShare, Tier Mobility und BVG.

⁵ Vor dem Lockdown: 9.400 Staus; nach dem Lockdown: 4.000 Staus. Quelle: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ie/pdf/2020/09/ie-fuel-forecourt-retail-market.pdf>

⁶ NACS State of the Industry, April 2020.

⁷ GlobalConvenienceStoreFocus, 2015.

⁸ KPMG, Fuel Forecourt Retail Market Report, 2020.

⁹ Laut Schätzungen der EIU. Quelle: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ie/pdf/2020/09/ie-fuel-forecourt-retail-market.pdf>

Trend 4: Die Angebote an Tankstellen werden differenzierter

Wie Sie bereits wissen, suchen die meisten Kunden Tankstellen nicht nur zum Tanken auf. Ihre Mitbewerber profitieren bereits von diesem Trend und bieten zusätzliche Dienstleistungen an, um sich von der Konkurrenz abzuheben und gleichzeitig höhere Umsätze zu erzielen.

Wie können Sie also Ihr Angebot verbessern, um Ihre Kunden zufriedenzustellen – und diejenigen, die gerade bei Ihnen tanken, dazu zu bringen, mehr Geld für zusätzliche Dienstleistungen auszugeben?



Übersicht der Dienstleistungen an Tankstellen (KPMG, Fuel Forecourt Retail Market Report, 2020.)

Überlegen Sie sich zunächst anhand des Standorts Ihrer Tankstelle, zu welchem dieser drei Typen sie gehört:

- Innenstadt**
 Diese Tankstellen befinden sich in privilegierter Lage und eignen sich perfekt als Convenience Stores.
- Stadtnah**
 Diese Tankstellen sind beliebte Verkehrsknotenpunkte.
- Autobahn**
 Diese Tankstellen richten sich an Fernreisende und haben das Potenzial, sich zu vielseitigen Anlaufstellen für verschiedene Dienstleistungen zu entwickeln.

Innerstädtische Tankstellen sollten sich stärker auf das Convenience-Angebot konzentrieren, indem sie zum Beispiel Lebensmittel aus der Region oder frische Produkte anbieten. Ein individuell gestaltetes Shop-Format und andere Zusatzleistungen wie ein Geldautomat und das Aufladen von Mobiltelefonen locken Kunden ins Geschäft und animieren sie dazu, mehr zu kaufen.

Stadtnahe Tankstellen eignen sich als regionale Verteilungszentren und können Umstiegsmöglichkeiten auf andere Verkehrsmittel bieten. Diese Überlegungen sollten auch in das Convenience-Konzept mit einfließen, da sich Kunden möglicherweise gerne noch schnell einen Kaffee holen, bevor sie vom Ridesharing auf den Bus oder vom Fahrrad auf ein anderes Fortbewegungsmittel umsteigen.

Autobahntankstellen könnten zum Beispiel Aufenthalts- und Wartebereiche für Fernreisende und Fernfahrer anbieten. Für Verbraucher, die nicht warten wollen, sollen sie außerdem einen Drive-in-Service, verschiedene gastronomische Angebote und alle Mehrwertdienste bieten, die man von innerstädtischen und stadtnahen Standorten kennt.

Sind Sie bereit für Veränderungen?

Entwickeln Sie eine Langzeitstrategie, die sich auf folgende Schwerpunkte konzentriert:

- **Kundenerlebnis**
Locken Sie Kunden zu sich in den Shop, indem Sie zum Beispiel ein attraktives Bonusprogramm oder Vorbestellungen anbieten.
- **Dienstleistungsgedanke**
Bieten Sie hochwertige und relevante Zusatzdienstleistungen an.
- **Digitale Lösungen**
Bieten Sie Ihren Kunden die Möglichkeit, direkt an der Zapfsäule zu bezahlen, praktische Apps, datengesteuerte Rabatte und personalisierte Treueprämien an.



Nächste Schritte

Die vier wichtigsten Bereiche für Veränderung und dauerhaften Wachstum



Shop

Kurzfristig

- Überarbeiten Sie Ihr Ladendesign und Ihr Produktsortiment
- Upselling, Cross-Selling und Entwicklung neuer Dienstleistungsangebote
- Senken Sie die Wartezeit an der Kasse durch kontaktlose Zahlungsmöglichkeiten

Langfristig

- Erweitern Sie Ihr "To-go"-Angebot
- Installieren Sie Flachbildschirme für personalisierte Werbung
- Sorgen Sie für Innovationen an allen Berührungspunkten mit dem Kunden – zum Beispiel durch digitale Speisekarten



Standort und Infrastruktur

Kurzfristig

- Wählen Sie Ihre Standorte und Tankstellenformate anhand Ihrer Strategie und nicht nach Verfügbarkeit aus
- Gestalten Sie Ihre Vorplätze mit Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge (um)
- Bieten Sie Möglichkeiten zur Abholung, für Click & Collect, die Verteilung per Drohne und andere logistische Dienstleistungen an

Langfristig

- Nutzen Sie das Wertschöpfungspotenzial von Parkplätzen, indem Sie Ladestationen, Click & Collect-Schließfächer und ähnliches aufstellen
- Entwickeln Sie neue Geschäftsmodelle für Ihre Standorte – zum Beispiel durch Vermietung von Flächen an Versorger für erneuerbare Energien und Freizeitanbieter
- Planen Sie Herstellung, Aufbewahrung und Vertrieb von Wasserstoff mit ein

Nächste Schritte



Betriebsabläufe

Kurzfristig

- Digitalisieren Sie Ihren Zahlungsverkehr, um Umsätze und Sicherheit zu maximieren und Kundeninformationen zu erfassen
- Standardisieren Sie Ihre POS- und Bestellverwaltungsprozesse über alle Kundenkontaktpunkte hinweg
- Erwerben und entwickeln Sie neue Fähigkeiten – zum Beispiel in den Bereichen Informatik und digitales Marketing

Langfristig

- Investieren Sie in neue Technologien wie Solarenergie, Akkutechnologie und mobiles Laden
- Führen Sie bewährte Zukunftstechnologien flächendeckend ein
- Entwickeln Sie Smartphone-Apps mit Informationen zu Ihrer Tankstelle und Ihren Produkten, Einzelheiten zu Bonusprogrammen und Möglichkeiten, für Kraftstoffe und andere Dienstleistungen zu bezahlen



Strategie

Kurzfristig

- Entwickeln Sie sich von einem reinen Kraftstoffanbieter zu einem Mobilitätsdienstleister mit Schwerpunkt auf digitalen Angeboten
- Gehen Sie Partnerschaften mit relevanten Unternehmen und Dienstleistern ein
- Übernehmen Sie eine Vorreiterrolle bei nicht konventionellen Kraftstoffen, zum Beispiel für Elektrofahrzeuge

Langfristig

- Gehen Sie Partnerschaften mit Supermärkten, Fuhrparkbetreibern und Automobilherstellern ein, um neue Einnahmequellen zu erschließen
- Seien Sie auf den Wettbewerb durch Convenience Stores und nicht nur durch andere Kraftstoffanbieter vorbereitet

So kann PayPal Sie unterstützen

Tankstellenbetreiber, die nicht für die Zukunft gerüstet sind, werden auf der Strecke bleiben.¹⁰

KPMG

Jetzt ist der richtige Zeitpunkt zu handeln und PayPal kann Sie dabei unterstützen.

PayPal ist einer der führenden Anbieter digitaler Zahlungslösungen in Deutschland. Als Ihr vertrauenswürdiger Partner kann die Marke PayPal, Sie als Tankstellenbetreiber bei Folgendem unterstützen:

- Kontaktloses Bezahlen zu ermöglichen - an der Zapfsäule, im Shop oder per App
- eine breite Palette von Zahlungsmethoden anzubieten
- Warteschlangen und Kassierzeiten zu verkürzen, damit Sie sich auf die Differenzierung Ihrer Tankstellen konzentrieren können
- sich ein besseres Bild von Ihren Kunden zu machen, um datengestützte Entscheidungen zu treffen

Wenden Sie sich unter fuel@paypal.com oder paypal.de/fuel an Boris Derjagin, Ihren Ansprechpartner für Tankstellenbetreiber, und machen Sie noch heute den ersten Schritt in die Zukunft.

¹⁰ <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ie/pdf/2020/09/ie-fuel-forecourt-retail-market.pdf>
¹¹ JP Morgan Global Payment Trends, 2020.

paypal.de/fuel