

Geballte Offensive?

Am 12. Juni beginnt die Fußball-WM. Ob sie sich für Tankstellenbetreiber auszahlt, hängt von einigen Faktoren ab.

Portugal. Ghana. USA. Wie Jogis Edelkicker in Salvador, Fortaleza und Recife in die diesjährige Fußball-WM starten, dürfte nicht nur die gut 80 Millionen Bundestrainer hierzulande interessieren, sondern auch die Tankstellenunternehmer zwischen Flensburg und Freiburg.

Welche Figur macht die deutsche Defensive in Brasilien gegen Cristiano Ronaldo? Wie geht das Bruderduell Boateng gegen Boateng aus? Und wer hat die bessere Taktik – Jogi Löw oder Jürgen Klinsmann?

Denn anders als bei Valentins- und Muttertag sowie Ostern hängt der wirtschaftliche Erfolg, den Tankstellenunternehmer anlässlich einer Fußball-WM mit Bier, Chips oder Grillwürsteln erzielen können, mindestens von zwei übernatürlichen Faktoren ab: dem Fußballgott auf der einen Seite und seinem Bruder, dem Wettergott, auf der anderen. Sollte also die DFB-Auswahl souverän durch die nicht zu unterschätzende Gruppe G marschieren und im Turnier weit kommen – noch dazu bei lauen Abenden in der Heimat –, könnte sich das WM-



Engagement an der Station durchaus positiv auf dem Konto bemerkbar machen.

„Zur WM steigt die Reichweite an der Tankstelle sicherlich an“, sagt Thorsten Huneke, Vertriebsdirektor D-A-CH bei Alvern Media (Interview, Seite 16). „Aus unserer Sicht sollten Tankstellenbetreiber deshalb ausreichend und gut gekühlte Ware vorrätig haben.“

Klingt zunächst verlockend. Doch wie sieht die Spielvorbereitung an den Stationen aus? Markus Mössner, Tankstellenbetreiber aus Selgweiler und 1. Vorsitzender der IG Esso, berichtet von unterschiedlichen Meinungen im Kollegenkreis. Letztendlich habe das mit dem Standort der jeweiligen Stationen zu tun. Da seine 2012er EM-Aktionen nur „ganz mäßig

liefern“, bietet Mössner diesmal lediglich Autofähnchen und Deutschlandfahnen für die Autospiegel an. Und im Sitzbereich laufen natürlich die Fußballspiele im Fernseher.

Apropos TV. Im Hinblick auf die WM fließt laut Sylvia Reyers, Geschäftsführerin bei Carstens Shop-Einrichtungen, vermehrt in die Planungen die Unterbringung von mindestens einem TV-Screen im Shop ein. Vorzugsweise im Verweilbereich.

WM-Schmuck aufhängen

Andere Kollegen, deren Tankstellen eher im Wohngebiet liegen, engagieren sich Mössner zufolge mehr. Will heißen: unter anderem WM-Schmuck in der Station und spezielle Bierangebote. Aber welche Aktionen sind überhaupt erfolversprechend?

WM-Splitter

Brasilianisches Flair in der Station: mit Aktionen und Promotions echte Zusatzgeschäfte machen.



Zusatzumsätze dank Schweini

Mit „Mein Fußballfest“ schickt Intersnack eine Themenwelt zur Weltmeisterschaft in die Stationen. Samt Markenbotschafter Bastian Schweinsteiger. Interessant: Offenbar helfen salzige Snacks den Fans bei engen Duellen.



Edelkicker & Dose

Als limitierte Sonderedition schickt Pepsi eine 0,33-Liter-Dose mit dem Konterfei des Nationalspielers Mario Gomez in den Handel. Zur Freude vor allem der weiblichen Fans. Gut für Fußballästheten: Auch eine Lionel-Messi-Dose ist für kurze Zeit verfügbar.



Zunächst an der Tanke mit dem nötigen Equipment versorgt, dann über den Sieg gejubelt.

„Aktionen, die aus dem Einerlei herausstechen. Nur die Platzierung von ‚WM-affinen‘ Artikeln reicht nicht aus“, ist sich Istvan Elias, Nationaler Vertriebskoordinator bei MCS, sicher. Seiner Meinung

Tipp: Grünen Kunstrasen oder Teppich aus dem Baumarkt in der Station verlegen

nach sollten Shopbetreiber das Thema zelebrieren. „Warum nicht am Spieltag der deutschen Mannschaft ein schwarz-rot-goldenes Give-away als Aktion ausloben?“ MCS hat etwa Tankdeckel-Überzieher in petto, die sich laut Elias aufgrund des günstigen

Einkaufspreises als Zugabeartikel bei der hochwertigen Autowäsche eignen.

Natürlich muss dann auch die Bühne für die WM-Aktion passen. Klaus Lützig von Lekkerland: „Zur zielgerichteten Präsentation der WM-Artikel eignen sich auffällige Zweitplatzierungen und Hinweise auf Angebote und Aktionen. Diese sollten aufmerksamkeitsstark in der Station platziert werden“, so der Warenbereichsleiter Product Supply & Commerce Food/Non Food.

Dabei ist Zweitplatzierung ein gutes Stichwort. Auch MCS-Mann Elias empfiehlt – insofern genügend Raum ist –, eine schöne Zweitplatzierung mit den relevanten Produkten aufzubauen. Sein Tipp: Ein paar Quadratmeter grünen Kunstrasen oder grasgrünen Teppich im Baumarkt



Ob die Vuvuzela auch dieses Jahr Kunden anlockt?

Erst tippen, dann Preise abräumen

Gemeinsam mit euroShell lädt unser Schwestermagazin Autoflotte alle Nutzer von Autoflotte Online zum großen WM-Tippspiel ein. Ins Netz, versteht sich. Wer sich als Fußballfan unter www.autoflotte.de/wm-tippspiel kostenlos registriert und alle WM-Partien tippt, kann zehnte attraktive Preise gewinnen. Zwar nicht den bekannten goldenen Siegerpokal, den zuletzt die Spanier in den südafrikanischen Himmel reckten, dafür aber ein iPad air, einmal zwei Jahre Sky-Abo „Welt- und Fußball-Bundesliga-Paket“, eine VIP-Einladung zu einem Bundesligaspiel in der Allianz-Arena, drei Deutschland-Trikots sowie drei WM-Bälle.

red

Tanze Samba ...

Eine WM in Brasilien? Da darf Limette nicht fehlen. Deshalb können jetzt Fußballfans ihren Durst mit Gerolsteiner Samba 2014 löschen. Wesentliche Inhaltsstoffe: Mineralwasser, Limettensaft und Rohrzucker. Die Limited Edition gibt's in der 0,75-Liter-Einwegflasche.



Ein Hauch von Rio

Noch bis Juli können Knabberfreunde zu einer exklusiven WM-Edition im 175-Gramm-Beutel greifen. „Chio loves Rio Brazilian BBQ“ lautet ihr Name. Internack stellt südamerikanische Würze in Aussicht. Und schöne Zusatzumsätze.

Im Sammelfieber

Fast alle Tankstellen der Westfalen-Gruppe machen an der Sticker-Aktion „WM-Fieber“ mit, heißt es aus Münster. Neben einem Sofortgewinn wie einer Kaffeespezialität können die Kunden etwa zwei Hyundai ix35, elf Grundig-LED-Fernseher sowie elf Brasilien-Trips gewinnen.

„Die Kaufentscheidung fällt vor dem Shop“

Erfolgreiche WM-Aktionen? Drei Fragen an Thorsten Huneke, Vertriebsdirektor D-A-CH bei Alvern Media.

tm: Was gilt es in puncto Bewerbung von WM-Aktionen zu beachten?

Huneke: Die Kunden müssen schon weit im Vorfeld von der Aktion erfahren. Wie das geht? Flyer an Kunden verteilen, die Werbemöglichkeiten an der Tankstelle nutzen – zum Beispiel kleine Spots auf den digitalen Screens zeigen, Werbung auf den Eingangstüren schalten, Aufsteller im Shop platzieren, Werbeträger auf dem Tankstellendach installieren etc. Außerdem gilt: Wenn Zugabeaktionen geplant sind, dann genügend Zugabeartikel vorrätig haben oder noch just in time nachbestellen können. Für WM-Aktionen von Werbungtreibenden gilt das ebenfalls.

tm: Welche Fehler werden bei der Bewerbung von Tankstellen-Aktionen am häufigsten gemacht?

Huneke: Dass die Potenziale des Touchpoints nicht voll ausschöpft werden. In der Regel fällt die Kaufentscheidung vor dem

Shop. Werbung im Umfeld der Tankstelle, auf Zapfpistolen, auf dem Tankstellendach oder an der Eingangstür, kann den ausschlaggebenden Impuls bringen. Die Botschaften zur Aktion der Werbungtreibenden oder Tankstellenbetreiber sollten außerdem den Kunden möglichst schon auf dem Weg zur Tankstelle begleiten. So wird Spannung aufgebaut, die dann vor Ort ihren Höhepunkt findet. Auch die Präsentation der Produkte im Shop ist wichtig, genauso wie die Preisauszeichnung.

Ein weiterer Aspekt sind die Produkte an sich. Sie müssen einen „Habenwollen“-Charakter haben. Ein gutes Beispiel ist die Sammelbild-Aktion von Rewe. Diese wird regelmäßig zu einem Thema durchgeführt und vielseitig beworben. Am POS gibt es dann die passenden Einklebebücher, Sammelkartenboxen, T-Shirts, Kuscheltiere, Aufsteller und Werbebanner. Der Erhalt von Sammelkarten ist an den Einkauf bei Rewe gekoppelt. Das funktioniert gut!

tm: Drei Tipps, wie ich auch mit knappem Budget eine ansprechende Aktions-Werbung erziele?

Profi für Werbung an Tankstellen: Thorsten Huneke von Alvern Media.



Huneke: Erstens Tankstellenpersonal, „WM-like“ ankleiden, zweitens Spielplan des jeweiligen Tages mit Anstoßzeiten aushängen, drittens Deko auf WM abstellen (Fähnchen, Bannerketten, Fußbälle von der Decke etc.) Wichtig dabei: die Regionalität nicht vergessen, zum Beispiel einen Spendenschuh für die Jugendabteilung des örtlichen Fußballclubs aufstellen. Für WM-Aktionen von Werbungtreibenden empfiehlt sich ein crossmediales Paket aus Zapfpistolen-Einlegern, Tür- und Dachwerbung sowie kurzen Spots auf den digitalen Screens im Shop. Wir beraten die Kunden gerne, wie sie ihre Kampagnen mit kleinem Budget ausrichten und so das Spiel richtig bestimmen können. *pn*



Werbemittel für den POS: MCS-Kunden können anlässlich der WM Plakate oder Wobblers einsetzen.

kaufen. Auch für Harald Wilhelm, Vertriebsleiter der Einkaufsgesellschaft Freier Tankstellen (eft), führt nichts an einer WM-Gondel oder Zweitplatzierung vorbei. Und an einer angenehmen Deko. Doch er schränkt ein: Man sollte nicht zu viel dekorieren, wenngleich natürlich die Aktion für den Kunden erkennbar sein müsse.

Regallücken vermeiden

Fehler beim Präsentieren? Der eft-Vertriebsleiter nennt drei: kein Motto, die

fehlende Atmosphäre im Shop und die Integration von WM-Artikeln im Standard-sortiment. Lützig von Lekkerland geht noch einen Schritt weiter und rät, die Regale immer ausreichend zu bestücken und Out-of-Stock zu vermeiden. „Falsche Mengenkalkulation und damit verbundene Regallücken sind Fehler, die ein Shopbetreiber unbedingt vermeiden muss“, weiß der Convenienceprofi. „Was nicht da ist, wird nicht später, sondern woanders gekauft“, so Lützigs Erfahrung.

© Alvern Media, MCS, Intersnack, Mars, Ültje

Grill-Tipp von Esso

Den Grillanzünder vergessen? Dann schnell zur Tankstelle, so das gängige Prozedere. Deshalb empfiehlt Esso seinen Partnern, stets in der diesjährigen Grillsaison Kohle, Anzünder, Servietten, Pappeller und Alu-Grillpfannen vorrätig zu halten.



Richtig würzig

Mit fruchtig-würzigen Kartoffelchips wartet Chipsfrisch Salsa de Brasil auf. Beim Brasilien-Snack handelt es sich um den Sieger der „funny-frisch Chips-Wahl 2013“. Die 2.000 Tester hat er schon überzeugt.

Eis in Schwarz, Rot, Gold

Passend zur WM kommt Langeses Flutschfinger neuerdings in Schwarz, Rot und Gold daher. Geschmacklich bedeutet das: Cola, Erdbeere und Orange. Ein weiterer Eis-Neuzugang: Cornetto Choc'n' Ball – mit Schoko-Mandel-Hülle, Vanilleeis und Schokostückchen.



**Minuten fürs
Chemie nachfüllen!**

ACS[®]
Advanced Chemical System

Das neue Chemie-Kartuschensystem für Portalwaschanlagen

- **Komfortgewinn:** einfacher und schneller Kartuschentausch – ein Vorgang, der maximal 2 Minuten dauert! So ist Ihre Anlage schneller wieder im Einsatz.
- **Qualitätsgewinn:** keine Verwechslungsgefahr, kein Betrieb ohne Chemie, stets optimales Dosierverhältnis.
- **Sicherheitsgewinn:** kein offener Umgang mit Chemieprodukten mehr.

Lesen Sie mehr dazu unter www.washtec.de/ACS.



WashTec Cleaning Technology GmbH · Argonstraße 7 · D-86153 Augsburg
Tel.: +49 (0)821/55 84-0 · Fax: +49 (0)821/55 84-14 10

UNITI expo

3 - 5 Juni 2014
Messe Stuttgart

automechanika

Frankfurt am Main
16. – 20.9.2014



Jetzt Video
ansehen!

WashTec

Anzeige

Einig sind sich die Experten, dass Tankstellenunternehmer in puncto WM-Produkte auf Qualität setzen sollten. „Die Angebote, die gemacht werden, müssen sorgfältig ausgewählt werden. Deshalb ist hier weniger mehr“, betont Lützig. Sein Ratschlag: „Shopbetreiber sollten vor allem auf bekannte Markenartikel setzen, die besonders zur WM eine große Medienpräsenz haben.“

Wilhelm spricht ebenfalls von qualitativ guten Produkten. Zudem benötige man bei Merchandising-Artikeln das „gewisse ‚Händchen‘ beim Einkauf“.



Themenbezogenes Dreamteam

Wie von Mars bekannt, gibt's zum Fußballgroßereignis Limited Editions von Snickers sowie M&M's. Erstere kommt als Flankengott oder Dribbelkönig daher, Letztere hat sich in eine aufmerksamkeitsstarke Deutschlandflagge gehüllt.

So weit, so gut. Stimmen WM-Aktionen und -Produkte, gibt es einen weiteren Faktor für den Erfolg: die motivierten Mitarbeiter. Aber wie gelingt es einem Unternehmer am besten, sein Team mitzunehmen und auf das Großereignis am Zuckerhut einzustimmen?

Trikots für die Mitarbeiter

Für Wilhelm von der eft komme es auf die Fußball-Affinität der Mitarbeiter an. So könnte man Trikots der Top-Länder an das Team verschenken. Das sorgt nicht nur für Gesprächsbedarf bei den Kunden, sondern auch für eine positive Atmosphäre in der

Station. Entscheidend sei es für MCS-Vertriebskoordinator Elias auch, wie der Unternehmer seine Mitarbeiter emotional auf die WM einstimmt. „Er könnte ja bereits im Vorfeld der Aktivitäten einen brasilianischen Grillabend mit den Mitarbeitern veranstalten und dort auch gleich die Aktivitäten und Produkte vorstellen.“

Ausreichend Knabberartikel und ein breites Getränkeangebot vorrätig sowie spezielle Promotions und Kombi-Angebote konzipiert – der 12. Juni kann kommen. Bleibt nur die Hoffnung, dass Fußball- und Wettergott den Unternehmern wohlgesonnen sind.

Patrick Neumann

Von Flankengott bis Megafan

Eine Sonderedition des Klassikers Überraschungsei dürfte vor allem bei den Kids ankommen. Ferreros WM-Kollektion enthält unter anderem 20 Schriftzüge wie Weltmeister, Megafan, Spielerfrau oder Flankengott.



Knackiges Duo

Das Spiel geht in die nervenzehrende Verlängerung? Mit „Ofengebackene Erdnüsse Salsa Brasil“ und „Ofengebackene Erdnüsse gesalzen“ hat Ültje jetzt zwei Antworten darauf – beide stecken im 250-Gramm-Beutel.