



TREND EVALUATION SHOPPER INSIGHTS FOOD CONVENIENCE

SNACKING IN TANKSTELLEN 2023

STUDIENINHALTE

TREND EVALUATION

Shopper Insights Snacking in Tankstellen 2023

1

Ausgangssituation und Kernfragen

2

Inhalte und Design

3

Honorar

4

Kontakt

CONVENIENCE IST UND BLEIBT EIN WACHSTUMSMARKT IM BEREICH „FOOD“ AUCH FÜR TANKSTELLEN

mafowerk hat das Shoppingverhalten bei Snackingprodukten in Tankstellen untersucht

Snacking ist ein wichtiger Wertschöpfungsfaktor für Tankstellen.

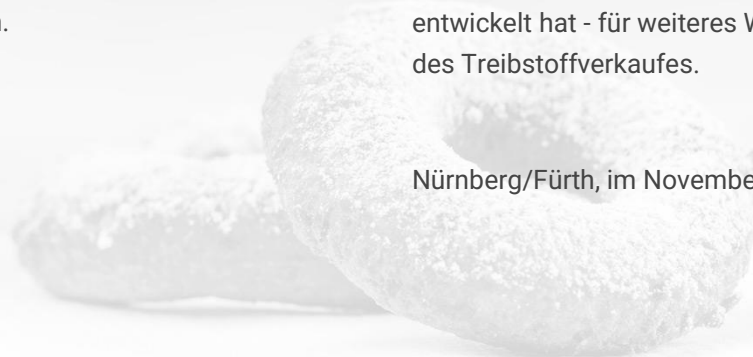
Das Food-Angebot am POS Tankstelle wird immer vielfältiger und bietet ein attraktives Zusatzgeschäft für den Tankstellenbetreiber - was neben anderen Serviceleistungen in Zukunft immer wichtiger werden wird.

Die Tankstellen sollen mehr als POS für Food und Services wahrgenommen werden, ein anlassorientiertes Angebot z. B. wird daher in Zukunft bei immer mehr convenience-orientierten Shoppern einen deutlich höheren Stellenwert finden.

Wie sieht es in Tankstellen aus, wo liegen die Potenziale und wie beurteilen die Shopper die Tankstelle als Einkaufsstätte für Snacks & Getränke und Serviceleistungen?

Mit der mafowerk Trend Evaluation Shopper Insights „Snackkauf in Tankstellen 2023“ haben wir aktuell und im Vergleich zu 2017, 2019 und 2021 untersucht, wie sich die Wahrnehmung des Angebotes von Snacks, Getränken und Serviceleistungen aus der Sicht der Tankstellenkunden entwickelt hat - für weiteres Wachstum außerhalb des Treibstoffverkaufes.

Nürnberg/Fürth, im November 2023



Trend Evaluation bewertet die Potenziale und identifiziert die Zielgruppen für Snacks und Getränke sowie Services an der Tankstelle

1

Kernfragen



1

- In welchen Tankstellen wird gekauft?
- Wer kauft? Was sind die Kaufgründe?

2

- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft - für welche Arten und Darreichungsformen? Was sind die bevorzugten Konsumanlässe?
- Wie lassen sich Serviceleistung mit dem Verkauf von Snacks & Getränken verbinden?

3

- Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?
- Was sind die wichtigen Produkt-Attribute aus der Sicht des Käufers?

Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung bei Snacks & Getränken an der Tankstelle

1

Ausgangssituation

POS-Vermarktung



Shopper

Produkt

Trend Evaluation macht die Shoppergewohnheiten transparent und zeigt damit die Potenziale und Marktchancen an der Tankstelle auf

1

Kernfragen - Auszug

- Was sind die Anlässe für den Tankstellenbesuch? In welchen Tankstellen wird gekauft?
- Wie häufig werden pro Besuch Snacks & Getränke gekauft? Wie viel wird ausgegeben?
- Welche Snacks & Getränke werden in Tankstellen wie häufig gekauft?
- Was sind die Anlässe des Verzehrs (zu Hause, unterwegs)?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse bei Snacks? (Art, Sorte, Verpackung, Packungsgröße, Platzierung, Zusatznutzen, etc.)?
- Wie kommen die Produkte in das relevant set des potenziellen Käufers?
- Wo wird die Platzierung von Snacks erwartet?
- Was wird als „Snack-Menü“ (Snack + Getränk) gekauft?
- Was wird an zusätzlichen Serviceleistungen erwartet und was wird auch genutzt?
- Wie lassen sich Serviceleistungen mit dem Verkauf von Snacks & Getränken verbinden?
- Welche Konzepte sind den Shoppern aufgefallen?
- Wie werden die Konzepte der Tankstellenketten beurteilt?
- Nach welchen Kundentypologien kann man Tankstellen-Käufer einordnen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?
- Welche zusätzlichen bzw. ergänzenden Angebote werden gewünscht und welche erwartet?

STUDIENAUFBAU

mafowerk hat das Shoppingverhalten bei Snackingprodukten in Tankstellen untersucht

Trend Evaluation

Shopper Insights

Snacking in Tankstellen 2023

Ziel der Studie ist die Untersuchung des Shoppingverhaltens bei Snackingprodukten in Tankstellen

VORGEHENSWEISE

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 2.275 Interviews
- Screening: Verbraucher, die Snacks in Tankstellen kaufen.
- Die Befragungsteilnehmer wurden aus einem führenden Onlinepanel unter Berücksichtigung der Merkmale Alter und Geschlecht vorrekrutiert
- Die Einladung der Teilnehmer erfolgte über personalisierte E-Mails mit Hyperlink zum Fragebogen

ERHEBUNGSZEITRAUM

06.10.2023 (Feldstart) bis 17.10.2023 (Feldende)



Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien der Shopper

2

Inhalt und Design



Ausweis mit folgenden Soziodemografien:

Geschlecht: männlich, weiblich

Alter: Jahre 18-29 / 30-39 / 40-49 / 50-59 / 60-69

Netto-Einkommen pro Monat: bis 1.999 Euro / 2.000-2.999 Euro / 3.000-3.999 Euro / 4.000 Euro und mehr

Gebiete: Nord-West/Nord-Ost/Thüringen-Sachsen/Mitte/NRW/
Bayern-Baden Württemberg

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Food- und Getränke-Bereiche sowie die Nutzung von Services

Warengruppen und Dienstleistungen:

Food:

Wurst-/Fleisch-Snacks kalt (z. B. Bifi oder Aoste Stickados)
Wurst-/Fleisch-Snacks (heiße Theke)
Schokoriegel (z. B. Mars, Twix, Snickers, duplo)
Kekse /Salzige Snacks
Belegtes Brot oder Brötchen
Belegte und verpackte Sandwiches, Bagels, Wraps
Mopro-Produkte Desserts/Joghurt usw.
Gekühlte frische Salate/Obst in der Box
Fruchtgummis (z. B. Gummibärchen), Bonbons, Kaugummi
Ganzes Obst, ungekühlt (z. B. Banane, Apfel, Pfirsich)
Süße Backwaren (z. B. Donuts, Muffins, sonstige Kuchen-/Gebäckstücke)
Herzhafte Backwaren (z. B. Pizzasaschen, Laugenstangen usw.)
Eiscreme
Fertiggerichte
Vegetarische/vegane Angebote

Getränke:

Kaffee (heiß) / Kaffeespezialität (Cappuccino, Latte Macchiato, etc.)
Limonaden und Cola
Energydrinks
Eistee
Fruchtsäfte/Fruchtschorlen
Smoothies
Mineralwasser

Service und Dienstleistung:

Autowäsche
Service Auto
WLAN
Post/Paketshop
Geldautomaten
Wäschereiannahme
Lotto
Zeitungen/Zeitschriften

Studienergebnisse

Ergebnisse - ready to use:

Executive Summary:

Deep Dive:

Einige ausgewählte Ergebnisbeispiele:

Dashboard – die 5 relevantesten Zahlen auf einen Blick

One pager – shortlist der Ergebnisse

Erkenntnisse und Insights

Kernaussagen der Studienergebnisse

200 Seiten klar kommentierte pptx-Charts für Einzel-

ergebnisse zur tieferen Analyse on demand

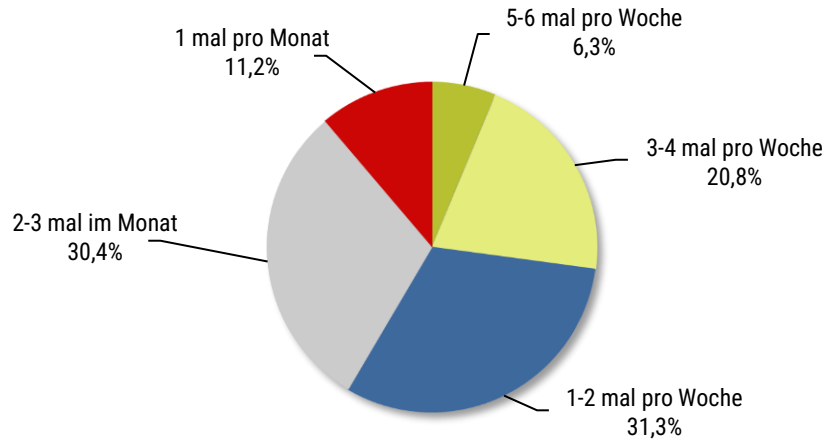
STUDIENERGEBNISSE

im Detail

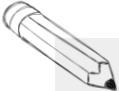
1. Wie häufig wird gekauft? Zu welchen Anlässen?
2. Wo wird gekauft? Wie viel wird ausgegeben?
3. Was wird gekauft?
4. Einkaufsverhalten
5. Plankauf versus Spontankauf
6. Entscheidungskriterien beim Kauf und Präferenzen
7. Beurteilung des derzeitigen Snacking-Angebotes in Tankstellen
8. Beurteilung des derzeitigen Snacking-Angebotes nach Tankstellen-Marken
9. Beurteilung der Backshops in Tankstellen
10. Zusatzleistungen und Wünsche

31 % der Befragten kaufen in Tankstellen 1 bis 2mal pro Woche Snacks oder Getränke

Wie oft kaufen Sie Snacks in Tankstellen? n=2.275



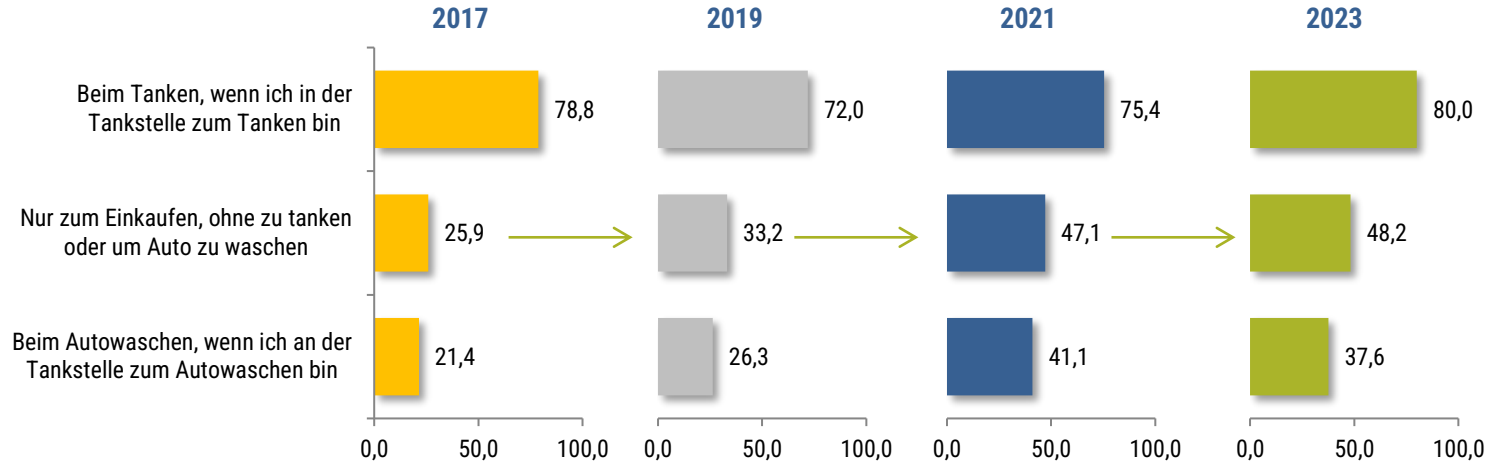
Angaben in %



21 % der Tankstellenshopper kaufen sogar 3-4mal pro Woche Snacks an Tankstellen und 6 % 5-6mal pro Woche.

Die Tankstelle entwickelt sich zunehmend zu einem Convenience Shop, der vermehrt auch besucht wird, wenn man nicht tankt oder das Auto wäscht

Bei welcher Gelegenheit kaufen Sie Snacks in Tankstellen? Top 2 Boxes „sehr oft/oft-gesamt“. 2017 n=2.010, 2019 n=2.000, 2021 n=2.279, 2023 n=2.275



Angaben in %

80 % kaufen nur Snacks an der Tankstelle bei einem Tankstopp.

Lage, Lage, Lage - die Tankstelle muss schnell erreichbar sein - dies ist noch wichtiger als ein günstiger Spritpreis. Das Shop-Angebot folgt nach dem Spritpreis und der Erreichbarkeit

Wie wählen sie eine Tankstelle aus, was sind Ihre genauen Gründe, diese Tankstelle zu besuchen? Sie können Ihre Gründe abstimmen, wobei 1 = gar nicht wichtig und 10 = sehr stark wichtig bedeutet. Jeweils hohe Zustimmung – Top 2 Boxes (9/10) gesamt. n=2.275

Die Top 5

45,1%

sagen: „Die Tankstelle ist für mich am besten zu erreichen, ohne großen Zeitverlust“

42,3%

sagen: „Die Tankstelle liegt am nächsten zu meinem Wohnort bzw. Arbeitsplatz“

41,6%

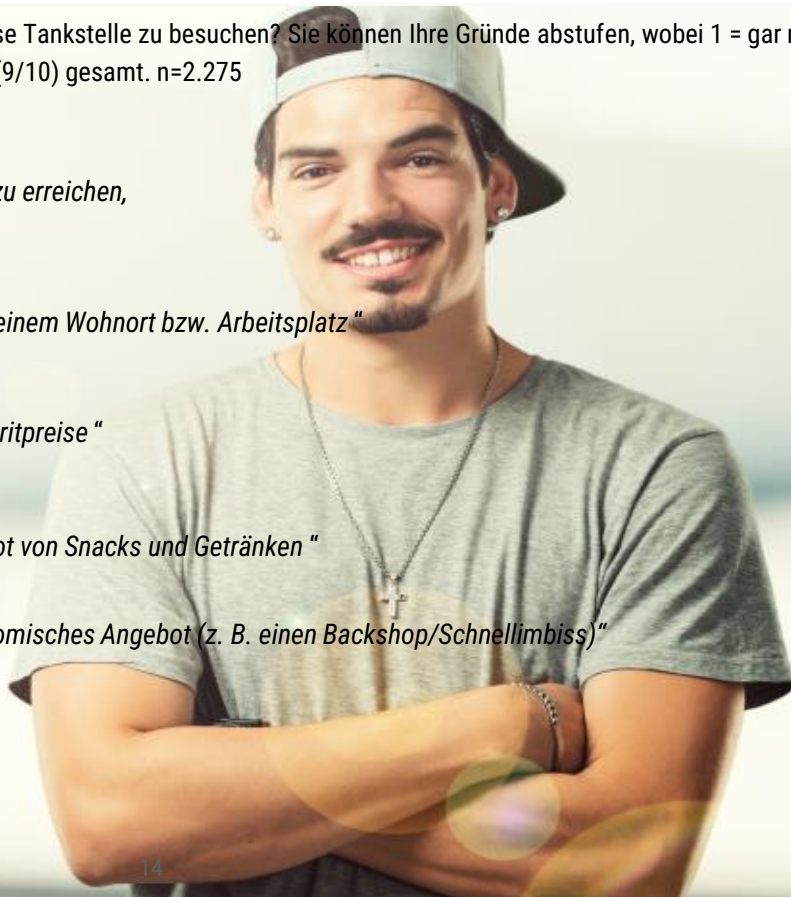
sagen: „Die Tankstelle hat die günstigsten Spritpreise“

31,6%

sagen: „Die Tankstelle hat ein breites Angebot von Snacks und Getränken“

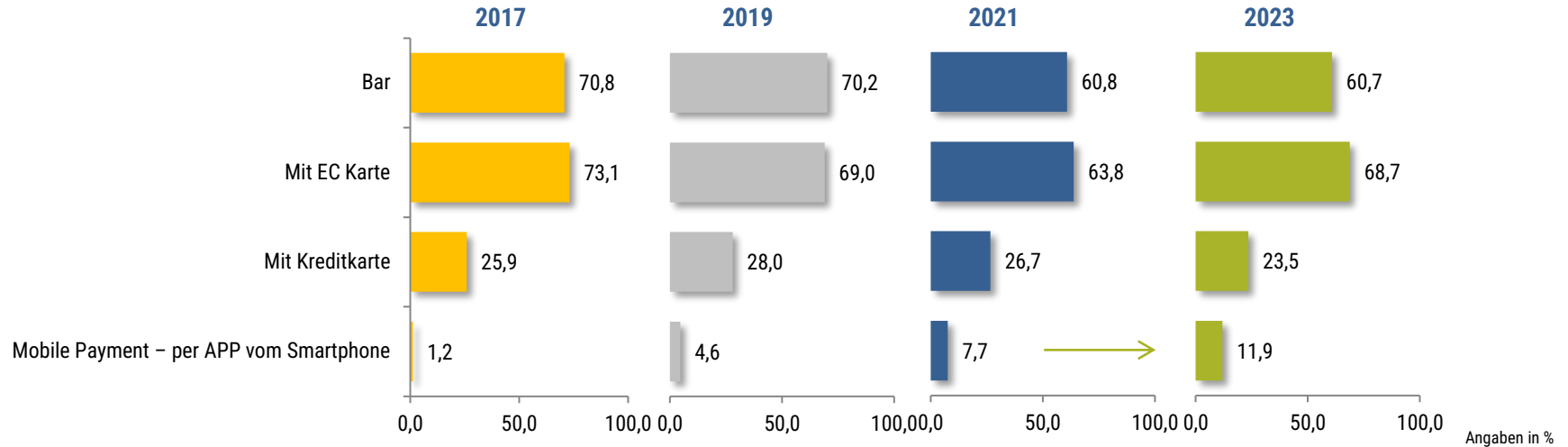
27,5%

sagen: „Die Tankstelle hat ein gutes gastronomisches Angebot (z. B. einen Backshop/Schnellimbiss)“



EC-Karte und Barzahlung bleiben die wichtigsten Zahlungsarten an der Tankstelle, allerdings gewinnt „Mobile Payment“ weiter an Bedeutung

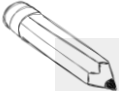
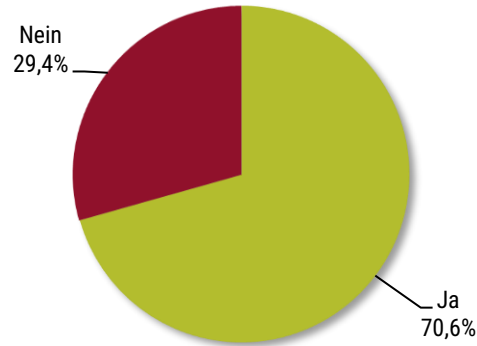
Wie bezahlen Sie an der Tankstelle? (Mehrfachnennungen möglich) 2017 n=2.010, 2019 n=2.000, 2021 n=2.279, 2023 n=2.275



Mobile Payment spielt immer (noch) nur eine untergeordnete Rolle beim Bezahlen an der Tankstelle, aber mit deutlich steigender Tendenz. Gegenüber 2017 hat sich die Bedeutung als Zahlungsart nahezu verzehnfacht

Für 7 von 10 Befragten ist ein Backshop an der Tankstelle eine gleichwertige Alternative zur Bäckerei

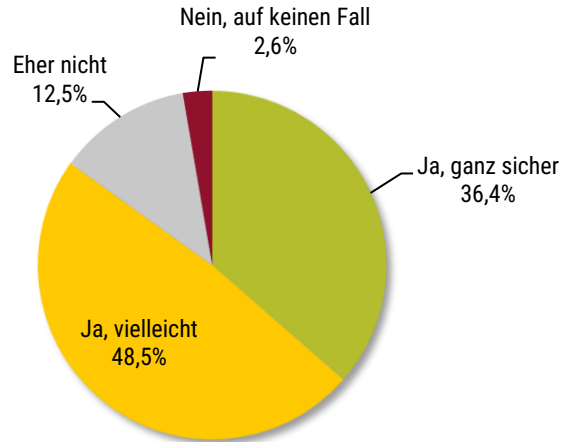
Sind für Sie solche Backshops in Tankstellen eine Alternative zu einer normalen Bäckerei? n=2.275



70,6 % sagen: „Ja, das ist eine Alternative zu einer normalen Bäckerei“.

Für 8 von 10 Befragten wäre ein „convenience store“ ein Grund, eine solche Tankstelle zum Tanken öfter anzufahren

Wäre eine Ausweitung des Angebotes in einer Tankstelle auf Güter des täglichen Bedarfs wie ein kleiner Supermarkt bzw. ein sogenannter „Convenience-Store“ ein Grund für Sie, eine solche Tankstelle zum Tanken öfter anzufahren als andere Tankstellen, die dieses Konzept nicht haben? Bitte wählen Sie das Zutreffende aus. n=2.275



Angaben in %

36,4 % davon sagen: „Ja, sicher“ und 48,5 % sagen wenigstens: „Ja, vielleicht“. Vielleicht aber auch diese Tankstelle anzufahren, ohne zu tanken?

Bewertung der Tankstellenmarken nach Einzelkriterien

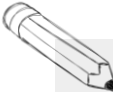
„Wie würden Sie zusammenfassend das Angebot an Snacks und Getränken in den von Ihnen genannten Tankstellen für folgende Kriterien beurteilen? Bitte vergeben Sie Schulnoten von 1 bis 6 (1 = sehr gut, 6 = ungenügend)“

Bei der Bewertung der Einzelkriterien wurden die Tankstellen herangezogen, die eine für die Einzelanalyse ausreichende Fallzahl der Nennungen aufwiesen.

Analysierte Tankstellenmarken:

- Aral
- Shell
- Esso
- Jet
- Total/Elan
- Agip
- Star
- OMV
- Avia
- HEM/Tamoil

Angaben in %



Die Befragten konnten die Tankstellen nach folgenden Einzelkriterien bewerten:

Warenpräsentation (Ordnung, Übersichtlichkeit), Frische (Frische der Ware), Auswahl (Sortiment/Vielfältigkeit), Sauberkeit & Hygiene, Service und Personal, Preis-/Leistungsverhältnis (günstig, billig, teuer) sowie Schnelligkeit (beim Einkauf)

Trend Evaluation liefert Insights, verbessert die Interaktion mit dem Shopper und unterstützt den Verkauf

3

Honorar



Die Ergebnisse der Shopper Insights „Tankstellen – Snacks & Getränke 2023“ können Sie bestellen:
per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die Shopper Insights 2023 ist:

4.500,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

Das Honorar für die Shopper Insights inklusive der Vergleichsdaten 2019/2021 ist:

5.700,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die kompletten Ergebnisse der Shopper Insights liegen vor und werden spätestens zwei Arbeitstage nach Eingang der Bestellung geliefert
- Lieferung der kompletten Studienergebnisse in elektronischem pptx-Format auf deutsch und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen. Ergebnispräsentation optional (gegen Mehrpreis)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular oder per Mail
- Die AGB der mafowerk GmbH finden Sie unter: www.mafowerk.de/impressum

Unser Angebot ist gültig bis zum 30.12.2023

Bei weiteren Fragen zur Tankstellen Snacking-Studie 2023 wenden Sie sich bitte jederzeit an uns - per email oder telefonisch:



Kontaktieren Sie uns

Tel: +49 (0) 911 20 01 840

E-Mail: info@mafowerk.de

Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

www.mafowerk.de

info@mafowerk.de

tel 0911 2001 840

mafowerk GmbH

Gustav-Weißkopf-Straße 12

D - 90768 Fürth

