

Die Tankstelle ist nicht weiblich!



Warum für die meisten Frauen ein Tankstellenbesuch kein Shoppingerlebnis ist.

Zu behaupten, eine Tankstelle wäre für eine Frau ein magischer Ort, ist genauso fehlinterpretiert, als ob man plötzlich Männern ihre Liebe zu Prosecco getränkten „Sex and the City“ -TV Abenden zusprechen würde.

Frauen empfinden die „Tankunterbrechung“ als lästige Notwendigkeit, um ihren Boliden maximal eine schnelle Flüssignahrung zu verabreichen. Im Gegensatz stehen Männer am Wochenende Schlange, um ihren Jagdgefährten eine artgerechte Reinigung zukommen zu lassen, den Ölstand zu prüfen, Autozeitschriften zu kaufen und bei einem gepflegten Bierchen ein Fachgespräch über die neuen Autofolgen zu führen. Fast 70% der Tankstellen sind männlich besetzte Orte.

Zielgruppe Frau?

Doch was will die Kundin? Diese Frage hat sich BP/Aral im Rahmen einer Studie gestellt.

Das Ergebnis:

- Einen freundlichen Tankwart als Dienstleistung
- Bei Selbstbedienungstankstellen werden jene Tankstellen bevorzugt, die gefallen, das Gefühl von Sicherheit vermitteln und die gut gelegen, bestens befahrbar und einfach bedienbar sind. Einen professionellen Personalauftritt mit Kompetenz .
- Ein vielfältiges Angebot in den Tankstellenshops, wobei besonderes Augenmerk auf die Qualität der angebotenen Speisen gelegt wird.
- Ein Angebot von geschützten Kinderorten

Ölkonzerne haben mittlerweile erkannt, dass es sich lohnt, mehr auf die Zielgruppe Kundin einzugehen. Mit Sauberkeit, besserer Ausleuchtung und gut geschultem Servicepersonal an den Zapfsäulen wurden Tankstellen aufgewertet und freundlicher gestaltet. Kleine Supermärkte ohne Ladenschlusszeiten wurden eingerichtet, um auch die Kundin an die Tankstelle zu locken.

Diese Maßnahmen sind sicher ein guter Beginn und können noch in vielen Bereichen optimiert werden.

Die Wirtschaftskraft Kundin wird in der Automobilbranche noch immer unterschätzt. Wenn man bedenkt, dass 80% der Kaufentscheidungen täglich von Frauen gefällt werden.

Die „Mobilistin“ als „Frauen und Automobil Expertin“ und Autorin berät Werkstätten, Autohandel, Autozubehör- und autonome Betriebe. Gerne machen wir auch Ihr Unternehmen frauen-fit.

www.mobilistin.com



Silvia Sverak (rechts) und
Petra Marada-Seletzky