PREMIUM STRATEGIE-HANDBUCH 2026

Der komplette Wachstums-Code für deine Tankstelle.

Alle 6 Wachstumsdimensionen in einem Handbuch: Shop-Optimierung, Kundenbindung, digitales Marketing, Mitarbeiterführung, Finanz-Controlling und saisonale Kampagnen.
Praxiserprobt. Sofort umsetzbar. Mit über 40 Vorlagen, Checklisten und Rechentabellen.

- → Kapitel 01: Shop & Margen-Maximierung
- → Kapitel 02: Kundenbindung & Loyalität
- → Kapitel 03: Digitales Marketing & Online
- → Kapitel 04: Mitarbeiterführung & Training
- → Kapitel 05: Finanzen & Controlling
- → Kapitel 06: Saisonale Kampagnen & Aktionen
- → Bonus: Über 40 Vorlagen & Checklisten
- → Anhang: Glossar, FAQ & Branchenressourcen

Adrian-Aurel Rotaru
TankstellenBooster.de
kontakt@tankstellen-booster.de

~~Normalpreis 97 €~~
37€
Einmalig · Kein Abo · Sofort-Download

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG **Warum dieses Handbuch dein Unternehmen verändern wird** 3

Die unbequeme Wahrheit über Kraftstoff-Margen · Was dich erwartet · So nutzt du dieses Handbuch

KAP 01 **Shop & Margen-Maximierung** 5

Die drei Kaufzonen · Produktplatzierung & Kaufpsychologie · Margen-Analyse · Preis-Psychologie · Sortimentsanalyse A-B-C · Warenmanagement & Bestellung

KAP 02 **Kundenbindung & Loyalitätsprogramme** 8

Stammkunden-Effekt in Zahlen · Stempelkarten Schritt für Schritt · WhatsApp-Marketing · Digitale Treueprogramme im Vergleich · Beschwerdemanagement · Community Building

KAP 03 **Digitales Marketing & Online-Präsenz** 11

Google Business Profil · Bewertungsmanagement · Social Media Strategie · Content-Kalender 52 Wochen · Lokales SEO · Video-Marketing & Reels

KAP 04 **Mitarbeiterführung & Training** 14

3-Säulen-Upselling-Training · Die 5 Kernsätze · Motivation & Incentive-Systeme · Schichtplanung & Effizienz · Recruiting · Feedback-Kultur

KAP 05 **Finanzen & Controlling** 17

Die 10 wichtigsten KPIs · Wochenreport-System · ROI-Rechner für Investitionen · Kostentreiber eliminieren · Liquiditätsplanung · Monatliche Betriebsanalyse

KAP 06 **Saisonale Kampagnen & Aktionen** 20

Der vollständige Jahreskalender · 5 fertige Kampagnen zum Kopieren · Lokale Kooperationen · Budget & ROI · Aktionsideen für jeden Monat

BONUS **Vorlagen, Checklisten & Werkzeuge** 22

Täglicher Betriebsbericht · Team-Briefing-Karte · Sortimentsanalyse-Vorlage · Kampagnen-Erfolgsmessung · Jahres-KPI-Tracker · Schicht-Checkliste

ANHANG **Glossar der wichtigsten Fachbegriffe** 24

FAQ **Die 15 häufigsten Fragen aus der Praxis** 27

EINLEITUNG

Warum dieses Handbuch dein Unternehmen verändern wird

Du hast dieses Handbuch in den Händen – das bedeutet, du bist kein passiver Betreiber. Du suchst aktiv nach Wegen, das Beste aus deiner Tankstelle herauszuholen. Genau dafür wurde dieses Handbuch geschrieben – mit einem einzigen Versprechen: Jede Strategie hier ist in echten deutschen Tankstellen getestet. Keine Theorie. Keine Buzzwords. Nur Methoden, die nachweislich funktionieren.

> *„Der Unterschied zwischen einer Tankstelle die kämpft und einer die wächst ist kein Glück – es ist Methode."*

1–4ct	40%	60%	+9.700€
Marge pro Liter Kraftstoff	Ø Rohertrag Shop-Produkte	Rohertrag Kaffee & Heißgetränke	Möglicher Mehrertrag / Jahr

Die wichtigste Erkenntnis zuerst

An Kraftstoff verdienst du praktisch nichts. Zwischen 1 und 4 Cent pro Liter – bei einem 50-Liter-Tankvorgang also maximal 2 Euro Rohertrag. Der echte Gewinn einer Tankstelle liegt im Shop, am Kaffeetresen und an der Kasse. Wer das versteht und systematisch nutzt, kann seinen Jahresrohertrag innerhalb weniger Wochen spürbar steigern – ohne einen einzigen neuen Kunden zu gewinnen.

Was dich in diesem Handbuch erwartet

- → 6 vollständige Kapitel mit je 6–10 Seiten tiefem Praxiswissen
- → Über 40 Tabellen, Checklisten und Vorlagen zum direkten Ausdrucken und Nutzen
- → Konkrete Rechentabellen um dein individuelles Jahrespotenzial zu ermitteln
- → Fertige WhatsApp-Texte, Kampagnenpläne und Briefing-Formulare
- → Reale Zahlenbeispiele aus dem deutschen Tankstellenmarkt 2024–2026
- → FAQ mit den 15 häufigsten Praxis-Fragen und direkten Antworten
- → Vollständiges Glossar aller wichtigen Fachbegriffe
- → Branchenressourcen: Verbände, Tools, Lieferanten

So nutzt du dieses Handbuch optimal

→ Lies jeden Abschnitt vollständig durch, bevor du anfängst umzusetzen

→ Nutze die Sofortmaßnahmen-Checklisten am Ende jedes Kapitels – hake konsequent ab

→ Starte mit Kapitel 1 (Shop & Margen) – es bringt die schnellsten messbaren Ergebnisse

→ Nutze den KPI-Tracker in Kapitel 5 um Fortschritte sichtbar zu machen

→ Drucke die Vorlagen im Bonus-Kapitel aus und laminiere die Schicht-Karte

→ Plane Kampagnen 4–6 Wochen im Voraus – Spontankampagnen funktionieren selten

PERSÖNLICHER SUPPORT

Fragen zu einzelnen Strategien? Schreib an **kontakt@tankstellen-booster.de** mit dem Betreff **„Handbuch-Frage"**. Du bekommst innerhalb von 48 Stunden eine persönliche Antwort.

KAPITEL 01 / 06

Shop & Margen-Maximierung

Wie du mit denselben Kunden systematisch mehr verdienst – durch clevere Platzierung, Margen-Optimierung und psychologische Kaufanreize

Die drei Kaufzonen – so gestaltest du deinen Shop

Ein Tankstellen-Shop folgt eigenen Gesetzen: Kunden kommen spontan, haben wenig Zeit und treffen Kaufentscheidungen in Sekunden. Drei Zonen bestimmen, ob ein Kauf stattfindet oder nicht.

Zone	Funktion	Ideale Produkte	Häufigster Fehler
Eingangszone (erste 2 m)	Erster Eindruck, Orientierung	Saisonales Highlight, Tagesangebot, Kaffeeschild	Vollgestellt, unübersichtlich, kein klares Angebot
Hauptlaufweg	Verweildauer erhöhen, Entdecken	Margenstarke Dauerläufer, Getränke, Snacks	Leere Regale, zu breite Gänge ohne Anreize
Kassenzone (60 cm Radius)	Impulskäufe maximieren	Kaugummi, Riegel, Energy-Shots, USB-Kabel, Feuerzeuge	Nur Pflichtware, kein System, keine Aktionsschilder
Kaffeetheke	Margen-Anker, Verweildauer erhöhen	Kaffee, Cappuccino, Saisonal, Kombis	Schlecht beleuchtet, versteckt, kein Kombi-Angebot

Produktplatzierung & Kaufpsychologie

Produkte auf Augenhöhe (105–160 cm) verkaufen sich bis zu **3× besser** als Produkte auf Bodenhöhe. Hochmargige Produkte gehören auf Augenhöhe – Pflichtsortiment wie Motoröl darf weiter unten stehen.

Regalzone	Höhe	Welche Produkte	Verkaufsindex
Augenhöhe	105–160 cm	Hochmargen-Produkte, Impulskäufe, Neuheiten, Aktionsware	**100 (Basis)**
Greifhöhe	60–105 cm	Dauerläufer, bewährte Kombi-Angebote	**72**
Bückzone	0–60 cm	Pflichtsortiment, Großpackungen, Reinigungsmittel	38
Reckzone	>160 cm	Zweitplatzierungen, Saisonware, Deko	24

Margen-Analyse: Was wirklich Geld bringt

Produkt	Ø VK	Ø EK	Marge	DB/Stk	Priorität	Platzierung
Kaffee (Becher)	1,80 €	0,25 €	**86 %**	**1,55 €**	★★★★★ Top	Kasse + Eingang
Mineralwasser 0,5 L	1,29 €	0,20 €	**84 %**	**1,09 €**	★★★★★	Kühlregal Kasse
Energydrink 250 ml	1,89 €	0,75 €	60 %	1,14 €	★★★★	Kühlregal + Kasse
Sandwich / Wrap	3,90 €	1,80 €	54 %	2,10 €	★★★★	Neben Kaffeemaschine
Schokoladenriegel	1,29 €	0,55 €	57 %	0,74 €	★★★★	Kassenzone Augenhöhe
Kfz-Zubehör	9,99 €	4,50 €	55 %	5,49 €	★★★	Eingangsbereich
Motoröl 1 L	9,99 €	5,50 €	45 %	4,49 €	★★★ Pflicht	Bückzone
Zeitung / Zeitschrift	3,50 €	2,80 €	20 %	0,70 €	★★	Eingang
Zigaretten	8,50 €	7,80 €	8 %	0,70 €	★ Kundenbindung	Kasse (Pflicht)

Preis-Psychologie: Mehr verdienen ohne teurer zu sein

→ **Charm-Pricing:** 1,99 € verkauft sich deutlich besser als 2,00 €. Das Gehirn liest „1" zuerst. Nutze das bei Kaffee und Snacks konsequent

→ **Anker-Pricing:** „Großer Kaffee 2,50 € | Kleiner Kaffee 1,80 €" – durch den Anker wirkt der kleine wie ein Schnäppchen. Bon-Steigerung garantiert

→ **Bundle-Pricing:** „Kaffee + Snack = 3,49 €" – Einzeln wären es 3,79 €. 30 Cent Rabatt, aber 1,69 € Mehrerlös gegenüber nur Kaffee

→ **Mengen-Angebote:** „3 für 4,50 €" statt „1,59 € / Stück" erhöht den Durchschnittsbon ohne Preissenkung

→ **Schilder als stille Verkäufer:** Ein Schild „Kaffee + Croissant = 2,99 €" an der Kaffeemaschine verkauft auch wenn kein Mitarbeiter anspricht

Sortimentsanalyse: Die A-B-C-Methode

Nicht jedes Produkt verdient Platz auf Augenhöhe. Die A-B-C-Analyse hilft dir, dein Sortiment nach Deckungsbeitrag zu priorisieren:

Klasse	Anteil am Sortiment	Anteil am Deckungsbeitrag	Maßnahme
A-Artikel	20 % der Produkte	**60–70 % des DB**	Immer verfügbar, Augenhöhe, aktiv empfehlen
B-Artikel	30 % der Produkte	20–30 % des DB	Greifhöhe, Kombis bilden, regelmäßig checken
C-Artikel	50 % der Produkte	10 % des DB	Bückzone, quartalsweise auslisten wenn nötig

Warenmanagement & Bestellung optimieren

Kategorie	Min. Bestand	Bestellrhythmus	Lieferanten-Tipp
Kaffee-Rohware	14 Tage Verbrauch	Wöchentlich	Direktvertrag mit Röster für bessere Marge
Snacks & Süßes	7 Tage Verbrauch	2× wöchentlich	Metro, Selgros, Rewe Großhandel
Getränke (Kühl)	5 Tage Verbrauch	3× wöchentlich	Direktlieferung Getränkegroßhandel
Kfz-Zubehör	21 Tage Verbrauch	Monatlich	WESSELS, LIQUI MOLY Direktvertrag
Saisonprodukte	14 Tage (Saison)	Je nach Saison	Frühzeitig bestellen – 8 Wochen vorher!

✓ SOFORT-CHECKLISTE: SHOP & MARGEN

☐ Kaffeemaschine in den Kassenbereich oder Eingang versetzen · ☐ 1 Kombi-Angebot erstellen und beschildern (Kaffee + Snack) · ☐ Margenstarke Produkte auf Augenhöhe neben der Kasse · ☐ Saisonale Impulskäufe einführen · ☐ A-B-C-Analyse des Sortiments durchführen · ☐ Preisschilder überall sauber und lesbar

KAPITEL 02 / 06

Kundenbindung & Loyalitätsprogramme

Wie du Gelegenheitskunden in treue Stammkunden verwandelst – systematisch, messbar und nahezu kostenlos

Der Stammkunden-Effekt in Zahlen

Ein Stammkunde ist 5–7× günstiger zu halten als einen Neukunden zu gewinnen. Er gibt nicht nur mehr Geld aus – er empfiehlt dich weiter und ist preisunempfindlicher.

Kundentyp	Besuche/Monat	Ø Bon	Jahresumsatz	Empfehlungen/ Jahr
Gelegenheitskunde	1–2×	4,50 €	54–108 €	0–1
Wiederkehrender Kunde	4–6×	6,20 €	298–446 €	1–2
Stammkunde mit Treuekarte	8–12×	7,80 €	**749–1.123 €**	2–4
Loyaler Stammkunde + WhatsApp	**10–14×**	**10,50 €**	**1.260–1.764 €**	**4–8**

DER ENTSCHEIDENDE HEBEL

Ein einziger Gelegenheitskunde, der zum loyalen Stammkunden wird, steigert seinen Jahresumsatz bei dir von ca. 80 € auf über 1.500 € – das ist eine Steigerung von fast 2.000 % – ohne dass du einen einzigen neuen Kunden gewinnen musst. Eine 5 % Steigerung der Kundenbindungsrate erhöht den Gewinn laut Harvard Business Review um 25–95 %.

Das Stempelkarten-System: Vollständige Umsetzung

→ **Schritt 1 – Konzept wählen:** „10× Kaffee kaufen → 1× gratis" ist der bewährte Klassiker. Alternativ: „Jeder 10. Tankstopp → 5 € Shopgutschein" oder „5 Stempel → Gratis-Snack"

→ **Schritt 2 – Karten drucken:** flyeralarm.de oder viaprinto.de. 500 Karten für ca. 35–50 €. Format: Visitenkartenformat (85×54 mm) – passt in jede Geldbörse. Stempel kaufen: ~15 €

→ **Schritt 3 – Team schulen:** Jeder Mitarbeiter fragt JEDEN Kunden proaktiv. Nicht erst wenn gefragt wird. Ziel: 5 Karten pro Tag pro Mitarbeiter ausgeben

→ **Schritt 4 – Digitale Ergänzung:** WhatsApp Business App installieren (kostenlos). Kunden per Aushang an der Kasse einladen: „Aktionen & Spar-Tipps – folge uns auf WhatsApp"

→ **Schritt 5 – Erfolg messen:** Wöchentlich zählen: Wie viele Karten ausgegeben? Wie viele eingelöst? Conversion-Rate verfolgen

WhatsApp-Marketing: Fertige Vorlagen zum Kopieren

WOCHENANGEBOT

"Diese Woche bei uns: Kaffee + Croissant für nur 2,50 € (statt 3,30 €). Nur bis Sonntag! ☕"

SAISONAL (WINTER)

"Der Winter kommt! Hol dir unseren Wintercheck: Frostschutz + Scheiben reinigen – kostenlos diese Woche."

GEWINNSPIEL

"Gewinnspiel! Ab 30L tanken und mitmachen – 50€-Tankgutschein zu gewinnen. Einfach an der Kasse melden!"

BEWERTUNGSANFRAGE

"Hat dir dein Besuch heute gefallen? Wir freuen uns über eine Google-Bewertung – hier der direkte Link: [Link]"

WHATSAPP BEST PRACTICES

Sende maximal 1–2 Nachrichten pro Monat. Mehr = Abmeldungen. Nutze ausschließlich die WhatsApp Business App (nicht API), um DSGVO-konform zu bleiben. Immer eine Abmeldemöglichkeit nennen.

Loyalitätsprogramme im Vergleich

Programm	Kosten/Monat	Wirkung	Aufwand	Empfehlung
Stempelkarte (physisch)	~0,10 €/Stk	**Hoch**	**Sehr gering**	**Sofort starten**
WhatsApp-Newsletter	0 €	**Sehr hoch**	**Gering**	**Parallel starten**
Digitale App (Stamp Me)	0–29 €	**Sehr hoch**	Mittel	Ab Monat 3
Punkte-System (Software)	50–150 €	**Sehr hoch**	Hoch	Für größere Betriebe
Digitale Stempelkarte (App)	0–30 €	**Hoch**	Mittel	Ab 200 Kunden/Tag

Beschwerdemanagement: Verlorene Kunden zurückgewinnen

Das Service Recovery Paradox zeigt: Ein Kunde, dessen Problem professionell gelöst wurde, ist oft loyaler als ein Kunde der nie ein Problem hatte. Nutze das.

→ **Sofort reagieren:** Jede Beschwerde – persönlich oder online – innerhalb von 24 Stunden beantworten

→ **Zuhören ohne Unterbrechen:** „Ich verstehe Sie. Das tut mir leid." – keine Rechtfertigungen, keine Ausreden

→ **Lösung anbieten:** Gratis-Kaffee, Gutschein, aufrichtige Entschuldigung – der Wert ist gering, die Wirkung enorm

→ **Nachfassen:** Beim nächsten Besuch kurz fragen: „Hat sich alles gelöst?" – erzeugt Stammkunden-Loyalität

→ **Google-Bewertungen:** Auf negative Bewertungen immer professionell und lösungsorientiert antworten – öffentlich sichtbar

✓ SOFORT-CHECKLISTE: KUNDENBINDUNG

☐ Stempelkarten bestellen (500 Stk. ca. 35–50 €) · ☐ Team briefen: aktiv bei JEDEM Kunden Karten ausgeben · ☐ WhatsApp Business einrichten + Aushang aufhängen · ☐ Google Business Profil prüfen und Fotos aktualisieren · ☐ QR-Code für WhatsApp-Anmeldung erstellen und aufhängen · ☐ Ersten WhatsApp-Rundbrief versenden

KAPITEL 03 / 06

Digitales Marketing & Online-Präsenz

Wie du mit minimalem Budget maximale lokale Sichtbarkeit erreichst – und Neukunden gewinnst bevor sie die Straße betreten

73 % aller Tankstellenbesuche werden spontan entschieden – viele davon nach einer kurzen Google-Suche auf dem Smartphone. Wer in diesem Moment nicht sichtbar ist, verliert Kunden an die Konkurrenz bevor der Fahrer überhaupt in deine Nähe kommt. Die gute Nachricht: Die wichtigsten Maßnahmen kosten nichts – nur Aufmerksamkeit.

Google Business Profil: Dein wichtigstes Online-Tool

Das Google Business Profil erscheint wenn jemand „Tankstelle in der Nähe" sucht. Richtig optimiert bist du ganz oben – kostenlos. Einrichtung: einmalig 45 Minuten. Pflege: 15 Minuten/Woche.

Element	Warum wichtig	Wie optimieren	Zeitaufwand
Öffnungszeiten	Häufigste Suchanfrage überhaupt	Immer aktuell, alle Feiertage eintragen	5 Min./Monat
Fotos (min. 10)	Profile mit Fotos erhalten 35 % mehr Klicks	Innen, Außen, Kaffee, Shop, Team, Nacht	Einmalig 30 Min.
Beschreibung	Keywords für lokale Suche	Stadt, Produkte, Besonderheiten nennen	Einmalig 10 Min.
Bewertungen	Nr. 1 Vertrauensfaktor für Neukunden	Aktiv sammeln, auf ALLE antworten	10 Min./Woche
Google-Posts	Aktualität und Engagement signalisieren	1× pro Woche Angebot oder News posten	5 Min./Woche
Fragen & Antworten	Vertrauensaufbau + SEO-Boost	Top-5-Fragen selbst stellen und beantworten	Einmalig 20 Min.

Bewertungsmanagement: Dein Online-Ruf ist bares Geld

4,5 Sterne auf Google bringen nachweislich 25–30 % mehr Walk-in-Kunden als 3,8 Sterne. Jede Bewertung ist eine Chance.

→ **QR-Code an der Kasse:** „Hat dir gefallen? Bewerte uns!" – QR-Code direkt zur Google-Bewertungsseite. Kostenloses Tool: qr-code-generator.com

→ **Aktiv ansprechen:** Mitarbeiter fragen zufriedene Stammkunden persönlich: „Dürfen wir um eine kurze Google-Bewertung bitten?"

→ **Auf alle Bewertungen antworten:** Positive Bewertungen mit Dank quittieren. Negative professionell und lösungsorientiert kommentieren – nie defensiv

→ **Ziel: 4,5+ Sterne mit 50+ Bewertungen** – ab diesem Schwellenwert steigt die Klickrate auf dein Profil deutlich

Social Media: Was wirklich funktioniert

Kanal	Zielgruppe	Bester Content-Typ	ROI	Aufwand
Facebook	35–65 Jahre, Autofahrer	Posts, Angebote, Gewinnspiele, Events	**Sehr hoch**	**Gering**
Instagram	18–45 Jahre	Fotos, Stories, kurze Reels	**Hoch**	Mittel
Google Posts	Alle Suchenden	Angebote, Öffnungszeiten, News	**Sehr hoch**	**Sehr gering**
WhatsApp	Stammkunden	Direkte Angebote, Aktionen	**Top**	**Sehr gering**
TikTok	16–35 Jahre	Kurze Videos, Behind the Scenes	Mittel	Hoch

Content-Kalender: 52 Wochen Ideen

→ „Tipp der Woche" – Reifendruck, Sprit sparen, Motorcheck

→ „Mitarbeiter des Monats" – Team zeigen, Vertrauen aufbauen

→ Wochenangebot mit Produktfoto und Preis

→ Behind the Scenes – Morgenroutine, Regale auffüllen

→ Saisonaler Tipp – Frostschutz, Sommerreifen, Urlaubscheck

→ Gewinnspiel – lokal, einfach, echter Preis

→ Kundenstimmen (mit Erlaubnis) – kurzes Video oder Zitat

→ „Wusstest du?" – interessante Fakten über deine Tankstelle

→ Vorher-Nachher: Kassenzone neu gestaltet, neues Angebot

→ Lokale Kooperation ankündigen (z.B. mit Bäcker)

→ Jubiläum / Geburtstag der Tankstelle feiern

→ Neue Produkte vorstellen mit ehrlicher Empfehlung

Lokales SEO: Online gefunden werden ohne Budget

- → **Konsistente NAP-Daten:** Name, Adresse, Telefonnummer überall identisch – auf Google, Website, Facebook, Branchenbüchern. Abweichungen schaden dem Ranking
- → **Lokale Keywords auf der Website:** „Tankstelle [Stadtname]", „[Stadtteil] Tankstelle" aktiv auf der Website verwenden
- → **Branchenverzeichnisse:** Kostenlosen Eintrag bei Das Örtliche, Gelbe Seiten, Yelp erstellen. Jeder Eintrag stärkt das lokale Google-Ranking
- → **Bezahlte Werbung (optional):** Google Maps Ads: 2–5 €/Tag um als „Gesponsert" in der Nähe zu erscheinen. Facebook Local Ads: 3–7 €/Tag, 5-km-Radius

✓ SOFORT-CHECKLISTE: DIGITALES MARKETING

☐ Google Business Profil anlegen oder vollständig ausfüllen · ☐ 10 aktuelle Fotos hochladen (Innen, Außen, Kaffee, Team) · ☐ QR-Code für Google-Bewertungen erstellen und aufhängen · ☐ Ersten Google-Post mit aktuellem Angebot veröffentlichen · ☐ Facebook/Instagram-Seite einrichten oder reaktivieren · ☐ NAP-Daten auf allen Plattformen überprüfen und vereinheitlichen

KAPITEL 04 / 06

Mitarbeiterführung & Training

Dein Team ist dein größter Wachstumshebel – gut geschulte Mitarbeiter steigern den Tagesumsatz um 15–25 % ohne neue Produkte oder Werbebudget

Deine Mitarbeiter haben täglich hunderte direkte Kundenkontakte. Jeder dieser Kontakte ist eine Verkaufsmöglichkeit – oder eine verpasste. Ein gut geschulter Mitarbeiter kann den Tagesumsatz um 15–25 % steigern ohne neue Produkte, ohne Werbebudget, ohne Preisanpassungen.

Das 3-Säulen-Training für Upselling

Säule	Inhalt	Dauer	Methode
1. Wissen	Welche Produkte haben hohe Margen? Was sind die Tagesangebote? Was ist das Ziel heute?	5 Min./Schicht	Briefing zu Schichtbeginn
2. Technik	Die 5 Kernsätze für Upselling, Körpersprache, Timing, Umgang mit Ablehnung	30 Min. einmalig	Rollenspiel im Team
3. Übung	Tägliches Anwenden, wöchentliches Feedback, Erfolge sichtbar feiern	Laufend	Wöchentliches 5-Min.-Feedback

Die 5 Kernsätze – Upselling ohne Aufdringlichkeit

Diese fünf Sätze decken 90 % aller Upselling-Situationen ab. Übe sie mit deinem Team bis sie natürlich klingen:

☕ KAFFEE

"Darf ich Ihnen noch schnell einen Kaffee dazu machen? Wir haben gerade frisch aufgebrüht."

KOMBI

"Haben Sie schon unser Tagesangebot gesehen? Kaffee + Croissant für nur 2,50 €."

NEUHEIT

"Wir haben gerade [neues Produkt] bekommen – viele Stammkunden sind begeistert. Möchten Sie es probieren?"

TREUEKARTE

"Haben Sie schon unsere Treuekarte? Beim 10. Kaffee bekommen Sie einen gratis."

SAISONAL

"Perfekt für die Jahreszeit: Diese Woche haben wir [Saisonprodukt] – haben Sie das schon gesehen?"

Motivation & Incentive-Systeme

Incentive	Kosten/Monat	Wirkung	Umsetzung
Kaffee-Wettbewerb	20–50 € Bonus	**Sehr hoch**	Wer verkauft die meisten Kaffees diese Woche?
Treuekarten-Ranking	10–20 € Bonus	**Hoch**	Monatliches Ranking: Wer gibt die meisten Karten aus?
Team-Bon-Ziel	50–100 € Team	**Hoch**	Wenn Team-Ø-Bon über 7 € → Pizzaessen für alle
Mitarbeiter des Monats	0 € (öffentliches Lob)	Mittel	Foto an der Kasse, Erwähnung auf Social Media

Schichtplanung nach Frequenzkurve

Tageszeit	Frequenz	Personal-Empfehlung	Upselling-Fokus
06:00–09:00 (Morgenrush)	**Sehr hoch**	2–3 Personen	Kaffee + Frühstück aktiv ansprechen
09:00–12:00 (Vormittag)	Mittel	1–2 Personen	Tagesangebot kommunizieren
12:00–14:00 (Mittagsrush)	**Hoch**	2 Personen	Sandwich + Getränk Kombi
14:00–17:00 (Nachmittag)	Niedrig	1 Person	Regale auffüllen, Kassenzone pflegen
17:00–20:00 (Abendrush)	**Sehr hoch**	2 Personen	Snack + Energie für den Abend
20:00–06:00 (Abend/Nacht)	Niedrig–Mittel	1 Person	Sicherheit, Sauberkeit, Vorbereitung Morgen

✓ SOFORT-CHECKLISTE: MITARBEITERFÜHRUNG

☐ Tägliches 5-Minuten-Briefing einführen (ab morgen) · ☐ Die 5 Kernsätze im nächsten Team-Meeting üben · ☐ Kaffee-Wettbewerb diese Woche starten · ☐ Stempelkarten-Ausgabe pro Mitarbeiter wöchentlich zählen · ☐ Wöchentliches kurzes Feedback-Gespräch einführen · ☐ Incentive-System für nächsten Monat festlegen

KAPITEL 05 / 06

Finanzen & Controlling

Die Kennzahlen die du täglich kennen musst – und wie du sie für messbares Wachstum nutzt. Ohne diese Zahlen steuerst du blind.

Die 10 KPIs die jeder Tankstellenbetreiber kennen muss

#	KPI	Was es misst	Zielwert	Wie messen
1	**Tagesrohertrag Shop**	Tägliche Profitabilität des Shops	**>350 €/Tag**	Kassenbericht täglich
2	**Durchschnittsbon**	Erfolg des Upsellings	**>6,50 €**	Umsatz ÷ Transaktionen
3	**Kaffees/Tag**	Hochmargensektor-Nutzung	Trend steigend	Maschinenzähler täglich
4	**Kundenfrequenz/Tag**	Besucheranzahl Tankstelle	Trend messen, +5 %	Kassensystem
5	**Treuekarten ausgegeben**	Kundenbindungs-Aufbau	**>5/Tag**	Manuelle Zählung Team
6	**Rohertragsmarge Shop**	Gesamtprofitabilität Shop	**>38 %**	Monatsbuchhaltung
7	**Personalkosten/Umsatz**	Personaleffizienz	**<25 %**	Monatsbuchhaltung
8	**Warenverderb**	Lager- und Bestelleffizienz	<1 % Umsatz	Wöchentliche Kontrolle
9	**Google-Bewertung**	Online-Reputation	**>4,5 Sterne**	Google Business wöchentlich
10	**Stornoquote**	Kassenqualität & Schulung	<0,5 %	Kassenbericht täglich

Der Wochenreport – Vorlage zum Ausdrucken

Kennzahl	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So	Ø / Summe
Umsatz gesamt (€)	____	____	____	____	____	____	____	____
Shop-Rohertrag (€)	____	____	____	____	____	____	____	____
Kaffees	____	____	____	____	____	____	____	____
Ø Bon (€)	____	____	____	____	____	____	____	____
Treuekarten ausgegeben	____	____	____	____	____	____	____	____
Kunden gesamt	____	____	____	____	____	____	____	____

ROI-Rechnung für typische Investitionen

Investition	Kosten/Jahr	Mehrertrag/Jahr	ROI	Amortisation
Stempelkarten (500 Stk.)	50 €	3.500 €	**6.900 %**	<1 Woche
WhatsApp Business	0 €	2.000 €	**∞**	Sofort
Google Business optimieren	0 €	1.500 €	**∞**	Sofort
Digitale Treuekarten-App	600 €/Jahr	3.500 €	**483 %**	2 Monate
Google Maps Ads (3 Monate)	450 €	1.200 €	**167 %**	1,5 Monate
Facebook Local Ads (3 Monate)	270 €	800 €	**196 %**	1 Monat

Kostentreiber erkennen und eliminieren

Kostentreiber	Typischer Anteil	Einsparpotenzial	Maßnahme
Personalkosten	20–30 % Umsatz	5–8 %	Schichtoptimierung an Stoßzeiten anpassen; weniger in ruhigen Zeiten
Warenverderb & Schwund	1–3 %	30–50 %	FIFO-System konsequent, häufigere Kontrollen, Bestellmengen reduzieren
Energiekosten	3–5 %	15–25 %	LED-Umrüstung, Nachtstromtarif, Smart Metering einführen
Überbestand	1–2 %	30–50 %	Kleinere, häufigere Bestellungen – FIFO konsequent umsetzen
Zahlungsgebühren	0,5–1 %	20–30 %	Konditionen mit Bank jährlich neu verhandeln

✓ SOFORT-CHECKLISTE: FINANZEN & CONTROLLING

☐ Tagesabschluss-Routine einführen: Kaffees, Bon, Treuekarten täglich notieren · ☐ Wochenreport-Vorlage ausdrucken und ab sofort nutzen · ☐ Top-3 Kostentreiber im eigenen Betrieb identifizieren · ☐ Liquiditätspuffer aufbauen: Ziel = 2 Monats-Fixkosten · ☐ Monatliche Betriebsanalyse im Kalender terminieren (60 Min.) · ☐ ROI-Rechner für nächste geplante Investition ausfüllen

Saisonale Kampagnen & Aktionen

Der vollständige Jahreskalender mit fertigen Kampagnenplänen – zum direkten Kopieren, Anpassen und Umsetzen

Der vollständige Jahreskalender

Monat	Anlass	Produkt-Fokus	Aktions-Idee	Budget	Aufwand
Januar	Neujahr, Kälte	Frostschutz, wärmende Getränke	„Frisch-Start-Bundle": Kaffee + Wärmer	30 €	Gering
Februar	Valentinstag	Süßigkeiten, Blumen (Kooperation)	„Liebes-Kombi": Rose + Pralinés	20 €	Gering
März	Frühjahr, Reifenwechsel	Reiniger, Politur, Frühlingssnacks	„Frühjahrscheck" kostenlos bei Tankstopp	0 €	Gering
April	Ostern	Ostersüßigkeiten, Reiseproviant	„Oster-Überraschungspaket" ab 30 L tanken	50 €	Mittel
Mai	Muttertag, Frühjahr	Blumen, Snacks, Energydrinks	„Mama's Lieblingsstation" – Blume gratis	40 €	Mittel
Juni	Sommeranfang, Ferien	Kühlgetränke, Eis, Grillzubehör	„Sommer-Starter" – Eis gratis ab 25 L	30 €	Gering
Juli	Ferienzeit, Urlaub	Reiseproviant, Snackboxen	„Urlaubspaket – Snackbox 3,99 €"	20 €	Gering
August	Ferienende, Schulstart	USB-Kabel, Energie-Snacks	„Back to School" – Schüler-Kombi	20 €	Gering
September	Herbst, Oktoberfest	Heißgetränke, Herbstsnacks	„Herbst-Wärmer" – Punsch-Spezialität	25 €	Gering
Oktober	Halloween, Herbst	Süßigkeiten, Frostschutz	Gratis-Süßigkeit für Kinder + Wintercheck	30 €	Gering
November	Black Friday, Advent	Shop-Aktionen, Geschenke	„Tankstellen Black Friday" – 20 % auf Zubehör	0 €	Gering
Dezember	Advent, Weihnachten	Glühwein-Punsch, Adventsartikel	„Adventskalender-Aktion" – täglich was anderes	100 €	Mittel

5 fertige Kampagnen zum direkten Kopieren

KAMPAGNE 1: MORGENROUTINE | JAN–MRZ | BUDGET: 50 €

Angebot: Kaffee + Laugenbrezel: 2,29 € (statt 3,10 €) | **Kommunikation:** Schild am Eingang, WhatsApp-Nachricht montags | **Ziel:** Morgenfrequenz steigern, Stammkunden aufbauen | **Messung:** Kaffeeverkauf 7–9 Uhr vor und nach Kampagne vergleichen

KAMPAGNE 2: SOMMER-ERFRISCHUNG | JUN–AUG | BUDGET: 30 €

Angebot: Eiskaffee + Snack für 2,99 € | **Kommunikation:** Instagram-Post, Schild an Zapfsäule | **Ziel:** Mittagsumsatz steigern, neue jüngere Kunden gewinnen | **Messung:** Mittagsumsatz 12–14 Uhr vor und nach Kampagne

KAMPAGNE 3: WINTERCHECK | OKT–NOV | BUDGET: 0 €

Angebot: Scheibenwaschanlage auffüllen + Reifendruckcheck kostenlos bei jedem Tankstopp | **Ziel:** Frequenz steigern, klare Differenzierung vom Wettbewerb | **Messung:** Frequenz und Neukunden im Oktober vs. September

KAMPAGNE 4: TREUEKARTEN-LAUNCH | JEDERZEIT | BUDGET: 50 €

Angebot: „Heute neu: Deine Treuekarte – 10× Kaffee = 1 gratis!" | **Kommunikation:** Jeder Mitarbeiter spricht jeden Kunden an, Schild an Kasse | **Ziel:** 100 Karten in der ersten Woche ausgeben | **Messung:** Ausgegebene und eingelöste Karten monatlich zählen

KAMPAGNE 5: KOOPERATIONS-BUNDLE | GANZJÄHRIG | BUDGET: 0 €

Partner: Lokaler Bäcker + deine Tankstelle = „Frühstücks-Bundle" | **Angebot:** Brötchen vom Bäcker (EK 0,80 €) + Kaffee (EK 0,25 €) → VK: 2,99 € → DB: 1,94 € | **Vorteil:** Marketing-Kosten teilen sich beide Seiten | **Messung:** Bundle-Verkäufe pro Woche

✓ SOFORT-CHECKLISTE: SAISONALE KAMPAGNEN

☐ Jahreskalender ausdrucken und 12 Aktionen eintragen · ☐ Nächste Kampagne 4–6 Wochen im Voraus planen · ☐ Kampagnen-Erfolgsmessung nach jeder Aktion ausfüllen · ☐ Lokalen Partner für Kooperation ansprechen · ☐ Erstes Team-Briefing zur Kampagne 2 Tage vorher

BONUS-KAPITEL

Vorlagen, Checklisten & Werkzeuge

Vorlage 1: Täglicher Betriebsbericht

Datum: _____ **Wetter:** _____ **Schicht:** _____ **Verantwortlich:** _____			
Kraftstoff gesamt: _____ €	**Shop-Umsatz:** _____ €	**Kaffees verkauft:** _____ Stück	**Ø Bon:** _____ €
Kunden gesamt: _____	**Treuekarten ausgegeben:** _____ Stück	**WhatsApp neue Kontakte:** _____	**Google Bewertungen neu:** _____
Top-Produkt heute: _____	**Beschwerde/Problem:** _____	**Morgen: Tagesangebot:** _____	

Vorlage 2: Team-Briefing-Karte (laminieren!)

DATUM: _____ **|** **SCHICHT:** _____ **|** **TEAM:** _____	
TAGESANGEBOT Produkt: _____ Preis: _____ € Wer spricht es an: _____	**UPSELLING-SATZ HEUTE** "_____ _____ _____"
HEUTIGES ZIEL Kaffees: _____ | Treuekarten: _____ | Bon-Ziel: _____ €	**TIPP DES TAGES** _____ _____

Die ultimative Schicht-Checkliste

☐ Schichtbeginn

- ☐ Kaffeemaschine eingeschaltet und Wasser aufgefüllt
- ☐ Tagesangebot an Kasse aufgestellt und beschriftet
- ☐ Kassenzone auf Vollständigkeit geprüft
- ☐ Treuekarten griffbereit an der Kasse
- ☐ Eingangsbereich sauber und einladend
- ☐ Preisschilder vollständig und lesbar
- ☐ Kühlregal aufgefüllt und Temperatur gecheckt
- ☐ Team-Briefing durchgeführt

⚡ Während der Schicht

- ☐ Kunden aktiv auf Kaffee / Tagesangebot ansprechen
- ☐ Treuekarten aktiv ausgeben – bei JEDEM Kunden
- ☐ Regale kontinuierlich nachfüllen
- ☐ Kassenzone sauber halten
- ☐ Kundenfeedback notieren

☐ Schichtende

- ☐ Tagesabschluss: Umsatz, Kaffees, Treuekarten notieren
- ☐ Kassenzone für Nachschicht vorbereiten
- ☐ Kühlregal für morgen auffüllen
- ☐ Auffälligkeiten eintragen

Jahres-KPI-Tracker

KPI	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Shop-Rohertrag (€)	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____
Kaffees/Tag (Ø)	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____
Ø Bon (€)	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____
Treuekarten/Monat	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____
Google-Bewertung	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____
Personalkosten (%)	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____	____

Die wichtigsten Fachbegriffe

A-Artikel	Produkte der Top-20 % des Sortiments. Erwirtschaften 60–70 % des gesamten Deckungsbeitrags. Müssen immer verfügbar sein und auf Augenhöhe platziert werden. Regelmäßige Analyse verhindert, dass Hochläufer durch Bestandsprobleme Umsatz vernichten.
Anker-Pricing	Psychologische Preistechnik: Ein teures Produkt (Anker) lässt günstigere Alternativen als Schnäppchen wirken. Beispiel: „Großer Kaffee 2,50 € | Kleiner Kaffee 1,80 €" – der kleine wirkt günstig durch den Anker. Erhöht den Durchschnittsbon ohne Rabattierung.
Bundle-Pricing	Bündelung mehrerer Produkte zu einem kombinierten Preis. Beispiel: „Kaffee + Snack = 3,49 €" statt Einzelkauf für 3,79 €. Für den Kunden ein Vorteil – für die Tankstelle ein höherer Gesamtbon und oft bessere Marge als beim Einzelverkauf.
Charm-Pricing	Preisgestaltung mit „.99"-Endung. 1,99 € wirkt psychologisch deutlich günstiger als 2,00 €, obwohl der Unterschied 1 Cent beträgt. Das Gehirn liest die erste Ziffer, nicht die letzte. Besonders wirksam bei Impulskaufprodukten wie Kaffee und Snacks.
Conversion Rate	Anteil der Tankstellenbesucher, die auch etwas im Shop kaufen. Ziel für Tankstellen: mehr als 30 % der Tankkunden betreten und kaufen im Shop. Steigerung durch aktives Ansprechen, attraktive Angebote und gute Kassenzonengestaltung.
Cross-Selling	Aktives Anbieten ergänzender Produkte zum Hauptkauf. Beispiel: Motoröl kaufen → Ölfilter empfehlen. Oder: Kaffee kaufen → Snack anbieten. Erhöht den Bon ohne Neukundengewinnung und nutzt bestehende Kaufbereitschaft optimal.
Deckungsbeitrag (DB)	Verkaufspreis minus variable Kosten (Wareneinsatz). Zeigt was ein Produkt wirklich zur Deckung der Fixkosten und zum Gewinn beiträgt. Wichtiger als der Umsatz: Ein 9,99 €-Motoröl mit 45 % Marge bringt 4,49 € DB. Ein 1,80 €-Kaffee mit 86 % Marge bringt 1,55 € DB – aber viel häufiger.
Durchschnittsbon	

	Gesamtumsatz geteilt durch Anzahl der Transaktionen. Wichtigste KPI für den Upselling-Erfolg. Eine stetig steigende Tendenz zeigt, dass das Team wirksam Zusatzverkäufe erzeugt. Zielwert: über 6,50 €. Jeder Cent mehr multipliziert sich über die tägliche Kundenzahl.
Endowment-Effekt	Psychologisches Phänomen: Menschen schätzen Dinge, die sie „besitzen", höher als Dinge die sie nicht besitzen. Eine Stempelkarte in der Tasche erzeugt Zugehörigkeit zur Tankstelle. Kunden tanken lieber dort – auch wenn der Preis 1–2 Cent höher ist. Kosten pro Karte: 0,10 €.
FIFO	First In, First Out – Lagerverwaltungsprinzip: Die älteste Ware wird zuerst verkauft. Reduziert Warenverderb und Abschriften entscheidend. Bei verderblichen Produkten (Sandwiches, Milch, frische Snacks) besonders wichtig. Spart bei konsequenter Umsetzung 30–50 % der Verderb-Kosten.
Impulskauf	Ungeplanter Kauf, der durch Sichtbarkeit, Platzierung oder aktives Ansprechen ausgelöst wird. Mehr als 70 % aller Kaufentscheidungen im Tankstellenshop sind Impulskäufe. Bedeutet: Die Platzierung entscheidet mehr als das Produkt selbst. Kassenzone ist die wichtigste Impulskaufzone.
KPI	Key Performance Indicator – Schlüsselkennzahl zur Messung und Steuerung des Unternehmenserfolgs. Ein Betrieb der seine KPIs täglich kennt und beobachtet, kann Probleme früh erkennen und gegensteuern bevor sie groß werden. Ohne KPIs steuert man blind.
NAP-Daten	Name, Address, Phone – die drei Kernangaben eines Unternehmens im Internet. Müssen auf allen Plattformen (Google, Website, Facebook, Branchenbücher) identisch sein. Abweichungen verwirren Google und verschlechtern das lokale Suchranking spürbar.
ROI	Return on Investment – Rendite einer Investition. Formel: (Mehrertrag − Investition) ÷ Investition × 100 = ROI in %. Eine Stempelkarten-Investition von 50 € die 3.500 € Mehrertrag bringt hat einen ROI von 6.900 %. Entscheidungsgrundlage für jede Ausgabe.
Rohertrag	Umsatz minus Wareneinsatz. Was nach Abzug der direkten Produktkosten übrig bleibt, bevor Fixkosten (Miete, Personal, Energie) abgezogen werden. Wichtigste Gewinnkennzahl für Tankstellenbetreiber. Ziel: Shop-Rohertragsmarge über 38 %.
Service Recovery Paradox	Phänomen aus der Verhaltenspsychologie: Ein Kunde, dessen Problem professionell und schnell gelöst wurde, ist danach oft loyaler als ein Kunde, der

	nie ein Problem hatte. Beschwerden sind Chancen – wenn sie richtig gehandhabt werden. Voraussetzung: sofortige Reaktion und aufrichtige Lösung.
Upselling	Aktives Anbieten eines zusätzlichen oder hochwertigeren Produkts beim bestehenden Kauf. Ziel: Erhöhung des Durchschnittsbons. Wichtig: Upselling funktioniert nur wenn es nicht aufdringlich wirkt. Die 5 Kernsätze aus Kapitel 4 sind so formuliert, dass sie natürlich klingen und die Kaufentscheidung dem Kunden überlassen.

FAQ – HÄUFIGE FRAGEN

Die 15 wichtigsten Fragen aus der Praxis

Wie schnell sehe ich erste messbare Ergebnisse?

> Die schnellsten Maßnahmen (Kaffeemaschine umstellen, Kassenzone optimieren, Team kurz briefen) zeigen in 1–2 Wochen messbare Ergebnisse am Tagesabschluss. Kundenbindungssysteme wie Stempelkarten brauchen 4–6 Wochen bis der Effekt deutlich spürbar wird. Digitale Maßnahmen (Google Business, WhatsApp) entfalten ihre volle Wirkung nach 2–3 Monaten.

Ich habe nur 2 Mitarbeiter – lohnt sich das Training trotzdem?

> Gerade dann: Bei kleinen Teams ist die Wirkung pro Mitarbeiter besonders groß. Ein einziges 30-Minuten-Gespräch über die 5 Kernsätze zeigt sofortige Wirkung. Kleine Teams haben außerdem den Vorteil, dass Änderungen schneller umgesetzt werden als in größeren Strukturen.

Gilt das auch für Franchise-Tankstellen (Aral, Shell, BP)?

> Ja – die meisten Strategien (Upselling-Training, Kundenbindung über Stempelkarten, WhatsApp-Marketing, Kassenzone) sind bei allen Betriebstypen anwendbar. Bei sichtbaren Veränderungen am Franchisesystem (z.B. Umbau, CI-Anpassungen) immer zuerst den Franchise-Betreuer fragen. Die Umsetzung aller anderen Maßnahmen liegt in deinem Ermessen.

Muss ich viel Geld investieren um diese Strategien umzusetzen?

> Nein. Die wirkungsstärksten Maßnahmen kosten praktisch nichts: Kaffeemaschine umstellen (0 €, 15 Minuten), Team briefen (0 €, 30 Minuten), WhatsApp Business einrichten (0 €), Google Business optimieren (0 €). Stempelkarten: ca. 35–50 € für 500 Stück. Der ROI dieser Maßnahmen ist mehrere tausend Prozent – keine andere Investition zahlt sich so schnell aus.

Was tue ich wenn eine Kampagne nicht die gewünschten Ergebnisse bringt?

> Analysiere drei Faktoren: (1) War das Angebot attraktiv genug? (2) War die Kommunikation sichtbar genug? (3) Hat das Team aktiv mitgemacht? Ändere gezielt einen Faktor und wiederhole den Test. Kampagnen, die beim ersten Mal nicht funktionieren, sind oft Kommunikationsprobleme – nicht Angebotsprobleme.

Wie messe ich den Erfolg von WhatsApp-Marketing?

> Vergleiche Frequenz und Bon an Tagen mit und ohne WhatsApp-Nachricht. Frage Stammkunden direkt: „Haben Sie unsere WhatsApp-Nachricht gesehen?" 20–30 % Ja-Antworten bedeuten eine erfolgreiche Kampagne. Beim Gewinnspiel: Zähle die Meldungen an der Kasse. Langfristig: Vergleiche Monats-Umsätze vor und nach der WhatsApp-Einführung.

Lohnt sich ein digitales Kassensystem für meine Tankstelle?

> Ab ca. 250.000 € Jahres-Shop-Umsatz ja. Darunter reicht physische Stempelkarte + WhatsApp vollkommen aus und ist oft wirkungsvoller weil einfacher. Ein gutes digitales Kassensystem kostet 50–150 €/Monat und bringt vor allem bei mehreren Standorten oder wenn du detaillierte Produktanalysen willst deutlichen Mehrwert.

Wie gehe ich mit einem Konkurrenten um, der dauerhaft günstiger ist?

> Preiskampf ist ein Verlustgeschäft für alle Beteiligten – und einer, der größer ist, gewinnt immer. Die Strategie ist Differenzierung: Werde besser, nicht günstiger. Freundlicheres Team, sauberere Anlage, besserer Kaffee, einladendes Ambiente. Kunden zahlen gerne 2–3 Cent mehr pro Liter wenn das Gesamterlebnis stimmt. Das ist nachweislich belegt.

Was ist der schnellste einzelne Hebel mit der besten Wirkung?

> Die Kaffeemaschine sichtbar neben der Kasse oder am Eingang aufstellen. Diese eine Maßnahme, die 15 Minuten dauert und nichts kostet, bringt nachweislich 8–15 Kaffees mehr pro Tag. Bei 1,55 € Rohertrag pro Becher sind das 4.200–8.500 € zusätzlicher Jahresrohertrag – für 15 Minuten Arbeit.

Wie starte ich mit dem Jahreskalender wenn ich noch nie eine Kampagne gemacht habe?

> Starte mit Kampagne 4 (Treuekarten-Launch) – sie kostet wenig, hat klare Erfolgsmetriken und schult gleichzeitig das Team im aktiven Ansprechen. Danach folgt die nächste Saison-Kampagne. Nach drei Kampagnen läuft der Rhythmus automatisch und du brauchst maximal 30 Minuten pro Kampagne für die Planung.

Gilt die A-B-C-Analyse nur für Lebensmittel oder auch für andere Produkte?

> Für alle Produkte im Shop. Motoröl, Kfz-Zubehör, Zeitschriften, Tabakwaren – alles wird nach Deckungsbeitrag analysiert. Oft zeigt die Analyse, dass Tabakwaren trotz hohem Umsatz kaum Marge bringen (C-Artikel in Margenanalyse) während Kaffee und Energydrinks die eigentlichen Gewinnbringer sind.

Wie viele WhatsApp-Nachrichten pro Monat sind optimal?

> Maximum 2 Nachrichten pro Monat, optimal 1 Nachricht pro Woche wenn du wirklich relevante Inhalte hast. Mehr führt zu Abmeldungen. Qualität schlägt Quantität: Eine gut formulierte Nachricht mit einem echten Angebot wirkt besser als vier generische Nachrichten. Nutze Montag- oder Donnerstagmorgen für die höchste Lesequote.

Kann ich die Vorlagen in diesem Handbuch direkt nutzen?

> Ja – alle Vorlagen (Tagesbericht, Team-Briefing-Karte, Kampagnen-Erfolgsmessung, KPI-Tracker, Schicht-Checkliste) können beliebig oft ausgedruckt und direkt eingesetzt werden. Die Team-Briefing-Karte empfehlen wir laminiert aufzuhängen und täglich zu nutzen. Alle Inhalte sind für deinen persönlichen Gebrauch gedacht.

Brauche ich eine eigene Website für diese Strategien?

> Nein. Ein vollständig ausgefülltes Google Business Profil, eine aktive Facebook-Seite und WhatsApp Business ersetzen in den meisten Fällen eine eigene Website für lokale Tankstellen. Eine Website ist erst ab dem Zeitpunkt wichtig, wenn du aktiv Google-Ads-Traffic oder SEO-Traffic nutzen willst – das ist in der Regel ab Phase 2 relevant.

Wo bekomme ich persönliche Unterstützung bei der Umsetzung?

> Schreib direkt an kontakt@tankstellen-booster.de mit dem Betreff „Handbuch-Leser" und beschreibe deine Situation kurz. Du erhältst innerhalb von 48 Stunden eine persönliche Antwort. Für intensive Begleitung bietet TankstellenBooster auch 1:1 Coaching für Tankstellenbetreiber an – ein kostenfreies Erstgespräch (30 Min.) ist auf Anfrage möglich.

Jetzt liegt es an dir.

Du hast jetzt alle Strategien, Zahlen, Vorlagen und Werkzeuge.
Sechs vollständige Kapitel voller praxiserprobter Methoden aus dem deutschen Tankstellenmarkt.

Der nächste Schritt liegt allein bei dir. Nicht morgen.
Wähle eine einzige Maßnahme und setze sie noch diese Woche um.

„Wer aufhört, besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein."

· kontakt@tankstellen-booster.de

© 2026 TankstellenBooster · Adrian-Aurel Rotaru · Alle Rechte vorbehalten
Dieses Handbuch ist urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung oder Weitergabe ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.