

NEWS

Tankstation en laadplein

Hoe wachttijd bij de laadpaal waardevolle aandacht wordt

23 september 2026, Tobias Engl



De stekker klikt in de aansluiting, de balk op het scherm begint te stijgen. Vijfentwintig minuten stilstand wachten op de gast die nu uit de auto stapt. Op de paal verschijnt de laadstatus en daarnaast een aanbieding die precies bij dit moment past. ScreenWay ziet deze pauze als kans. De wachttijd wordt geen verloren tijd, maar waardevolle aandacht, zonder dat iemand zich bedrongen voelt.

Tankstations en laadpleinen zijn locaties voor Retail Media. Wie laadt, schenkt tijd en richt de blik op het scherm. ScreenWay maakt van dit oppervlak een meetbaar reclame- en winkelkanaal: de laadstatus, de hete koffie in de shop, het restaurant ernaast, het regionale aanbod, de tip voor de wasstraat. Aangestuurd wordt dat via anonieme, geaggregeerde signalen, zonder camera's en zonder persoonsherkenning, zodat het bereik aantoonbaar blijft en het vertrouwen groeit.

Retail Media werkt pas echt als relevantie en meetbaarheid samenkomen. ScreenWay koppelt de laadstatus aan het moment. Bij een volledige laadbeurt verschijnt het restaurantbezoek, bij nog tien minuten resterende tijd de koffietaanbieding voor onderweg naar de shop, bij een volle accu de vriendelijke hint om weer verder te rijden. Boekbare DOOH-slots, transparante contactaantallen op teamniveau en een analyse die in Europa wordt gehost en AVG-conform blijft, maken het kanaal serieus en planbaar.

Bij de klassieke benzinepomp blijft hetzelfde oppervlak gewoon zijn werk doen. Het scherm op de pyloon toont het waspakket, het loyaliteitsprogramma en de regionale advertentie, zonder het tanken te storen. ScreenWay houdt dat local-first en boekbaar en geeft de exploitant daarmee een Retail Media-kanaal dat van hemzelf is en niet naar een vreemd platform wegvloeit. De waarde van het eigen oppervlak blijft bij de exploitant.

Zo wordt stilstand waarde en het laadplein een medialocatie. ScreenWay maakt van wachten relevantie en geeft de gast de passende hint, in plaats van hem te observeren. Voor exploitanten in de DACH-regio ontstaat een soeverein Retail Media-oppervlak dat omzet en verblijfskwaliteit tegelijk verhoogt en het merk langs de weg zichtbaar maakt.