



Just fresh – der Frische-Claim von MCS.

# Am Puls der Zeit

Neue Produkt-Trends kommen oft im Tankstellen-Shop so richtig ins Rollen. Die Richtung gibt mehr und mehr die „GenZ“ via Social Media vor. Die Möglichkeiten werden größer, der Aufwand aber auch. tW-Gespräch mit MCS-Chef Torsten Eichinger.

In Shop und Bistro erlebt das Ökosystem Tankstelle derzeit ähnliches wie bei der Energie: Die Geschäftsfelder werden mehr, die Angebote bunter – „die „one-size-fits-all“-Lösung gibt es auch im Convenience-Bereich nicht mehr“, sagt Torsten Eichinger, Geschäftsführer des Tankstellen-Shop-Versorgers MCS, im tW-Gespräch.

Um bestehende Kundinnen und Kunden dauerhaft zufriedenzustellen und neue zu erreichen, braucht es neben dem weiterhin sehr wichtigen Convenience-Basis-Angebot neue, vielfältige Sortiment, „außerdem immer ein, besser zwei offene Augen und Ohren am Puls der Zeit“. Dabei spielt mehr denn je online, in den sozialen Medien, die Musik. „Wer wissen will, welche Convenience-Produkte gerade ‚in‘ sind, muss wissen, was bei TikTok los ist“, betont Eichinger.



Torsten Eichinger,  
Geschäftsführer  
MCS

## TREND-MASCHINE TIKTOK

TikTok ist die „Drehscheibe für Innovationen“, dort werden die Trends gesetzt. Trends, die sehr schnell da und oft genauso schnell wieder vorbei sind und die vor allem von den jungen Menschen gesetzt werden – häufig ungeplant, aber meist mit viel Kreativität. Die GenZ wird – wie MCS schon seit langem hervorhebt – für die Tankstellenbetreiberinnen und -betreiber als Zielgruppe immer wichtiger, weil sie schon in wenigen Jahren einen wesentlichen Teil des Bruttoeinkommens erwirtschaften und damit die größte Käufergruppe in Deutschland stellen wird.

Seinen Kundinnen und Kunden aus der Tankstellenbranche dient MCS diesen Produkt-Block stilecht unter dem Begriff „#NewGeneration“ an. Darunter finden sich vor allem in den USA, aber



Trend-Produkte aus Übersee versprechen im Tankstellen-Shop genauso gute Margen ...



... wie ein breites E-Shisha-Angebot.

auch auf asiatischen Märkten besonders beliebte Produkte, die von der jungen Community bei TikTok „ins Schaufenster“ gestellt wurden, aber auch von Herstellern und Agenturen platzierte Trendprodukte etwa aus dem Eistee-Bereich.

Ein paar Beispiele, Herr Eichinger? Takis Mais Chips etwa haben sich über TikTok zu einem absoluten „Megahype“ entwickelt – zuerst an der Tankstelle, denn dort ist der Trend gestartet. Inzwischen ist aber auch der Lebensmitteleinzelhandel hierzulande aufgesprungen, der insgesamt große Anstrengungen unternimmt, das eige-

ne Convenience-Profil zu schärfen, bemerkt der MCS-Geschäftsführer.

**KOMPLETT PREISUNSENSIBEL**

Die ganze Kraft von Social Media zeigt sich an der Tatsache, dass bei Preissensibilität bei einem Produkt wie den Takis Mais Chips praktisch völlig verloren gegangen ist: Bis zu 8 Euro werden für knapp 100 Gramm Takis fällig. Und dennoch: „Wir waren zu Beginn des Hypes teilweise ausverkauft, da außer uns kein anderer Shoplieferant die Produkte gelistet hatte“, so Eichinger weiter.

**GESCHMACK, AROMEN  
UND VIelfALT ...  
AB JETZT IN NEUEM DESIGN**

**HANDELS  
GOLD** IMMER GUT  
IMMER ERSTELT



„Herr’s“ Chips und Flips, „Flipz“ Schokobrezeln, der Gurken-Snack „Garlic Joe“, außerdem „Cotton Candy“, die Zuckerwatte aus dem Hause Dr Pepper, sowie besondere Editions bekannter Marken wie der Energy Drink Red Bull Peaches sind weitere Import-Produkte, die ihre Attraktivität aus dem Außergewöhnlichen ziehen. „Der Tankstellen-Betreiberin und dem -Betreiber kann dann nichts Besseres passieren, wenn Bilder von diesen Produkten aus ihren Shops bei Social Media geteilt werden“, sagt MCS-Geschäftsführer Eichinger.

Denn genauso außergewöhnlich wie die Produkte selbst sind oftmals auch die Margen. Und hier spannt sich der Bogen zum zweiten besonderen „Produkt-Block“ an Tankstellen dieser Tage, den Shisha- und E-Shisha-Produkten. Schon seit einiger Zeit ein bemerkenswerter Trend, der denjenigen im Tankstellenmarkt gute Geschäfte beschert, die für ein breites Angebot mit vielen verschiedenen Marken und Sorten sorgen. Die Umsätze in diesem erweiterten Tabak-Sortiment steigen stetig, die Erträge noch viel mehr, denn auch bei E-Shishas lassen sich gegenüber den klassischen Tabakprodukten deutlich bessere Gewinnspannen realisieren.

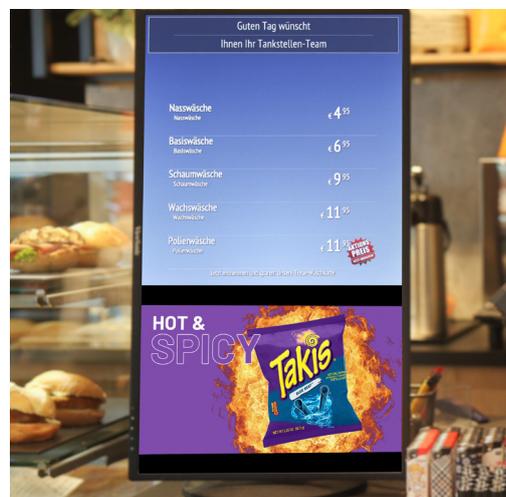
Und es gibt einen weiteren Trend, der mit Macht in die Tankstellen-Shops schwappt, nämlich frische und gesunde Produkte. Für seine Kundinnen und Kunden fasst MCS diese unter dem Header „Just fresh“ zusammen. Das können Smoothies, Wraps, Salate genauso wie Sandwiches sein, die verpackt direkt zum Mitnehmen angeboten werden und so auch für Entlastung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sorgen. „Das Interesse der Tankstellenbetreiberinnen und -betreiber an ‚Just fresh‘ war auf den jüngsten Hausmessen im MCS-Verbund ausgesprochen groß.“

Auch für Trend-Produkte bietet der CONNECTOR ...

... eine breite Auswahl an Werbe-vorlagen.

**KOMPLEXE BERATUNG UND BESCHAFFUNG**

Auf diese vielfältigeren und sich oft ändernden Bedürfnisse der Kundschaft einzugehen, ist eine besondere Herausforderung nicht nur für die, die Tankstellen betreiben, sondern auch für sein Unternehmen, sagt Eichinger. Oberstes Gebot ist, immer auf dem Laufenden zu sein, und natürlich wächst der Beratungsbedarf und die Beschaffung wird komplexer. „Doch darauf bereiten wir uns seit langem vor und sind nun in der Lage, unsere Kundinnen und Kunden aus der Tankstellenbranche mit unserem MCS Verkaufsberatungs-Team bei der Sortimentsfindung und gerade bei den #NewGeneration-Produkte mit Hintergrundinfos zu den Trends und Hypes zu unterstützen.“



All das – und noch viel mehr – präsentiert MCS zudem auf der UNITI expo Mitte Mai in Stuttgart. „In Halle 1 an Stand F20 informieren wir ausführlich über die wesentlichen Produktgruppen-Klassiker sowie alles, was neu und wichtig ist und wird für die Sortimente in den Tankstellen-Shops – und wie sie dort bestmöglich vermarktet werden können“, berichtet MCS-Chef Eichinger der tankstellenWelt – und meint damit insbesondere die neue Marketing-Plattform CONNECTOR. MCS stellt den Tankstellenkunden über den CONNECTOR aktuelle Vorlagen und Edits zur Verfügung, die über die verschiedenen Marketing-Kanäle auf und um die Station sowie online ausgespielt werden können.

Der CONNECTOR wächst. Neben den Systemen von Huth Elektronik können Werbe-Edits nun auch auf die Kassen der von Ratio Elektronik ausgestatteten Tankstellen ausgespielt werden. MCS-Chef Eichinger will nicht zu viel versprechen, aber vielleicht schon zur UNITI expo können weitere Partner für den CONNECTOR präsentiert werden.

Rainer Wiek