



© MCS

Power of Mittelstand

MCS präsentiert sich auf der UNITI expo als Partner des Mittelstandes und mit zahlreichen analogen und vor allem digitalen Verkaufsförderungs-Ideen.

Wer bei einer der MCS-Großhandlungen anruft, der oder dem wird es sicher nicht passieren, dass sich am anderen Ende der Leitung ein Callcenter oder ein Telefon-Bot meldet. „Wir beraten unsere Kundinnen und Kunden selbstverständlich persönlich“, sagt MCS-Geschäftsführer Torsten Eichinger im Gespräch mit der tankstellenWelt.

Die MCS-Welt ist gelebter Mittelstand. Vor gut 25 Jahren wurde das Unternehmen als Dachgesellschaft für inhabergeführte, teils seit über 100 Jahren im Markt aktive Großhandlungen gegrün-

det. „Und seitdem beliefern wir sehr erfolgreich viele kleine und mittelständische Tankstellen und Mineralölgesellschaften in Deutschland mit allem, was in Shop und Bistro verkauft wird“, so Eichinger. MCS, definiert er es, ist ein „Shop-Lieferant mit Gesicht“ – „selbst die Inhaber sind im Tagesgeschäft aktiv und immer erreichbar“.

Bei MCS haben sie immer das Ohr am Tankstellenmarkt: „Dank flacher Hierarchien und weil wir immer ganz nah an den Kundinnen und Kunden sind, ist es uns möglich, deren Wünsche – etwa bei neuen Sortimenten – schnell und unkompliziert umzusetzen. In kürzester Zeit werden Trendpro-

dukte und Innovationen gelistet. Das ermöglicht unseren Kundinnen und Kunden, schnell von den Erstumsätzen zu partizipieren.“ Auf diese Weise sichert die MCS-Gruppe den Wettbewerb im Convenience-Markt, betont Eichinger, und das unabhängig von den Großkonzernen des deut-



„Tankstelle hat Zukunft“ – Daniel Knüwer, Naschwelt.

schen Handels: „Unsere Großhandlungen bieten Service auf Augenhöhe.“

Die enge Verbundenheit zum Mittelstand betont auch Daniel Knüwer, Geschäftsführer des MCS-Partners Naschwelt: „Über 50 Jahre sind wir nun schon im Convenience-Markt unterwegs. Einige unsere Verkaufsberaterinnen und -berater betreuen einzelne Kunden teilweise sogar schon seit Jahrzehnten.“ Viel Tradition also, die angesichts der Transformation in der Mobilität aber nicht den Blick auf die Zukunft verstellt. „Wir glauben an die Zukunft der Tankstelle“, betont Knüwer, und was unterstreicht das besser als der erste Smart Store, den sein Unternehmen zusammen mit der MCS mit einem Kunden an einer Zapfsäule umgesetzt hat.



Rainer (l.) und Matthias Utz leiten Utz Lebensmittelhandel gemeinsam als Geschäftsführer.

Auch Matthias Utz, Geschäftsführer von MCS-Großhandelspartner Utz Ochsenaushausen, unterstreicht die Bedeutung der partnerschaftlichen Zusammenarbeit „auf Augenhöhe“: „Wir vollziehen bei uns gerade den Generationswechsel und bekommen von unseren Kunden das Feedback, wie wichtig die Stabilität in der Geschäftsbeziehung ist. Viele Kunden kenne ich noch persönlich aus meiner Anfangszeit im Unternehmen, als ich im Außendienst tätig war.“

Diese mittelständische DNA transportiert MCS mit und an ihrem Stand 1F20 auf der UNITY expo. Eichinger: „Dort zeigen wir, wie sich mit einfachen Mitteln Shop-Geschäft erfolgreich gestalten lässt.“ MCS hat dafür diverse analoge wie digitale Verkaufsförderungsmaßnahmen entwickelt, etwa die CASHBOX, die Zahlsteller und Mini-Aktionsfläche in einem ist und über die den Kundinnen und Kunden Dosen-Getränke mit einem besonderen Preisvorteil angeboten werden können. Ähnlich funktionieren „POSitiv-Box“ bei Süßwaren, die „FlaschenBox“ in der Getränkekühlung sowie die Aktion „NEU für Sie“, mit der Neuheiten besonders angeboten werden. Digital beworben werden können diese Aktionen dann auf den Bildschirmen in und auf der Tankstelle.

MCS unterstützt die Tankstellenkunden mit vielen Verkaufsförderungs-Tools.



Stichwort digitale Werbung: Seit gut einem Jahr unterstützt MCS seine mittelständischen Tankstellenkunden mit dem „CONNECTOR“. Als digitale Werbeplattform stellt der CONNECTOR den Usern Marketing-Vorlagen zur individuellen Gestaltung bereit – die dann auf Digital Signage Screens sowie über Schnittstellen auf Social Media sowie Apps von Partnern wie PACE Drive oder in Google Maps ausgespielt werden können. Eichinger: „Auf unserem Stand finden sich zahlreiche Beispiele für digitale Kommunikation.“

Denn dort – im Netz – erreicht man die Kundenschaft von Morgen, die GenZ, die ihre oft international erfolgreichen Life Style-Produkte auf Instagram und TikTok „und jetzt auch am besten im deutschen Tankstellen-Shop findet“, betont Eichinger. Weil sich mit diesen Produkten gute Margen erzielen lassen, legt MCS bei der UNITY expo Sortiments-seitig hier einen besonderen Schwerpunkt: #NewGeneration.

Überdies widmet sich MCS auf der Messe dem wachsenden Kundenwunsch nach frischen, gesunden Produkten – hierzu gibt es mit „Just Fresh“ ein eigenes Verkaufsförderungskonzept. Und natürlich E-Shisha/Shisha: „Auch das ist ein ertragsstarkes Sortiment, das momentan für extreme Umsätze und Erträge bei unseren Tankstellenkunden sorgt“, sagt Eichinger. Rainer Wiek