



MCS-Geschäftsführer Torsten Eichinger (hinten rechts) stellt auf dem UNITI Mobility Payment Forum in einem Workshop den CONNECTOR vor – der jetzt auch über RATIO Kassensysteme läuft.

© Toni Hasselmann

Der CONNECTOR wächst

RATIO ist weiterer Kassenpartner der neuen Online-Marketing-Plattform. Und einen ersten Award hat MCS auch schon für den CONNECTOR bekommen.

Das Lob kam im Sommer aus berufenem Munde. Hans-Jürgen Krone, Chefredakteur der Fachzeitschrift „Convenience Shop“, überreichte MCS-Geschäftsführer Torsten Eichinger den „Show Star“ in der Kategorie

„Werbung“. Die Auszeichnung erhielt Eichinger – stellvertretend für sein gesamtes Team – für die Online-Werbeplattform „CONNECTOR“. Den „CONNECTOR“ hatte MCS im Frühjahr 2023 als Weiterentwicklung der bekannten „Mediathek“ aufgesetzt. Statt bisher ausschließ-

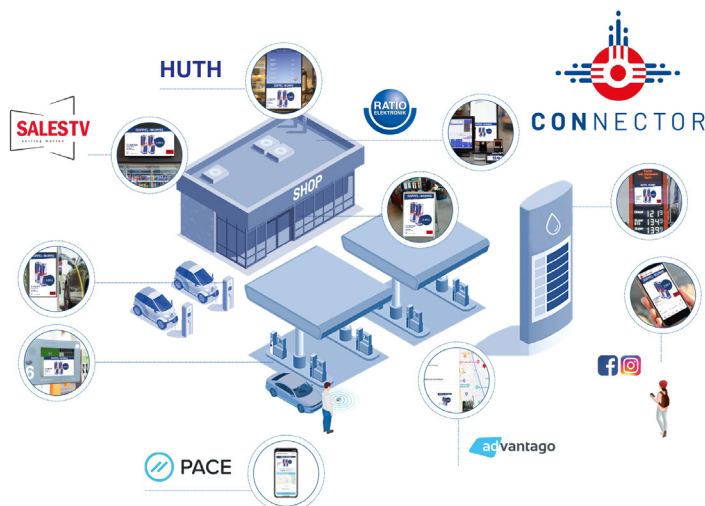
lich statische Bild-Werbemittel präsentiert sich der „CONNECTOR“ nun als Full Service-Werbeplattform, auf der Kundinnen und Kunden auf vielfältige Weise Werbevideos selbst erstellen und über die verschiedenen, meist digitalen Werbe-Kanäle ausspielen können – „mit nur einem Klick“, hebt Eichinger die Einfachheit des Systems hervor.

Viele Vorlagen lassen sich mit eigenem Bild- und Videomaterial selbst editieren. „Mit dem CONNECTOR geben wir den Betreiberinnen und Betreibern von Tankstellen und anderen Convenience-Shops einen kompletten Baukasten an die Hand, mit dem sie ihren eigenen Werbeauftritt komplett selbst gestalten können. Der CONNECTOR eröffnet ihnen den Weg in die digitale Werbe-Welt“, so Eichinger. Konzipiert ist der CONNECTOR dabei als „atmendes System“, an das die verschiedensten Partner angeschlossen werden können. Via SalesTV lassen sich Werbe-Videos über die im Shop oder auf dem Forecourt angebrachten Digital Signage-Bildschirme zeigen. Gleichzeitig ist der CONNECTOR der direkte Kanal ins Internet. Werbe-Edits aus dem Shop, etwa für besondere Angebote oder Aktionen, können direkt in die Instagram- oder Facebook-Konten des Tankstellenbetriebes ausgespielt werden: „Besonders Bewegtbild sorgt für noch mehr Aufmerksamkeit und Wirkung in den sozialen Netzwerken“, betont Eichinger.

Überdies arbeitet MCS beim CONNECTOR mit dem Mobile Fueling-Anbieter PACE zusammen. Eichinger: „Auch hier bieten sich der Tankstellenbetreiberin, dem Tankstellenbetreiber viele neue Marketing-Touch Points zur Kundin und zum Kunden – etwa, wenn diese/dieser in der PACE App die Tankstelle sucht, während des Tankvorganges und auch noch nach dem Bezahlen, nach dem Motto: wer jetzt noch Lust auf dies oder das hat ...“

Einen weiteren Weg online bereitet Advantago als Partner des MCS-CONNECTORS. Advantago hat sich darauf spezialisiert, Unternehmen mit einem ganzheitlichen Ansatz aus Push- & Pull-Marketingdisziplinen online sichtbar zu machen. Die Anbindung an den CONNECTOR ermöglicht das Ausspielen der Werbevorlagen beispielsweise im Google Unternehmensprofil und bei Google Maps.

Und dann sind da noch die Kassensysteme als idealer Werbe-Touch Point an Tankstellen. MCS arbeitet hier von Beginn an mit dem Systemanbieter HUTH Elektronik – und seit neuestem auch mit RATIO Elektronik zusammen. Geworben werden kann auf den Kassendisplays der beiden Anbieter, auf kleinen Preisan-



So funktioniert die Customer Journey mit dem Ökosystem CONNECTOR

zeigen, „und zusätzlich bietet das Kassensystem die Möglichkeit, Werbung auf dem Signature Pad anzuzeigen. Damit hat die Shop-Betreiberin, der Shop-Betreiber die Gelegenheit, gleich drei Werbeimpulse zu geben. Die notwendigen digitalen Werbeeinhalte für Shop-Aktionen oder Autowäsche können nun direkt und einfach aus dem angebundenen CONNECTOR unter www.mcs-connector.de bezogen werden“, erklärt Andreas Osswald, Head of Development bei Neu-Partner RATIO Elektronik.

Mit der Entwicklung des CONNECTOR ist der MCS-Geschäftsführer sehr zufrieden: „Das Feedback aus der Branche ist positiv. Gerade dem Mittelstand, der oft nicht über eigene Werbeabteilungen verfügt, bietet der CONNECTOR die Möglichkeit, selbst aktiv Marketing zu betreiben.“ In Zeiten wie diesen ist das wichtiger denn je. Angesichts überall steigender Preise sind die Kundinnen und Kunden deutlich preissensibler geworden, fast drei Viertel vergleichen Preise und achten viel stärker als früher auf besondere Angebote und Aktionen, sagt Eichinger gegenüber der tW.

Und welche Elemente des CONNECTORS laufen besonders gut? Insbesondere für die Digital Signage-Werbung auf der Station wird der CONNECTOR immer mehr genutzt, weiß Eichinger zu berichten. Und dann entdecken immer mehr mittelständische Tankstellen Social Media als ideale Plattform, um insbesondere die jüngeren Kundengruppen zu erreichen.

Und wie geht es weiter? Der CONNECTOR soll natürlich wachsen. „Wir sind offen für weitere Partnerschaften und führen auch viele Gespräche mit interessierten Unternehmen“, bestätigt Eichinger der tW. Welche das sind, darüber hält sich der MCS-Geschäftsführer aber noch bedeckt: „Warten Sie es ab.“

Rainer Wiek