

ca.
12 000

Kunden wie Tankstellen,
Kioske, Bäckereien oder
LEH-Geschäfte werden
beliefert.

Quelle: MCS

MCS

Zahlen & Fakten

Das MCS-Netzwerk ist eine nationale Verbundgruppe mittelständischer Lebensmittel-grosshandlungen, die in Deutschland rund 12 000 Einzelhandelskunden wie Tankstellen, Kioske, Bäckereien oder Lebensmittelgeschäfte beliefert. Die Gruppe erzielte im Jahr 2023 einen Umsatz von rund 692 Millionen Euro mit Süßwaren, Getränken, Lebensmitteln, e-Loading und Tabakwaren und gehört damit zu den führenden Anbietern der Branche.



Snacks, die derzeit einen regelrechten Boom im Shop erleben. Auch im Bereich Tabakwaren verzeichnet MCS bei den schnelldrehenden und margenstarken E-Shishas beziehungsweise Vapes «eine unwahrscheinliche Dynamik in Marken und Geschmacksvarianten».

Digitale Tools mit Mehrwert

Im Vertrieb gilt für MCS die Devise «Rausverkauf statt Reinverkauf». Dafür gibt es ein breites Spektrum an Services und Konzepten, die den Shopbetreiber gezielt beim Abverkauf unterstützen. Vielfältige Aktionshilfen sorgen für deutliche Mehrumsätze im Shop und bieten den Kunden einen Mehrwert durch abgestimmte Tools am POS im Zusammenspiel mit digitaler Unterstützung. So können die Kunden die digitale Plattform CONNECTOR als Datenbank für hunderte Werbemotives und Videos zur Unterstützung des Shopgeschäftes kostenlos nutzen. Das Einzigartige daran ist nicht nur die Möglichkeit, individuellen Videocontent mit Aktionsvorlagen zu schaffen, sondern diesen auf digitalen Systemen auszuspielen. Eine grosse Rolle spielt unverändert die Beratung vor Ort. Ob neue Produkte, Marktentwicklungen oder Optimierung des Shops: Der MCS-Verkaufsberater ist der erste Ansprechpartner.

Dynamisch in die Zukunft

Die strategische Zielsetzung der MCS ist es, ihre Rolle als zweiter starker Grosshandelspartner im Markt weiter auszubauen. Der Convenience-Markt ist seit Bestehen der MCS extrem dynamisch und wird das mit weiteren Chancen auch in Zukunft sein. Ein Beispiel für die Dynamik ist die Eröffnung zahlreicher Smart Stores in den vergangenen drei, vier Jahren. Damit hat sich ein neuer reinrassiger Convenience-Vertriebstyp entwickelt, den MCS in einer Vielzahl beliefert. Eichinger: «Unsere Organisation ermöglicht uns das gezielte Auftun von diesen Chancen und das schnelle Reagieren auf Neuerungen. Das gilt für Sortimente und für neue Zielgruppen.»

« Wir werden künftig noch viel mehr die Rolle als Regulativ im Convenience-Markt einnehmen.

Torsten Eichinger, Geschäftsführer MCS

Mittelstand» gewählt. Während das operative Tagesgeschäft mit dem jahrzehntelangen Know-how der Grosshandlungen in den Regionen verantwortet wird, schafft die MCS für ihre Partner die nötige Unterstützung bei nationalem Einkauf und Vertrieb sowie verschiedenster System- und digitaler Dienstleistungen – nach dem Prinzip «soviel Zentralität wie nötig und soviel Regionalität wie möglich».

Starke Sortimentsarbeit

Bei den Convenience-Sortimenten gibt es mannigfache Entwicklungen, die gezielt gefördert werden. So hat MCS dem Trend zu Frische und gesünderen Produkten wie Smoothies, Wraps, Sandwiches und Salate schnell Rechnung getragen und den Sortimentsbaustein «JUST fresh» entwickelt. Ein weiterer Fokus liegt seit ein, zwei Jahren auf den internationalen Trendsportimenten von den Takis über US-amerikanische Chips und Süßwaren bis hin zu asiatischen Getränkemarken und