

Corporate News

MediaMarktSaturn setzt Weiterentwicklung des Store-Portfolios fort: Erster Markt im Xpress-Format in Deutschland und Aufwertung des Kernformats in Italien

MediaMarktSaturn geht den nächsten Schritt in der Weiterentwicklung des stationären Geschäfts für ein noch besseres Kundenerlebnis: Europas führendes Handelsunternehmen für Consumer Electronics eröffnet in Deutschland den ersten neuen Markt im Xpress-Format und präsentiert in Italien die „Look&Feel Evolution“ seines Kernformats.

Ingolstadt, 29. Juni 2023

Die stationären Märkte von MediaMarktSaturn sind ein zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie: Nach der erfolgreichen Eröffnung von sechs großen Technik-Erlebniswelten in Europa präsentiert MediaMarktSaturn nun erstmals in Deutschland einen neu eröffneten Markt im Xpress-Format. Im Rahmen seiner Omnichannel-Strategie verbindet der Elektrofachhändler mit dem innovativen Store-Konzept Service, ein auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittenes Sortiment und digitale Elemente, die das Einkaufserlebnis verbessern. Gleichzeitig treibt das Unternehmen die kontinuierliche Modernisierung der klassischen „Core“-Formate voran. So wertet der Elektronikhändler in Italien einen ersten MediaMarkt mit hochwertigen Designelementen und Erlebnisbereichen auf, in denen Kunden Produkte ausprobieren können.

„Unsere Devise lautet: Das richtige Format am richtigen Ort. Große Tech-Villages in den Metropolen, mittelgroße Märkte mit viel Service und Beratung, kleinere Märkte mit einem ausgewählten Sortiment, in denen die Kunden auch auf unser gesamtes Angebot zugreifen und online bestellte Ware vor Ort abholen können – das ist unser Weg“, sagt Karsten Wildberger, CEO von MediaMarktSaturn. „Mit unseren neuen Store-Formaten sind wir noch näher am Kunden und gehen individueller auf seine Bedürfnisse ein. Damit wird unser Online-Handel regionaler. Denn die Produkte können im Laden um die Ecke ausprobiert oder schnell im Markt in der Nähe abgeholt werden. Zudem steigt die Flächenproduktivität in den neuen Märkten. Unsere Strategie ermöglicht es uns, künftig mehr stationäre Standorte in Kundennähe, aber auf kleinerer Fläche zu betreiben.“

Gelebtes Omnichannel-Konzept: Das Xpress-Format startet in Deutschland

Der neue MediaMarkt im Xpress-Format im hessischen Groß-Gerau präsentiert ab dem 29. Juni auf rund 950 Quadratmetern ein ausgewähltes, reduziertes Tech-Sortiment mit rund 3.500 mitnahmebereiten Produkten. Neben den beliebten klassischen Services wie Reparatur oder TV-Kalibrierung erleichtern und erweitern verschiedene digitale Shopping-Elemente den Einkauf und zeigen, was Omnichannel für MediaMarktSaturn bedeutet. Neben der persönlichen Beratung durch Mitarbeitende vor Ort hat der Kunde die Möglichkeit, einen digitalen Verkäufer per Online-Live-Chat oder Video-Call zu kontaktieren. Über eine sogenannte digitale Regalerweiterung können Produkte, die nicht vor Ort ausgestellt sind, auf einem digitalen Bildschirm nahezu in Originalgröße präsentiert werden.

Mit dem neuen Store-Format spricht das Unternehmen vor allem jene Kunden an, für die der einfache und bequeme Einkauf in unmittelbarer Nähe ihres Wohnortes im Vordergrund steht. Dabei profitiert der Kunde von der Verfügbarkeit der MediaMarktSaturn-Produkte und -Dienstleistungen bei einem Handelspartner oder in einem Nahversorgungszentrum. Das so genannte One-Stop-Shopping-Konzept hat sich bereits in Ungarn, der Türkei, Spanien und Österreich bewährt. Nun startet es auch in Deutschland. Die Media Märkte in Burghausen und Böblingen wurden bereits im Frühjahr 2023 zu Märkten im Xpress-Format umgebaut, hier testete das Unternehmen das Konzept seit einigen Monaten – mit Erfolg. Perspektivisch sind weitere Märkte im Xpress-Format in Deutschland sowie eine Ausweitung in Europa geplant.

Blaupause für die Weiterentwicklung des Core-Formats: Der MediaMarkt in Lucca

Ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zum Experience-Champion ist der neue MediaMarkt im italienischen Lucca. Dort setzt der Elektronikhändler erstmals sein „Look&Feel Evolution“-Konzept zur Aufwertung von Märkten im Core-Format um.

Von speziellen Experience-Zonen, die Trendthemen wie Elektromobilität oder Gaming in den Mittelpunkt stellen und die Kunden zum Ausprobieren der verschiedenen Produkte einladen, über eine Neuinterpretation des Farbcodes bis hin zu einem neuen, nachhaltigeren modularen Möbelsystem – das Kundenerlebnis steht immer im Mittelpunkt. Das Konzept wurde intern entwickelt und soll nun auf weitere Märkte in Europa ausgeweitet werden.

Modernisierung des Marktportfolios schreitet voran

Darüber hinaus investiert MediaMarktSaturn sehr gezielt in den Ausbau seiner stationären Märkte. 30 Prozent der Märkte sind bereits modernisiert, bis zum Geschäftsjahr 2025/26 sollen es bis zu 90 Prozent sein. Das zahlt sich aus: Die



Flächenproduktivität in den modernisierten Märkten liegt um zehn Prozent höher als in den bestehenden Märkten. Bis zum Geschäftsjahr 2025/26 plant der Elektronikhändler zudem, die Standortkosten (Mietkosten & IFRS 16-Abschreibungen, Raumkosten, Standortabschreibungen) zu senken und die Flächenproduktivität insgesamt um bis zu zehn Prozent zu steigern.

Über MediaMarktSaturn

Die MediaMarktSaturn Retail Group ist Europas führendes Handelsunternehmen für Consumer Electronics sowie die dazugehörigen Services und Dienstleistungen. Im Rahmen seiner strategischen Neuausrichtung definiert das Unternehmen diese Kategorie jetzt neu: Mit dem Begriff „Experience Electronics“ beschreibt MediaMarktSaturn seine Neupositionierung und zugleich das Leistungsspektrum für seine Kundinnen und Kunden, indem der Elektronikhändler mit seinem Portfolio an Formaten und Marken das Kundenerlebnis und die persönliche Beratung in den Mittelpunkt stellt. Zum Unternehmen zählen die Kernmarken MediaMarkt und Saturn, die ihre rund 1.000 stationären Märkte in 13 europäischen Ländern umfassend mit Online-Vertriebsplattformen vernetzen und dabei in acht europäischen Ländern die Marktposition 1 oder 2 besetzen. Die Eigenmarken PEAQ, KOENIC, ISY und ok. runden das Portfolio ab. MediaMarktSaturn beschäftigt rund 50.000 Mitarbeiter und gehört mehrheitlich zur CECONOMY AG. Der Umsatz des Unternehmens betrug im Geschäftsjahr 2021/22 rund 21,8 Milliarden Euro, rund ein Viertel machte dabei der Online-Vertrieb aus. Mit 2,2 Milliarden Kundenkontakten pro Jahr über alle Kanäle hinweg verfügt der Elektronikhändler über eine enorme Reichweite. Mehr Informationen unter www.mediamarktsaturn.com. (Daten Stand per 30.09.2022)

Susanne Killian

Corporate Communications

MediaMarktSaturn Retail Group

Tel.: +49 (0)151 42256166

corporate-communications@mediamarktsaturn.com