

# Presseinformation

MediaMarktSaturn zündet die nächste Stufe in seiner Marketingtransformation mit der Vergabe der internationalen Mediabetreuung

Seit Start seiner europaweiten Markenkampagne „Let's Go“ im Oktober 2022 arbeitet das Unternehmen an der kontinuierlichen Neuausrichtung seiner Marke. Jetzt sollen mit einer neuen, erstmals länderübergreifenden Mediaagentur auch im Medienbereich die vollen Chancen ausgeschöpft werden.

Ingolstadt, 9. Juli 2024

Mit dem Begriff „Experience Electronics“ beschreibt MediaMarktSaturn seit Oktober 2022 seine Neupositionierung – und zugleich das Leistungsspektrum für seine Kunden. Begleitend hat das Unternehmen eine umfassende Marketingtransformation eingeleitet. Mit der Vergabe des internationalen Mediaetats an Publicis Media entstehen so nicht nur neue Synergien: MediaMarktSaturn hebt das Marketing auf die nächste Stufe kundenzentrierter und noch stärker personalisierter Kommunikation.

Die richtigen Inhalte, die richtige Beratung und der richtige Service: Im Herbst 2022 ist MediaMarktSaturn erstmalig mit einem internationalen Kampagnenkonzept für alle Länder, in denen das Unternehmen aktiv ist, gestartet. Mit Storytelling-Kampagnen zum Thema Achtsamkeit wie zum Valentinstag oder zu Weihnachten, farbenfroher Black-Friday-Kommunikation sowie einem neuen Brand Design für das digitale Zeitalter mit der Betonung des ikonischen „Brand Swirls“ hat das Unternehmen starke Proof Points für seine Experience Strategie geschaffen. Dabei stehen das Kundenerlebnis und die persönliche Beratung im Mittelpunkt.

Michael Schuld, CCMO von MediaMarktSaturn, betont: „Unsere Marke ist das Herzstück, wenn es darum geht, unseren Brand Purpose ‚Technik besser erleben – für ein Leben voller Möglichkeiten‘ weiter aufzuladen. Nun gehen wir auch im Mediabereich den nächsten konsequenten Schritt zum Experience Champion.“

## **Weiterentwicklung zu einer noch stärker personalisierten und datengestützten Kommunikation**

Gerade hat das Unternehmen die Ausschreibung einer neuen, erstmals europaweiten Mediaagentur abgeschlossen, damit – wie schon bei der Marke – jetzt auch im Mediabereich die vollen Potenziale ausgeschöpft werden. Die Vergabe ist das Ergebnis eines fast achtmonatigen mehrstufigen Prozesses, zu dem vier große Mediaagenturnetzwerke eingeladen waren. Dabei handelte es sich um den größten internationalen Pitch in der Geschichte von MediaMarktSaturn. Ziel war es, Strategie und Planung weiter zu optimieren, Effizienz weiter zu steigern und hochmoderne Fähigkeiten für zukünftige datengesteuerte, personalisierte Kommunikation zu entwickeln.

Das neue Set-up mit dem internationalen Publicis-Media-Netzwerk sorgt für die richtige Balance zwischen globaler, effizienter Mediasteuerung und lokal angepasster taktischer Implementierung. Dank einer neuen datenbasierten Plattform wird das volle Potenzial genutzt: von der Erstellung und Nutzung von Insights für eine optimierte Planung, über die perfekte Aussteuerung über alle Kanäle bis hin zu umfassender Analytik und Reporting.

Die Konsolidierung auf ein Agenturnetzwerk ermöglicht ein neues Niveau des Austauschs zwischen den elf Ländern, in denen MediaMarktSaturn aktiv ist. Neue technologische Möglichkeiten im Ad-Tech-Stack-Bereich sollen zudem für einen effizienteren Einsatz des Media-Budgets und eine kontinuierliche Optimierung der Kampagnenleistung in Echtzeit sorgen. „Wir schaffen ein perfekt vernetztes Fundament, das uns eine neue Intelligenz und einen neuen Zugang zu Analytics ermöglicht. Dadurch werden wir unser Marketing datengetrieben weiter aufladen“, erklärt Michael Schuld.

Die neue Mediaagentur wird einen Etat in Höhe eines dreistelligen Millionenbetrags betreuen und startet im Oktober 2024. Der Pitch wurde von der Media-Management-Beratung BRAIN, München, international begleitet.

### **Über MediaMarktSaturn Retail Group**

Die MediaMarktSaturn Retail Group ist Europas führendes Handelsunternehmen für Consumer Electronics sowie die dazugehörigen Services und Dienstleistungen. Im Rahmen seiner strategischen Neuausrichtung entwickelt sich das Unternehmen vom reinen Produkthändler zu einer lösungsorientierten Omnichannelplattform, die die Themen Kunde und Nachhaltigkeit in alle Geschäftsaspekte miteinbezieht. 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 11 europäischen Ländern umfassend mit Online-Vertriebsplattformen vernetzen und dabei in neun 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 2022/23 rund 22,2 Milliarden Euro, 22 Prozent machte dabei der Online-Vertrieb inklusive Drittanbieter aus. Mit rund 2 Milliarden Kundenkontakten pro Jahr über alle Kanäle hinweg verfügt der Elektronikhändler über eine enorme Reichweite. Mehr Informationen unter [www.mediamarktsaturn.com](http://www.mediamarktsaturn.com). (Daten Stand per 30.09.2023)

**Susanne Killian**

Unternehmenskommunikation

**MediaMarktSaturn Deutschland**

**Tel. +49 (0)151 42256166**

[presse@mediamarktsaturn.com](mailto:presse@mediamarktsaturn.com)

[www.mediamarktsaturn.com](http://www.mediamarktsaturn.com)

[www.mediamarkt.de](http://www.mediamarkt.de)

[www.saturn.de](http://www.saturn.de)