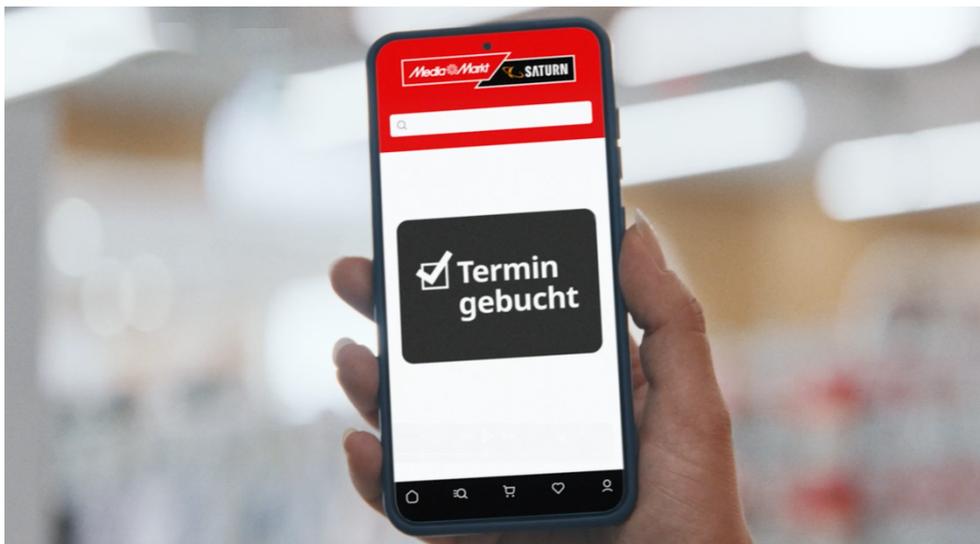


Pressemeldung

MediaMarktSaturn zeigt Gesicht: Personalisierter Service als neuer Standard im stationären Handel

Europas führender Elektronikfachhändler setzt neue Maßstäbe in der Personalisierung: Seit dieser Woche erhalten Kundinnen und Kunden in den ersten 40 Märkten in Deutschland innerhalb kürzester Zeit eine persönliche Rundum-Betreuung für ihren Einkauf – vom Beratungstermin bis zum Support über den Kauf hinaus. Der „Personalisierte Service“ wird bis Ende des Jahres in allen deutschen Märkten eingeführt.



Ingolstadt, 04. März 2025

Kürzere Wartezeiten, individuelle Beratung und feste Ansprechpartner im Markt – das sind für Kundinnen und Kunden die drei großen Vorteile des neuen Konzepts. Mit der Einführung des „Personalisierten Service“ stärkt MediaMarktSaturn die Präsenz im stationären Handel und fördert gleichzeitig die Loyalität und Zufriedenheit bei den Kunden.

Individuelle Betreuung, wie im kleinen Laden um die Ecke – MediaMarktSaturn hebt das Einkaufen beim europäischen Marktführer auf ein neues Level: Die persönliche Betreuung vor, während und nach dem Kauf wird deutschlandweit in

allen Märkten zum neuen Standard. Damit rücken die individuellen Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden noch stärker in den Fokus.

„Mit unserem Personalisierten Service setzen wir eine neue Benchmark im Wettbewerb und differenzieren uns deutlich von reinen Onlinehändlern“, betont Dr. Sascha Mager, CEO MediaMarktSaturn Deutschland. „Unser Motto: Mein Kunde, meine Verantwortung. Wir etablieren persönliche Beziehungen und sind über die gesamte Customer Journey für unseren Kunden da. Das stärkt nachhaltig unsere Relevanz und erhöht die Kundenbindung signifikant. Zugleich schärfen wir unsere Marktpositionierung und machen einen weiteren entscheidenden Schritt hin zum integrierten Lösungsanbieter.“

Persönliche Rundum-Betreuung für den Einkauf

Ab sofort können Kundinnen und Kunden in ausgewählten Märkten in Deutschland vorab einen Termin für ein Beratungsgespräch buchen. Onlinehandel und stationärer Handel sind dabei eng verzahnt: Die Terminbuchung erfolgt über mediamarkt.de oder saturn.de. Man gibt an, in welcher Kategorie man beraten werden möchte, und sucht sich den Wunschtermin aus. Vor Ort genießen die Kunden von Anfang bis Ende persönliche Betreuung: Sie werden im Eingangsbereich von einem Mitarbeitenden in Empfang genommen und zu ihrem Kundenberater begleitet. Bei besonders großen oder schweren Produkten erhalten sie eine Transport- oder Tragehilfe. Außerdem teilt der Kundenberater die Kontaktdaten des Marktes für den Fall, dass im Nachgang noch Fragen aufkommen.

Kundinnen und Kunden profitieren durch dieses Konzept von kürzeren Wartezeiten, einer individuelleren Betreuung und festen Beziehungen zum Expertenteam im Markt. Zusätzlich setzt MediaMarktSaturn verstärkt auf Daten. Mit 43 Millionen treuen Kunden und Milliarden von Datenpunkten gewinnt der Elektronikhändler wichtige Einblicke in die Vorlieben seiner Kundinnen und Kunden. „Jedes Kundenprofil ist einzigartig – aber durch die Vielfalt unserer Daten erkennen wir Muster im Verhalten unserer Kunden“, sagt Sascha Mager.

Mitglieder der Kundenprogramme von MediaMarkt und Saturn haben außerdem den Vorteil, dass sich die Kundenberater im Vorfeld noch besser auf das Gespräch vorbereiten können, weil sie die Kaufhistorie und die Vorlieben der Kunden kennen. Das Unternehmen wertet dazu die vergangenen Einkäufe der Kunden aus und berechnet die Wahrscheinlichkeit von Produktpräferenzen.

Das neu eingeführte Angebot wurde im Jahr 2024 erfolgreich in Deutschland und der Schweiz getestet und erhielt sehr positives Feedback von Kundinnen, Kunden sowie Mitarbeitenden. In der Schweiz ist der Personalisierte Service bereits

komplett ausgerollt, in Deutschland wird er nun schrittweise in Blöcken mit jeweils 40 weiteren Märkten eingeführt. Bis Ende 2025 soll das Konzept in allen Märkten Deutschlands verfügbar sein. Die reine Online-Terminvereinbarung für ein Beratungsgespräch, genauso wie für eine Reparaturannahme oder einen Service an der Smartbar, ist bereits jetzt in allen Märkten in Deutschland verfügbar. Als nächstes Land innerhalb der Gruppe wird Österreich das Konzept anbieten, hier startet der Rollout im Mai. Danach folgt Spanien, hier läuft gerade die Testphase.

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 1.030 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 48.000 Mitarbeitende und gehört mehrheitlich zur CECONOMY AG. Der Umsatz des Unternehmens betrug im Geschäftsjahr 2023/24 rund 22,4 Milliarden Euro, 24 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. (Daten Stand per 30.09.2024)

Alexandra Dick

Corporate Communications

MediaMarktSaturn Retail Group

Tel. +49 151 58223466

corporate-communications@mediamarktsaturn.com