

## Presseinformation

**Freches Statement: MediaMarktSaturn lädt Sprachassistent Alexa zum Real Talk – mit überraschenden Ergebnissen**

**Mit seiner neuen Werbekampagne stellt sich MediaMarktSaturn gegen den omnipräsenten Onlinehandel und zeigt selbstbewusst und auf humorvolle Weise, welche Vorteile Kundinnen und Kunden haben, wenn sie bei MediaMarkt und Saturn einkaufen. Gegenüber reinen Onlinehändlern punktet das Unternehmen besonders mit Kundennähe, Beratungsqualität – und einer Lieferung von online bestellten Produkten innerhalb von 90 Minuten.**

**Ingolstadt, 3. Juli 2025**

**Der Star der neuen MediaMarktSaturn Kampagne ist ausgerechnet Alexa, das Produkt eines amerikanischen Wettbewerbers und in Form des „Echo“ Smart Speakers eines der meistverkauften Produkte bei MediaMarktSaturn. Der cloudbasierte Sprachdienst bekommt Fragen nach Services und Angeboten gestellt. Als Antwort verweist Alexa direkt auf MediaMarktSaturn oder reagiert zurückhaltend. Das Kuriose: Nicht alles ist Werbemaschinerie, bei manchen Fragen funktioniert es tatsächlich. Das Team von MediaMarktSaturn hat das getestet und erhielt teilweise überraschende Antworten.**

„Alexa, lieferst du Sachen auch in 90 Minuten?“ – „Ich weiß nicht, wie ich dir dabei helfen kann.“ Alexas knappe Antwort auf einen der beliebtesten Services von MediaMarktSaturn war der Auslöser für die Kampagne, mit der der Händler nun bei seiner Werbung bewusst wieder an die provokanten und mutigen Aussagen - anknüpft, wie man sie vor allem Anfang der 2000er Jahre kannte.

Als europäisches Traditionsunternehmen geht MediaMarktSaturn mit der Kampagne in die Offensive und setzt ein selbstbewusstes Statement, mit dem der Händler den Kunden auf freche, humorvolle Weise zeigt, was er besonders gut oder vielleicht sogar besser kann als der Wettbewerb.

## Nähe trifft Serviceorientierung

Anders als reine Onlinehändler setzt MediaMarktSaturn auf Nähe zu seinen Kundinnen und Kunden. Mit rund 400 Märkten in Deutschland verfügt der Elektronikhändler über eine hervorragende Netzabdeckung.

Sein dichtes Marktnetz in Deutschland setzt MediaMarktSaturn auch für Online-Kunden optimal ein: Produkte, die online bei MediaMarkt und Saturn bestellt werden, können in der Regel aktuell an ca. 250 Standorten innerhalb von 90 Minuten zugestellt werden. Starker Partner für die Auslieferung ist die Mobilitätsplattform Uber.

Mit seinem neuen Konzept zum Personalisierten Service setzt MediaMarktSaturn außerdem eine neue Benchmark und differenziert sich deutlich vom Wettbewerb. Kundinnen und Kunden können in ausgewählten Märkten in Deutschland vorab einen Termin für ein Beratungsgespräch online buchen. Vor Ort genießen die Kundinnen und 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. Der Händler schafft auf diese Weise individuelle Betreuung, wie im kleinen Laden um die Ecke. Bis Ende 2025 soll das Konzept in allen Märkten in Deutschland verfügbar sein.

Die Kampagne wird in Deutschland ab dem 3. Juli zu sehen sein. Dafür nutzt der Elektronikhändler TV, In-Store-Aktionen, Edgar Cards, digitale Werbung und die sozialen Medien.

An der Realisierung der Kampagne waren Saatchi & Saatchi sowie Tempomedia Filmproduktion GmbH beteiligt. Der Mediaetat lag bei Publicis Media.

## Über MediaMarktSaturn Deutschland

MediaMarktSaturn Deutschland ist mit rund 400 Media Märkten bzw. Saturn-Märkten und über 20.000 Mitarbeitenden Elektronikhändler Nummer Eins in Deutschland. Als Begründer der Kategorie Consumer Electronics definiert das Unternehmen sich und sein Umfeld jetzt neu: Mit dem Begriff „Experience Electronics“ beschreibt es seine Neupositionierung und zugleich das Leistungsspektrum für seine Kundinnen und Kunden. Mit den beiden starken Marken MediaMarkt und Saturn stellt das Unternehmen das Kundenerlebnis und die persönliche Beratung in den Mittelpunkt. Als erfolgreicher Omnichannel-Anbieter verzahnt MediaMarktSaturn Deutschland die stationären Märkte eng mit Onlineshops sowie mobilen Shopping-Apps. Kunden profitieren damit sowohl von den Vorteilen des Online-Shoppings als auch von der persönlichen Beratung und den umfassenden Serviceleistungen in den Märkten vor Ort. MediaMarktSaturn Deutschland ist Teil der MediaMarktSaturn Retail Group, die wiederum mehrheitlich zur CECONOMY AG



gehört. Mehr Informationen unter [www.mediamarktsaturn.com](http://www.mediamarktsaturn.com), [www.mediamarkt.de](http://www.mediamarkt.de) und [www.saturn.de](http://www.saturn.de) (Daten Stand per 30.09.2024)

**Alexandra Dick und Manuela Schulze**

Unternehmenskommunikation

**MediaMarktSaturn Deutschland**

Tel. +49 151 58223466 oder +49 151 58720592

[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)