

Neue Konzepte im Testlauf

Dabei gehe es laut Nemet darum, „den Kunden nicht mit Botschaften zu überfordern, sondern im richtigen Moment das beste Angebot auf dem passenden Kanal zu kommunizieren und ihn so abzuholen“. Aktuell testet man dazu bei MediaMarktSaturn in Deutschland neue Konzepte wie Market Place – davon sollen künftig auch Kunden in Österreich profitieren.

Wachstum sowohl online wie auch im stationären Geschäft war bei MediaMarkt immer Thema. Erst kürzlich wurde ein neuer Standort in Parndorf eröffnet. Die Zusammenführung mit Saturn ist nun der Meilenstein: Auf einen Schlag ist die Marke mit 53 Märkten österreichweit präsent und für 80% aller Österreicher innerhalb von 20 Minuten erreichbar.

Stark im E-Commerce

Im Onlinebereich gibt es aktuell einen Boom: Der Onlineshop verzeichnete in den letzten Jahren – aber ganz speziell in diesem Jahr – sehr starken Zuwachs. In Zukunft will das Unternehmen daher im mobilen Bereich präsenter sein, da sich die Nutzung zunehmend auf mobile Devices verlagert.

Um hier den starken Pure Online-Playern die Stirn zu bieten, setzt man bei MediaMarkt verstärkt auf ein 360-Grad-Servicekonzept. Nemet: „Der Mensch im Mittelpunkt – diese Devise implementieren wir seit vielen Jahren konsequent auf allen Ebenen. Natürlich geht heute ohne Online-Shop nichts mehr, aber Menschen wollen beraten und unterstützt werden – von echten Experten und Fachberatern vor Ort im Markt.“

Das Rundum-Wohlfühlpaket beim Einkaufen geht aber über Kaufberatung hinaus. Es umfasst den Lebenszyklus der Produkte. Das beginnt mit dem Startklar-Service, über Lieferungen, Installationen sowie Garantie- und Finanzierungspakete und geht hin zu Reparaturen und Altgerätesorgung.

„So etwas bekommen Sie bei keinem unserer Mitbewerber“, ist Nemet überzeugt. „Unser Anspruch ist, zu jedem Produkt die



© MediaMarkt (2)

Service

MediaMarkt punktet nicht nur mit Einkaufserlebnis und Beratungskompetenz – die Serviceleistung umfasst den gesamten Lebenszyklus eines Produkts.

passenden Services anzubieten, die den individuellen Anforderungen entsprechen. Dabei sind wir auch immer auf der Suche nach neuen Lösungen und Serviceleistungen.“

Positive Umsatzentwicklung

Sowohl die vergangenen Monate als auch der Blick in die Zukunft präsentieren für den Handel ein mehr als durchwachsendes Bild. Dennoch zeigt man sich bei MediaMarkt positiv gestimmt: „Die Entwicklung unserer Umsätze war sowohl vor als auch nach dem Lockdown sehr positiv. Für den Handel steht nun bis Weihnachten die wichtigste Saison des Jahres an“, konstatiert MediaMarkt-Marktingleiter Andreas Höglinger. Er hofft auf einen „rot-weiß-roten Höhenflug“ – dessen Voraussetzung allerdings keine zusätzlichen öffentlichen Einschränkungen sind. Ansonsten gilt: „Wir sind werbetechnisch stark und präsent wie nie zuvor – alle Zeichen stehen auf Erfolg.“ In 2021 so dann will MediaMarkt den kundenzentrierten Ansatz rund um technische Innovationen weiter ausbauen – mit dem Ziel, die Poleposition am Markt zu halten und zu festigen.

30 Jahre Poleposition

Eine Neupositionierung der Marke MediaMarkt wird es 2021 aber nicht geben, wie Höglinger erklärt: „MediaMarkt ist seit über 30 Jahren als ungeschlagener Marktführer in Österreich

vertreten und genießt bei den Kunden sehr große Beliebtheit. Das Markenimage dreht sich um Spaß und Vergnügen mit moderner Technik. Daher wird sich der Kern der Marke nicht verändern, im Branding wird es aber einiges Neues geben.“

Alteingeführt und nahezu unberührt ist nach wie vor der Slogan „Geiz ist geil“. Wird der nun obsolet? Das Preisargument sei im Elektronikhandel natürlich nach wie vor stark, aber es ist nicht mehr das alles entscheidende, so Nemet: „Der Kunde von heute hat andere Bedürfnisse als noch vor zehn Jahren. Wir bieten ein entsprechendes Einkaufserlebnis und betreuen ihn umfassend. Das ist nicht nur das wichtigste Differenzie-



”

Die Entwicklung unserer Umsätze war sowohl vor als auch nach dem Lockdown sehr positiv. Jetzt steht bis Weihnachten die wichtigste Saison des Jahres an.

Andreas Höglinger
Marketingleiter MediaMarkt

“

rungsmerkmal zum reinen Online-Handel, sondern gewinnt immer mehr an Bedeutung. Deshalb ist und bleibt der Kunde bei uns im Mittelpunkt – und wir die Nummer eins in Österreich.“

80%

Quantensprung

Der aktuelle Expansionsprung schafft bei MediaMarkt neue Realitäten: Die nunmehr 53 Geschäfte sind jetzt für 80% der Österreicher in lediglich 20 min erreichbar.