

15 Jahre Media Markt – Das Jubiläum des Jahres!

Geroldswil, Januar 2010: Die Kunden von Media Markt haben dieses Jahr allen Grund zum Jubeln. Seit 15 Jahren nun ist der Elektrofachmarkt überaus erfolgreich und aus dem Schweizer Detailhandel nicht mehr wegzudenken. Media Markt gilt bei den Schweizer Kunden als erste Einkaufsadresse für Elektro- und Elektronikprodukte in der jeweiligen Region. Dies ist für den Elektrofachmarktriesen Anlass genug, sich ab dem 4. Januar 2010 mit unschlagbaren Angeboten bei seinen Kunden zu bedanken und dies das ganze Jahr hindurch zum gewohnt besten Preis.

Chef, Slavko, Babsi und Walter (alte Bekannte aus der Media Markt EM-Werbung) werden das ganze Jahr die Werbetrommel rühren und die Kunden über Funk und Fernsehen und mit Flyern und Plakaten über Angebote informieren, wie sie die Schweiz noch nicht gesehen hat. Der erste Jubiläumsflyer erscheint am 07. Januar 2010 mit Hammerangeboten aus den Bereichen PC Hard- und Software, TV und Foto. Das besondere Highlight im Januar 2010. Die Kunden erhalten die Möglichkeit einer 0%Finanzierung in 30 Monatsraten.

Wie alles begann

Die Erfolgsstory Media Markt begann 1979 in Deutschland. In München eröffnete der erste „Media Markt“. Citynah, aber weit genug weg von innerstädtischer Parkplatznot, realisierten die Gründer Walter Gunz, das Ehepaar Erich und Helga Kellerhals und Leopold Stiefel ein damals im Elektro Einzelhandel neuartiges Konzept: als grossflächiger Spezialist für Elektrogeräte aller Art, von der Waschmaschine bis zu HiFi-Anlage, sollte Fachmarkt-Qualität geboten werden – dies aber zu garantiert unschlagbar günstigen Preisen. Die jungen Unternehmer meinten das so ernst, dass sie darauf eine Garantie gaben: Jeder Kunde konnte seinen Kauf

rückgängig machen, falls er beim Wettbewerb ein günstigeres Angebot fand.

Schnell zeigte sich, dass die vier mit ihrer Idee ins Schwarze getroffen hatten. Die Kunden waren angetan von der Angebotsvielfalt und der neuartigen Warenpräsentation, bei der sie alle Produkte ausprobieren konnten. Ein absolutes Novum waren zudem die Dauertiefpreise und die damit verbundene Tiefpreisgarantie. Von Anfang an setzten die Unternehmensgründer auf hochwertige Marken, qualifizierte Beratung und erstklassigen Service.

Die Umsatzerwartungen wurden deutlich übertroffen und der Run auf ihr Geschäft liess die Gründer nicht ruhen – sie übertrugen das Konzept und eröffneten weitere Märkte. Zunächst konzentrierte sich die Expansion auf das Bundesgebiet, dann folgte 1989 auch das europäische Ausland.

Heute ist Media Markt mit einem Netto-Jahresumsatz (inkl. Saturn) von über 19 Milliarden Euro (2008) Europas größte Handelskette für Unterhaltungselektronik, elektrische Haushalts- sowie Bürogeräte, PC-Hard- und Software, Fotoartikel, Tonträger und Telekommunikation. Das Unternehmen schloss sich 1988 mit der Handelskette Saturn zur Media-Saturn-Holding zusammen, die wiederum 1988 Teil des Metro-Konzerns wurde. Aktuell sind rund 768 Fachmärkte in 16 europäischen Ländern vertreten. Beschäftigt werden rund 60'000 Mitarbeiter, davon 1'262 in der Schweiz.

1994 eröffnen die ersten beiden Schweizer Märkte

In Dietikon und Dietlikon bei Zürich wurden im März 1994 die ersten Schweizer Media Märkte eröffnet und bis heute ist das Unternehmen in der Schweiz auf 19 Märkte angewachsen. Weitere Markt-Eröffnungen in der Schweiz sind ebenso in Vorbereitung wie neue Märkte in Deutschland und weiteren europäischen Ländern.

Die eigenständige Landesgeschäftsleitung der Media Saturn Management AG mit Sitz in Geroldswil bei Zürich betreut die Märkte.

Dezentrale Unternehmensstruktur und flache Hierarchien als Erfolgsrezept

Das Unternehmen Media Markt ist, gemessen am übrigen Detailhandel, ungewöhnlich strukturiert. Jeder Geschäftsführer ist gleichzeitig Miteigentümer seines Hauses und ergebnisverantwortlich. Er agiert eigenständig unternehmerisch, und profitiert zugleich von den Vorteilen der Gruppe, wenn er die Dienstleistungen der Media Saturn Management AG in Anspruch nimmt. Dadurch entstehen Kosteneinsparungen, die direkt an den Kunden weitergegeben werden. Diese Form der Unternehmensorganisation macht einen wesentlichen Teil des Unternehmenserfolges aus. Flache Hierarchien geben den Mitarbeitenden den grösstmöglichen Freiraum für eigene Initiativen und Kreativität. Ziel ist es immer, "ohne wenn und aber" umgehend, qualifiziert und individuell zu beraten und "so zu verkaufen, dass der Kunde gerne wiederkommt".

Die Kunst, Aufmerksamkeit zu erregen

Die dynamische Geschäftsentwicklung ist ohne die starke Werbepresenz des Unternehmens nicht denkbar. „Ich bin doch nicht blöd“ ist ein Paradebeispiel dafür, wie man schlaue Werbung macht. Den Slogan kennen heute 93% aller Schweizer und er wird auf Anhieb mit Media Markt in Verbindung gebracht. Dieser Satz steht für die grundsätzliche Positionierung des Unternehmens. Er drückt aus, was clevere Kunden wünschen, die bei Media Markt einkaufen: gute Markenqualität zum günstigsten Preis – ein Versprechen, das Media Markt mit der Tiefpreisgarantie einhält.

Hohe Identifikation der Mitarbeiter

Jedem Mitarbeiter wird ein hohes Mass an Eigenverantwortung übertragen. Die vier Gründer waren überzeugt, dass damit unternehmerisches Denken gefördert und die persönliche Motivation gesteigert wird. Zudem wird auf die kontinuierliche Fortbildung grossen Wert gelegt. Um den persönlichen Leistungswillen zu ermuntern, werden den Mitarbeitern attraktive Entwicklungs- und Weiterbildungschancen geboten. Gerade auf junge Leute wirkt Media Markt stark anziehend. Im Lauf der Jahre hat sich gezeigt, dass auch die hohe Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen zu den wesentlichen Faktoren des Erfolgs der Media Märkte zählt.

Alles für den Kunden

Der Begriff Kundenorientierung wird vielfach überstrapaziert, für die Erfolgsgeschichte von Media Markt trifft er jedoch hundertprozentig zu. Von der Sortimentspolitik über die Ladengestaltung bis zum Service ist das Angebot auf die Kundenwünsche vor Ort zugeschnitten und wird laufend perfektioniert. Das durchschnittliche Angebot eines Media Marks umfasst rund 45.000 verschiedene Artikel. In der Schweiz finden sich Verkaufsflächen von 2.500 bis 5.500 Quadratmetern. Trotz dieser Grössenordnungen finden sich die Kunden in den Media Märkten sehr gut zurecht – dank der übersichtlichen Ladengestaltung und den hilfsbereiten Verkaufsteams.

Europas grösster Elektro-Fachmarkt

Mit einem Nettoumsatz von 19 Milliarden Euro und nahezu 60.000 Mitarbeitern im Jahr 2008 sind Media Markt und Saturn Europas Elektrofachmärkte Nummer Eins. Die 18 Märkte in der Schweiz steuerten im Jahr 2008 einen Bruttoumsatz von 990 Millionen Franken bei.

Der Erfolg der unter dem Dach der Media-Saturn-Holding GmbH vereinten Vertriebslinien beruht auf der einzigartigen Auswahl an Markenprodukten zu Tiefpreisen, kompetenter Beratung, gutem Service, einem unverwechselbaren Werbeauftritt und ihrer dezentralen Struktur. Jeder Geschäftsführer ist an seinem Markt beteiligt und zeichnet damit für Sortiment, Preisgestaltung, Personal und Marketing verantwortlich. Media Markt und Saturn werden unabhängig voneinander geführt und

stehen im Wettbewerb zueinander. Die mehrheitlich zur METRO AG gehörende Gruppe ist derzeit mit 768 Märkten in 16 europäischen Ländern vertreten. Weitere Informationen über die Media-Saturn-Unternehmensgruppe und Bildmaterial finden Sie auf www.media-saturn.com oder www.mediamarkt.ch.

Für Rückfragen:

Manuela Tröndle
Unternehmenskommunikation
Media Saturn Management AG
Steinhaldenring 8
CH – 8954 Geroldswil

Tel.: +41 (44) 749 36 02

Fax: +41 (44) 749 36 88

E-Mail: troendle@media-saturn.com