

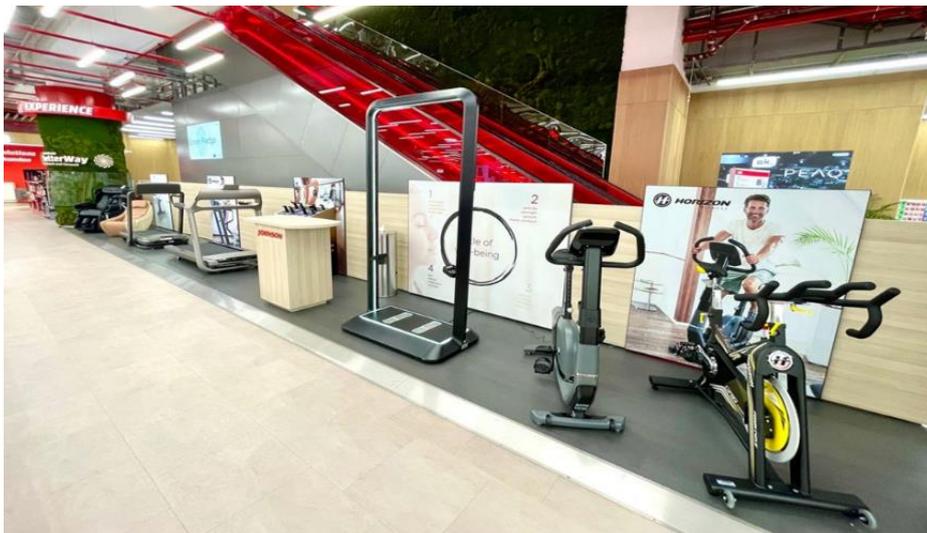
## Presseinformation

### MediaMarktSaturn testet Space-as-a-Service-Angebot für Marketplace-Verkäufer in Deutschland

**Vorteil Omnichannel: Marketplace-Verkäufer profitieren bei MediaMarktSaturn von einer enormen Reichweite, großen Bekanntheit sowie einer Top-Infrastruktur im Onlineshop, in der App und nun auch stationär im Markt. In einem Pilotprojekt im Tech Village am Alexanderplatz in Berlin nutzt ein Fitnessgeräte-Anbieter aus dem MediaMarktSaturn Marketplace rund 22 Quadratmeter Ausstellungsfläche, um seine Produkte ins perfekte Licht zu rücken. Im Sinne seiner Omnichannel-Strategie ist der Pilot für MediaMarktSaturn ein weiterer Schritt, um für seine Partner und Kunden noch attraktiver zu werden.**

**Ingolstadt, 30. November 2023**

**In einer ersten Testphase von November 2023 bis Januar 2024 stellt der Fitness-Anbieter verschiedene Produkte auf 22 Quadratmetern aus. Dabei wird die komplette Themenbandbreite abgedeckt: von „Get started“ mit einer Körperanalyse und -beratung über „Get better“ mit Trainingsgeräten und Wearables bis hin zu „Recover“ mit Produkten zu Muscular Therapy und Wellness. Meist sind es Produkte, die eine umfassende Beratung erfordern und die Kundinnen und Kunden vor dem Kauf gerne live vor Ort testen und erleben wollen. Dazu ist ein eigener Fitnessberater im Markt, der über die Produkte informiert, Fragen beantwortet, beim Online-Bestellprozess unterstützt und darüber hinaus eine personalisierte Fitnessanalyse und -beratung anbietet.**



Zusätzlich zum Berater vor Ort stehen auf der Ausstellungsfläche Tablets als digitale Touchpoints zur Verfügung. Besucherinnen und Besucher können sich so jederzeit selbst einen ersten Überblick über die Produkte und die technischen Daten verschaffen. Auf einer speziell zur Themenwelt „Fitness & Wellness“ gestalteten Landing Page werden die ausgestellten Produkte nicht nur im Markt, sondern auch online besonders prägnant ins Licht gerückt. Auch der Kaufabschluss erfolgt über den digitalen Touchpoint direkt über das Online-Angebot des Verkäufers im Marketplace.

„Mit unserem Space-as-a-Service-Angebot wollen wir unseren Marketplace-Verkäufern eine neue Plattform bieten, die besonders viel Präsenz erhält. Dabei verzahnen wir offline und online perfekt miteinander, indem wir die Vorteile unserer Omnichannel-Strategie nutzen und die Produkte bestmöglich online sowie stationär im Markt präsentieren“, erklärt Christian Kollesch, Director Marketplace International bei MediaMarktSaturn.

„Wir starten mit einem Piloten im Bereich Fitness und Wellness in Deutschland und wollen dieses Konzept künftig in weiteren Ländern ausrollen sowie auf weitere Kategorien ausdehnen, die unser Kernsortiment perfekt ergänzen. Wir können unseren Kunden damit ein noch umfangreicheres Produktportfolio anbieten“, ergänzt Marius Lückemeyer, CEO Marketplace bei MediaMarktSaturn.

## **Wachstumsfeld Marketplace**

Der Marketplace spielt eine wichtige Rolle in der Strategie von MediaMarktSaturn, um die Profitabilität des Unternehmens zu verbessern, das eigene Kernsortiment auf ausgewählte Wachstumsbereiche zu konzentrieren und Kundinnen und Kunden gleichzeitig ein noch umfangreicheres Produktsortiment online anzubieten. Dazu baut MediaMarktSaturn sein Marketplace-Angebot kontinuierlich aus, rund 1.000 Verkäufer bieten mehr als eine Millionen Artikel an (Stand Juni 2023; ein Update erfolgt am 18. Dezember zur Bilanzpressekonferenz). Auf dem Capital Markets Day (2. Juni 2023) verkündete das Unternehmen das Ziel, im Geschäftsjahr 2025/26 rund 750 Millionen Euro GMV (Gross Merchandise Value) über den Marketplace erreichen zu wollen. Neben Deutschland ist der Marketplace bereits in Spanien und Österreich live, im aktuellen Geschäftsjahr 2023/24 soll der Marketplace als nächstes in den Niederlanden und in Italien online gehen.

## **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 definiert das Unternehmen diese Kategorie jetzt neu: 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 acht 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 2021/22 rund 21,8 Milliarden Euro, rund ein Viertel machte dabei der Online-Vertrieb aus. Mit 2,2 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 30.09.2022, Zahlen 2022/23 folgen zum 18. Dezember 2023)

## **Michael Stengl**

Corporate Communications

**MediaMarktSaturn Retail Group**

Tel. +49 151 20372644

[corporate-communications@mediamarktsaturn.com](mailto:corporate-communications@mediamarktsaturn.com)

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

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

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