

## **Handels-Innovationen bei Saturn: Elektrofachhändler zeigt, was Multichannel heute kann, und interpretiert Kundenservice neu**

**Ingolstadt, 28.10.2014:** Während das Thema Multichannel in der Handelsbranche noch heiß diskutiert wird, präsentiert Saturn mit einem modernisierten Markt in Ingolstadt schon heute, was bei der Verknüpfung von Online- und Offline-Einkauf möglich ist. In Verbindung mit einem neuen Servicekonzept setzt der Elektrofachhändler so Maßstäbe in Sachen Kundenorientierung. Präsentiert werden die PoS-Innovationen im modernisierten Saturn in Ingolstadt am Westpark. Der Markt ist über Online-Terminals und Abteilungs-Tablets nahtlos mit [saturn.de](http://saturn.de) verknüpft. Neue Services wie das Kundenmanagement-System für kürzere Wartezeiten, eine 24-Stunden-Abholstation und Rundum-Sorglos-Pakete für mobile Geräte sind auf die veränderten Servicebedürfnisse der Kunden zugeschnitten. Präsentationsformate wie eine „Vernetzte Welt“ und eine „Beauty-Welt“ rücken Trends und Themenwelten in den Fokus. Der Standort hat so Leitbildfunktion innerhalb des gesamten Unternehmens. Eröffnung ist am Mittwoch, 29.10.2014, um 6 Uhr morgens.

Seit dem Start des Onlineshops im Oktober 2011 hat Saturn den Wandel zum Multichannel-Händler konsequent vorangetrieben. „Wesentlicher Bestandteil unseres Geschäftsmodells ist es, überall dort zu sein, wo der Kunde unsere Angebote nutzen möchte“, so Carsten Strese, Geschäftsführer der Media-Saturn Deutschland GmbH und verantwortlich für Vertrieb Saturn. „Neben einem nutzerfreundlichen, umfassenden Onlineshop mit mobiler App wollen wir die Stärken und Möglichkeiten des stationären Handels voll ausspielen und verknüpfen diese Vertriebswege eng miteinander.“ Dies unterstreicht Saturn auch mit der im Oktober gestarteten

Kampagne unter dem Motto „Alle wollen Tech-Nick“, die erneut mit der sympathischen Werbefigur Tech-Nick umgesetzt wird. „Damit zahlen wir noch stärker auf die Kernelemente der Marke – Technikbegeisterung, -kompetenz und die Verknüpfung des Online-Geschäfts mit unseren Saturn-Märkten ein“, so Carsten Strese.

Bernd Brückner, Bereichsleiter Expansion Saturn, Media-Saturn Deutschland GmbH, erklärt: „Kunden, die heute unseren Markt betreten, wollen die Technik anfassen, ausprobieren, verstehen und dazu kompetent beraten werden. Für die Märkte bedeutet dies insbesondere einen noch stärkeren Fokus auf das Einkaufserlebnis, unsere Technikkompetenz und die Erweiterung von Serviceangeboten. Dabei spielen vor allem unsere Mitarbeiter, die sich intensiv mit den Möglichkeiten und Herausforderungen des Verkaufs im Multichannel-Konzept auseinandersetzen, eine entscheidende Rolle. Daher treiben wir die Positionierung von Saturn als attraktiven Arbeitgeber konsequent voran und geben im Rahmen der Personalinitiative „Generation Multichannel“ neue Impulse und Angebote bei der Ausbildung und Mitarbeiterentwicklung.“

Die neuen Konzepte, die das Unternehmen im Markt in Ingolstadt präsentiert, setzen Maßstäbe für alle Saturn-Märkte und sollen dort sukzessive eingeführt werden.

### **Service neu interpretiert**

Deutlich weiterentwickelt und optimiert hat Saturn sein Service-Konzept: Beim Betreten des Marktes wird der Kunde direkt in einer großzügigen Info-Lounge empfangen. Diese ist erste Anlaufstelle bei der Abholung online bestellter Produkte und für Fragen aller Art. Dort befindet sich auch eine echte Service-Innovation: An einem Terminal können sich Kunden anmelden und bekommen den nächsten Beratungstermin zugewiesen. Wer möchte, kann sich auch direkt per SMS über sein Mobiltelefon informieren lassen, sobald ein Service-

Mitarbeiter frei ist. Damit wird die Wartezeit reduziert und organisiert, denn in der Zwischenzeit muss der Kunde nicht warten, sondern kann die Zeit nutzen, um sich entspannt im Markt umzusehen. Zudem können Kunden in der Lounge auf eingebauten Tablets kostenlos im WLAN surfen, Kaffee trinken oder ihre mobilen Geräte aufladen.

Berücksichtigt wurde im neuen Service-Konzept, dass heute die Anliegen der Kunden häufig mobile Endgeräte betreffen. Die zentrale Anlaufstelle für Services aller Art liegt daher direkt in der Abteilung für Mobilfunk und Vernetzung, der „Vernetzten Welt“. Hier findet der Kunde alles, was er für ein mobiles und vernetztes Leben benötigt – neueste Smartphones und Tablets, Wearables und Accessories sowie smarte Haussicherheitssysteme. Gleichzeitig kann er hier Mobilfunkverträge abschließen und ein deutlich erweitertes Portfolio an Services nutzen: Vom Starter-Paket für Smartphone und PC über die Sofort-Reparatur bis hin zum 3D-Druck von Handy- und Tabletschutzhüllen mit individuellen Covers. Auch das Einrichten des neuen PCs oder die Installation von kompletten Smart Home-Lösungen direkt beim Kunden zu Hause bietet Saturn an. Ergänzt wird die Palette an Services durch eigene Kurse für Internet, mobile Geräte und Fotografie im Saturn in Ingolstadt.

### **Virtuelle Regalverlängerung**

Den nahtlosen Übergang zwischen Online- und Offline-Einkauf ermöglicht Saturn den Kunden direkt in den einzelnen Abteilungen. Zum einen sind hier jeweils Tablets installiert, die als virtuelle Regalverlängerung den Zugriff auf das komplette Angebot von [saturn.de](http://saturn.de) bieten. Zum anderen können Kunden an mehreren Terminals innerhalb des Marktes ebenfalls im Online-Sortiment stöbern, ihr Wunschprodukt – sollte es im Markt nicht verfügbar sein – per Smartphone direkt vom Bildschirm einscannen, online kaufen und sich auf Wunsch nach Hause liefern lassen oder selbst im Markt abholen.

### **Digitale Preisschilder**

Als einer der ersten testet der Saturn in Ingolstadt digitale Preisschilder. Diese sollen Schritt für Schritt auch in allen Saturn-Märkten eingeführt werden. Somit ist die Anpassung der Preise per Knopfdruck möglich, wovon Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen profitieren. Denn so ist ohne großen Aufwand gewährleistet, dass die Kunden stets ein aktuelles und günstiges Angebot vorfinden.

### **Kompetenz durch Themen- und Produktwelten**

Mit der Präsentation der Ware in eigenen Themenwelten erleichtert Saturn dem Kunden die Orientierung bei Produktwahl und Kaufentscheidung. Beispielsweise in der eigens gestalteten Beauty-Welt, die sich in erster Linie an das weibliche Publikum richtet, werden Produkte rund um das Thema Körperpflege präsentiert. In der Küchenwelt können Kunden via Live-Chat mit einem Experten online ihre individuelle Küche planen und bestellen. Präsentationsflächen von ausgewählten Herstellern wie Samsung oder der einzige Apple-Shop der Stadt unterstreichen die Kompetenz von Saturn für technische Innovationen.

### **24-Stunden-Abholstation**

Dem veränderten Einkaufsverhalten der Konsumenten trägt Saturn auch mit der ersten 24-Stunden-Abholstation Rechnung. Dort können Kunden auch außerhalb der normalen Öffnungszeiten online gekaufte Produkte in Empfang nehmen. Die Ware wird dort nach Ladenschluss bereitgestellt. Der Kunde wird dann per SMS oder E-Mail auf die Möglichkeit der 24-Stunden-Abholung hingewiesen und erhält einen individuellen Zahlencode, mit dem die außerhalb des Marktes befindlichen Schließfächer geöffnet werden können.

Zudem schafft der Elektrofachhändler mit frischem Design, atmosphärischer LED-Beleuchtung, moderner Einrichtung, und vielen kreativen Point-of-Sale-Ideen eine völlig neue Einkaufsatmosphäre.

Ein Drive-In zur Warenabholung mit dem Auto und eine e-Tankstelle für Elektroautos runden das neue Gesicht von Saturn ab. Der Vorzeigemarkt in Ingolstadt eröffnet am Mittwoch, 29. Oktober 2014, um 6 Uhr.

## **Über Saturn**

1961 gegründet wird Saturn heute unter dem Dach der Media-Saturn-Holding GmbH – Europas Nummer Eins im Elektrofachhandel – als eigenständige Vertriebsmarke geführt. In Deutschland beschäftigte Saturn 2013 mehr als 8.250 Mitarbeiter und ist hierzulande mit 155 Märkten vertreten. Europaweit gibt es insgesamt rund 200 Saturn-Häuser in vier Ländern. Sie zeichnen sich aus durch ihre attraktive Lage, ihre Angebotsvielfalt von bis zu 100.000 Elektroartikeln, großzügige Verkaufsflächen mit bis zu 18.000 Quadratmetern, kompetente Beratung, guten Service und durch ihre konsequenten Tiefpreise. Das stationäre Geschäft ergänzt Saturn in Deutschland mit seinem Onlineshop unter [www.saturn.de](http://www.saturn.de). Im Rahmen dieser Multichannel-Strategie haben Saturn-Kunden die Möglichkeit, die Vorteile des Online-Shoppings mit dem Einkaufserlebnis sowie der persönlichen Beratung und Serviceleistungen vor Ort individuell für sich zu nutzen.

Kontakt:

Saturn  
Unternehmenskommunikation

**Regina Jud**

Wankelstraße 5

D-85046 Ingolstadt

Tel.: +49 (841) 634-1111

Fax: +49 (841) 634-2478

E-Mail: [presse@saturn.de](mailto:presse@saturn.de)