

Saturn geht online: Elektrofachmarktkette startet Webshop „mit Marktgarantie“

Ingolstadt, 9.10.2011: Ab Montag, 10. Oktober 2011, können Saturn-Kunden in Deutschland rund um die Uhr einkaufen – und das an 365 Tagen im Jahr. Zum 50. Jubiläum vollzieht die Elektrofachmarktkette damit einen der größten strategischen Umbrüche in der Unternehmensgeschichte – den Wandel vom stationären zum Multichannel-Anbieter. Besonderer Wettbewerbsvorteil ist die enge Verzahnung des E-Commerce mit dem aktuell aus 144 Märkten bestehenden Standortnetz. Diese ermöglicht es den Kunden, die Flexibilität des Online-Shoppings mit dem Einkaufserlebnis und dem Service im Markt individuell nach ihren Bedürfnissen zu kombinieren.

„Mit unserer Multichannel-Strategie tragen wir dem veränderten Einkaufsverhalten Rechnung“, so Pieter August Haas, COO der Media-Saturn-Holding GmbH. „Der Kunde ist heute zunehmend multioptional, das heißt er möchte die Wahl haben, ob er online oder offline kauft und gegebenenfalls die Vorteile beider Kanäle nutzt. Diese Möglichkeit hat er nun bei Saturn.“ Die Verknüpfung des Webshops mit den lokalen Märkten ermöglicht dem Kunden, beispielsweise Produkte online zu kaufen und sich nach Hause liefern zu lassen oder aber bei entsprechender Verfügbarkeit noch am selben Tag im Markt vor Ort abzuholen und so die Versandkosten zu sparen. Neben zahlreichen weiteren Optionen können auch Beratung, Umtausch, Reklamation und die Inanspruchnahme von Serviceleistungen über den Markt abgewickelt werden.

Mit dem erweiterten Angebot schafft das Unternehmen zusätzliche Kontaktpunkte mit dem Kunden und nutzt so das Potenzial, Stammkunden stärker zu binden und neue Käufer anzusprechen. „Mit unserem Multichannel-Ansatz setzen wir ein zukunftsicheres,

ganzheitliches Konzept um, das enorme Chancen für das Unternehmen bietet – sowohl für jeden einzelnen Markt als auch für das Gesamtunternehmen“, so Carsten Strese, Geschäftsführer der Saturn Management GmbH. Dass beide Kanäle voneinander profitieren werden, wird zudem durch die Gewinnbeteiligung der dezentral geführten Märkte gewährleistet.

Zum Start wird ein ausgewähltes Sortiment – bestehend aus den Topsellern der Bereiche Fernseher, Computer, Handy, Navi, MP3-Player, Digicam, Tonträger, Film, Games, Haushaltswaren sowie Elektrogroß- und Klein elektrogeräte – online erhältlich sein. Die einzelnen Produktgruppen werden sukzessive erweitert und um weitere Sortimente ergänzt werden. „Mittel- und langfristig gesehen haben wir die Möglichkeit, dem Kunden ein erheblich breiteres Sortiment anzubieten“, so Carsten Strese. Volle Preistransparenz für den Kunden wird durch einheitliche Preise stationär und online sichergestellt. Bei der Preisgestaltung orientiert sich das Unternehmen an den für die jeweilige Produktgruppe relevanten Mitbewerbern im Onlinegeschäft und bietet weiterhin konsequent wettbewerbsfähige Angebote an.

„Ziel ist es, das Vertrauen, das die Kunden der Marke Saturn im stationären Handel entgegenbringen, gleichermaßen auf den E-Commerce zu übertragen“, so Pieter August Haas. Mit der Ergänzung des stationären Geschäfts durch eine E-Commerce-Plattform realisiert Saturn im Jubiläumsjahr den größten Umbruch in der Unternehmensgeschichte – Start ist der 10. Oktober 2011 auf www.saturn.de.

Über Saturn

Das 1961 gegründete Unternehmen wird seit 1990 unter dem Dach der Media-Saturn-Holding GmbH als eigenständige Gesellschaft geführt und setzte im Jahr 2010 hierzulande mit 8.601 Mitarbeitern 3,2 Milliarden Euro um. In Deutschland gibt es derzeit 144, europaweit 235 Saturn-Märkte in 13 Ländern. Saturn-Märkte

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. Im Rahmen dieser Multichannel-Strategie haben Saturn-Kunden die Möglichkeit, die Vorteile des Online-Shoppings mit dem Einkaufserlebnis sowie der persönlichen Beratung und Dienstleistung vor Ort individuell für sich zu nutzen.

Kontakt:

Saturn
Unternehmenskommunikation
Sven Jacobsen
Wankelstraße 5
D-85046 Ingolstadt
Tel.: +49 (841) 634-1111
Fax: +49 (841) 634-2478

E-Mail: presse@saturn.com