

Konsequenter Ausbau der Content-Strategie

Media Markt launcht mit Smart-Wohnen.de das erste einer Reihe von digitalen Ratgebermagazinen

Ingolstadt, 15.03.2016: Die vernetzte Waschmaschine, die automatisch erkennt, wann der Strom am günstigsten ist, Kühlschränke, die selbst einkaufen, oder die Alarmanlage, die anruft, wenn zu Hause etwas Ungewöhnliches geschieht: Mit Smart Home-Anwendungen eröffnet sich den Konsumenten von heute eine neue Welt. Welche Möglichkeiten es gibt, wie ausgereift die Produkte bereits sind und welche Lösungen wirklich Sinn machen, darüber klärt Media Markt mit seinem neuen Info-Portal Smart-Wohnen.de auf. Das journalistisch aufbereitete Onlinemagazin stellt neben dem Content-Hub mediamag.net die zweite tragende Säule in der Content-Strategie von Media Markt Deutschland dar. Entwickelt und realisiert wurde die neue Plattform von der Media Markt e-Business GmbH in Zusammenarbeit mit der Münchener Kommunikationsagentur Gessulat/Gessulat.

Ende Oktober 2015 schickte Media Markt mediamag.net an den Start, nun folgt mit Smart-Wohnen.de ein Ratgebermagazin, dessen Fokus auf weiterführende, informative Inhalte rund um das Vernetzte Zuhause gerichtet ist. „Medimag.net liefert vergnügliche, kurzweilige Unterhaltung und versteht sich als Content-Hub, um mit unseren Kunden das Vergnügen, das man mit Media Markt und Consumer Electronics haben kann, zu teilen. Mit Smart-Wohnen.de informieren wir die User hingegen ganz konkret zu Anwendungsbereichen, Produkten und Lösungen im Bereich Smart Home und geben tiefere Einblicke in bestehende und zukünftige Technologien“, so Mirko Nägele, Geschäftsführer der Media Markt e-Business GmbH. „Damit begleiten wir den Kunden nun auf allen Etappen im Kaufentscheidungsprozess. Ziel dabei

ist es, den Kunden jederzeit relevante und unterhaltsame Inhalte zu bieten – von der Inspiration über die Information bis hin zum Kaufvorgang selbst“, ergänzt Thomas Hesse, Marketingleiter Media Markt Deutschland. Zugleich vernetzt Media Markt die beiden Plattformen mit dem Onlineshop sowie mit der klassischen Werbung und den Social Media-Aktivitäten, um geeignete Inhalte über alle Kanäle hinweg individuell zu spielen.

Die Plattform Smart-Wohnen.de bildet den Auftakt einer Reihe von digitalen Ratgebermagazinen – beispielsweise in den Bereichen Gaming, Küche und Gesundheit oder E-Mobilität – die bereits in Planung sind. Diese Themenwelten lehnen sich dabei eng an die Erlebniswelten an, die Media Markt insbesondere am POS realisiert, um den Kunden praxisnahe Gesamtlösungen zu aktuellen Trendthemen anschaulich zu präsentieren. „Diesen Ansatz greifen wir in unseren digitalen Magazinen auf und schaffen themenspezifische Plattformen. Zugleich wissen wir aus einer Studie, die wir 2014 mit dem IFH Köln durchgeführt haben, dass vor allem der Media Markt-Onlineshop erste Anlaufstelle ist, wenn sich Kunden über Elektronikprodukte informieren möchten“, erklärt Mirko Nägele. „Mit unseren digitalen Ratgebermagazinen werden wir künftig noch umfassender dieses Informationsbedürfnis bedienen können. Unser Anspruch sind hoch relevante Inhalte, die einen Mehrwert für den Leser schaffen.“

Hochwertige redaktionelle Inhalte

Welche Möglichkeiten haben Verbraucher mit Smart Home-Lösungen aus den Bereichen Entertainment, Beleuchtung, Haus und Garten, Gesundheit und Fitness, Sicherheit und Energieeinsparung? Auf Smart-Wohnen.de finden sie die Antworten. Das Magazin beleuchtet aktuelle Themen und Trends und wirft auch einen Blick in die Zukunft des Smarten Zuhauses. Eine eigene Rubrik zeigt zudem, wie Best Ager ihr Leben mit Smart Home-Lösungen erleichtern können. Täglich

aktuelle, unterhaltsame Ratgeberartikel, Features, Testvideos, Produktvergleiche, Interviews und Infografiken untermauern den Magazincharakter. Die redaktionelle Betreuung übernehmen renommierte Fachjournalisten und Blogger. In der Smart-Wohnen-Community kann man sich zudem mit anderen Mitgliedern und Lesern zu Produkten, Technologien, und sonstigen Themen rund um das Smart Home austauschen.

Über Media Markt

Media Markt, Deutschlands und Europas Elektrofachhändler Nummer Eins, wurde 1979 gegründet und wird heute unter dem Dach der Media-Saturn-Holding GmbH als eigenständige Vertriebsmarke geführt. In Deutschland ist das Unternehmen derzeit mit 262 Märkten vertreten; Ende 2015 beschäftigte Media Markt hier mehr als 14.100 Mitarbeiter. Insgesamt findet man europaweit in 14 Ländern mehr als 800 Media Märkte mit rund 46.000 Mitarbeitern. Kennzeichnend für Media Markt sind die einzigartige Auswahl an Markenprodukten zu Tiefpreisen, kompetente Beratung, guter Service, ein unverwechselbarer Werbeauftritt und seine dezentrale Struktur. Jeder Geschäftsführer ist zugleich Mitgesellschafter seines Marktes und zeichnet damit für Sortiment, Preisgestaltung, Personal und Marketing verantwortlich. Im Zuge der Expansion erschließt Media Markt auch neue Vertriebskanäle, insbesondere über den Online-Handel. Im Rahmen dieser Multichannel-Strategie vereint Media Markt die Vorteile des stationären und des Online-Handels unter dem Dach einer vertrauten Marke.

Kontakt:

Media Markt
Unternehmenskommunikation
Eva Simmelbauer
Wankelstraße 5
D-85046 Ingolstadt
Tel.: +49 (841) 634-1111
Fax: +49 (841) 634-2478

E-Mail: presse@mediamarkt.de