

## Einreichung Innovationspreis Handel 2018

Projekt / Konzept: MediaMarkt Pilotstores Eindhoven & Wilrijk  
Unternehmen: MediaMarktSaturn Retail Concept / Schwitzke GmbH

*Was ist an diesem Projekt / Konzept so innovativ, dass es den Europäischen Innovationspreis Handel erhalten sollte?*

Unser Kunde wünschte sich ein Retail-Konzept, das auf dem bestehenden Markenbild „Hauptsache ihr habt Spaß“ aufsetzt und das Thema „Vergnügen am POS“ sicht- und erlebbar macht. Mit einem klaren, modernen und unverwechselbaren Look und Feel, das genug Raum gibt, um den Servicekompetenz des Consumer Electronics Händlers herauszustellen und die Kunden alles ausprobieren zu lassen. Neben dem in der Vergangenheit stark fokussierten Kernwert Preis sollten nun vor allem die Kundenbedürfnisse und das Einkaufserlebnis in den Fokus gerückt werden.

*Was unterscheidet dieses Unternehmen / Produkt / Konzept von anderen Wettbewerbern?*

Mit dem Motto „Hauptsache ihr habt Spaß“ setzte der Konzern seine Markenausrichtung neu auf. Das neue Konzept greift genau diesen Gedanken auf und zeigt den Elektro-Händler als Ideen- und Inspirationsgeber. Die Fassade in Wilrijk ist mit einer riesigen Bildschirmfläche bestückt und wird permanent mit Content versorgt. Der gesamte Eingangsbereich ist wie ein roter Trichter gestaltet und gibt dem Kunden schon beim Betreten des Marktes zahlreiche Informationen. Im Antritt zeigen sich erste Produkte, über denen ein großes LED- Band schwebt und Meldungen aus dem Markt tickert. Im Innern befinden sich verschiedene Themeninseln in Form von freistehenden Pavillions, die das Sortiment des Marktes eng mit Spaß, Erlebnis und Vergnügen verknüpfen. Es geht dabei mehr um den Gedanken „Will ich“ statt „Brauch' ich“. Die Pavillions bieten den Kunden echten Mehrwert mit interaktivem Charakter: Events, technische Innovationen, Expertengespräche und die Möglichkeit, alles anzufassen und auszuprobieren. Etwa im Gaming-Bereich, wo Videospielefans in ihrer Welt versinken können, oder im Kochstudio, wo nicht nur tolle Geräte gezeigt, sondern auch live gekocht und verköstigt wird. Inhaltlich und emotional aufgeladen werden auch die Bereiche Home and Entertainment, Beauty and Health, Coffee and Tea und Smart Living. Die Verkaufsfläche hat einen lässigen, improvisierten Charakter mit sichtbaren Technikdecken, Beton, Stahl und Holz und zeigt sich einladend und strukturiert. Besondere Akzente in der Kundenorientierung setzt auch die gesamte Instore Communication und das Branding. Die Rückwände sind mit plakativen „Bubbles“ versehen, die mit Sprüchen und Testimonials das Sortiment erklären und gleichzeitig im Store als Wegweiser dienen. Alle Kunden Touchpoints sind mit der CI-Farbe Rot und einer klaren Kundenansprache versehen. Die Säulen im Markt kommunizieren über eingebaute Bildschirme zusätzlich die Marke MediaMarkt und gliedern die Verkaufsfläche. Der Multichannel-Händler bietet seinen Kunden mit einer zeitgemäßen Erscheinung und Kommunikation eine Plattform für die neuesten Entwicklungen und Trends.

*Homepage und weitere Links:*

<http://www.schwitzke.com/de/aktuelles/media-markt-news>  
[www.mediamarktsaturn.com](http://www.mediamarktsaturn.com)