



Mediamarkt und Saturn waren die große Erfolgstory der deutschen Handelsgeschichte. Keinem Händler ist es bis dahin je gelungen, eine Marke aufzubauen wie es seinerzeit Tesa oder Tempo es geschafft haben. Dachte man an Consumer Electronics, dachte man an Mediamarkt oder Saturn. Man war ja nicht blöd, fand Geiz sowieso geil, war froh, dass man

verglichen hatte und ließ sich nicht verarschen, vor allem nicht beim Preis.

Ihr merkt, dass nicht nur die Marken geprägt haben, sondern auch die mit viel Marketingbudget (2007: 500 Mio Euro) entwickelten Kampagnentexte hängen geblieben sind. Zu meinen Anfangszeiten bei der Metro war Media Saturn neben Cash&Carry die CashCow des Konzerns.

## Erfolgreich, aber mit einer Schwäche

Die Stärke des Konzeptes war die Dezentralität: Jeder Marktleiter war Gesellschafter, hatte eine eigene P&L zu verantworten und einen enormen Gestaltungsspielraum. Jeder Markt war Wettbewerber der anderen und umgekehrt, ein ausgesprochen erfolgreiches Konstrukt. Leider hatte diese Konstellation einen Fehler: Sie war in der Form nicht Multi-Channel tauglich. Das haben auch die Analysten gemerkt und die Metro 2008 im Rating dafür bestraft.

Mit viel Aufwand wurde das Verpasste nachgeholt, mittlerweile kann man das Unternehmen beruhigt als Vollblut-Multichannelhändler bezeichnen. Alle Varianten (Onlineshop, Click&Collect, Stationär) werden, wie unsere vor Ort Tests ergeben haben, beherrscht. Schwächen gibt es laut Kundenpanel noch bei der Beratung und beim Online-Sortiment bzw. Verfügbarkeit im Store.

Auf dem Handelskongress 2017 hat der CEO Pieter Haas einen für diese Veranstaltung außergewöhnlich offenen Vortrag über den Aufwand und Weg gehalten, um dieses Ziel zu erreichen. In Zukunft gibt es derartige Vorträge hoffentlich öfters.

## Martin Wild, Innovationstreiber bei der MSH

Wir haben es an dem Kongress auch geschafft, Martin Wild ans Mikrofon zu bekommen. Er trägt seit Mai 2014 den Titel des Chief Digital Officers (CDO) der Media-Saturn-Holding. Bereits im Juni 2013 war Martin Wild als CEO an die Spitze der Media Saturn Akquisition Redcoon gerückt, zunächst nur als Interims-CEO, dann vollamtlich. Zugunsten seiner neuen Aufgabe als MSH-CDO gab er seinen Posten ab.

In seiner Anfangszeit bei MSH war Martin Wild der Vice President Multi Channel. Einst hatte er den E-Tailer Home of Hardware (HoH) gegründet und ihn 2007 an den Bezahlsender Premiere verkauft.

In unserem Interview gibt er uns einen Überblick über die Innovationsarbeit im Konzern. Der Accelerator Retail Tech Hub, die Robotikprojekte und der Ausblick auf die nächsten Schritte werden beleuchtet, viel Spaß beim Zuschauen und Zuhören!

## Audio Podcast

Klicken Sie auf den unteren Button, um den Inhalt von soundcloud.com zu laden.

[Inhalt laden](#)

## Video Interview



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

YouTube immer entsperren