

Liderazgo sin límites en el mercado de la electrónica de consumo

## MediaMarkt España crece a doble dígito y supera los 2.500 M € de facturación

- Alcanza un crecimiento del 10% en el ejercicio fiscal 2023/2024, el mejor de los últimos diez años, con una cuota de mercado del 21,5% siendo el segundo país por facturación dentro del grupo alemán, lo que valida su posición dentro de MediaMarktSaturn.
- Cierra su año fiscal con una excelente evolución, con crecimiento en todos sus segmentos (gamas, marcas propias, marketplace, y B2B) y canales (*on* y *off*).
- miMediaMarkt, el programa de fidelización recién lanzado cuenta ya con un millón de miembros.
- Con 112 tiendas, incluidas tres aperturas en el pasado año fiscal, en 2025 está prevista la inauguración de dos nuevos establecimientos en Gijón y Ponferrada, la reapertura de Alfafar, entre otros.
- MediaMarkt España mantendrá su vocación de servicio internacional siendo fuente de talento y *expertise* para todo el grupo, y continuará con su plan de sostenibilidad e impacto social BetterWay.

Madrid, 5 de febrero de 2025. MediaMarkt España, compañía omnicanal líder en distribución de electrónica de consumo y servicios, **cierra un año fiscal de éxitos**, alcanzando una **facturación de 2.565 millones de euros** con un crecimiento del 10% a cierre de 2024, el mayor en la última década. Unas cifras que superan sus previsiones iniciales -situadas en torno a un 8%- y que, le permiten alcanzar una **cuota de mercado del 21,5%**, cumpliendo sus objetivos de crecer en torno a 1,5pp respecto al ejercicio anterior. Esto pone de relevancia el **liderazgo** de MediaMarkt en España y también su **fuerza dentro del grupo**, donde mantiene la segunda posición en facturación, solo por detrás de Alemania.

En palabras de **Faruk Kocabas, CEO de MediaMarkt España**: *“Estamos muy orgullosos de los resultados obtenidos en el ejercicio 23/24. Respaldan la puesta en marcha del ‘Triple Double Program’ como acelerador empresarial, un proyecto de mejora y optimización de indicadores financieros, de proceso y operacionales cuyo objetivo principal es mantener el crecimiento de doble dígito. Ya podemos decir que lo estamos consiguiendo y que vamos a seguir trabajando para seguir con esta tendencia también en 2025”*. Buena prueba del liderazgo sin límites de MediaMarkt en el mercado español.

### Crecimiento en todos sus segmentos y canales

A **nivel online**, la compañía ha realizado una fuerte inversión en estrategia digital y ha logrado **incrementar un 15,7% sus ventas en la web/app** y aumentar esa cuota de mercado en 1,9 pp. Todo ello, redoblando también su confianza en la tienda física, lo que le ha permitido cerrar su año fiscal 24 -que acabó en septiembre- creciendo a su vez en **cuota de mercado offline donde alcanza el 24,6%**. Asimismo, la implementación de diferentes acciones tanto *online*, como *offline*, dirigidas a **potenciar la experiencia del cliente** y que han incluido desde retos en tiendas físicas o concursos hasta la puesta en marcha del club de fidelización miMediaMarkt, le ha llevado a conseguir **récord de ventas 9 de los 12 meses** del año preservando la calidad en su atención, que crece 2 puntos con respecto al ejercicio FY22/23, y alcanza los **60 NPS** (Net Promoter Score).

De hecho, la puesta en marcha del club de fidelización **miMediaMarkt**, disponible a través de su app, web y en tienda, está cosechando muy buenos resultados desde su lanzamiento en octubre de 2024, y cuenta ya con **alrededor de un millón de miembros**.

### **Innovación al servicio de la experiencia de compra**

El año 2024 ha sido también un tiempo de innovaciones y prueba de ello es el impulso de MediaMarkt a su vertical de negocio para **empresas** (B2B) y a sus **marcas propias**. De la mano de **OK**, para gran y pequeño electrodoméstico; **PEAQ**, audiovisuales; **KOENIC**, pequeño electrodoméstico; e **ISY**, accesorios de móviles, informática y fotografía, MediaMarkt está desplegando un amplio abanico de marcas propias que se adaptan a las necesidades de cada cliente. Además, su estrategia de distribución posiciona a **Barcelona como epicentro de distribución europea** de este conjunto de marcas para todo el grupo.

El **Marketplace** de MediaMarkt se consolida también a nivel *online*, logrando un **crecimiento del 53% de las ventas** con respecto al ejercicio anterior. Hoy cuenta con **500 sellers y más de 50.000 referencias** disponibles en esta plataforma. Además, con la idea de llevar este concepto a la tienda física y dar un paso más en omnicanalidad y experiencia de cliente, MediaMarkt ha puesto en marcha también la iniciativa **Space-as-a-service**. Se trata de una zona de **exposición física diseñada a medida para los sellers** del marketplace cuyo objetivo es dar el mejor servicio al consumidor, así como potenciar la interconexión entre la experiencia de compra física y *online*.

### **Un año para celebrar**

En el año de su **25 aniversario**, MediaMarkt ha buscado hacer partícipe a toda su cadena de valor (equipo, clientes, proveedores e instituciones) de los éxitos cosechados en España durante el último cuarto de siglo, tiempo en que la compañía ha evolucionado de puro distribuidor a socio experto. Entre las acciones más significativas cabe destacar la **celebración en el Hotel Riu**, la colaboración con **Munich** para diseñar una camiseta edición limitada para el equipo de tienda o **el evento especial para las personas que cumplían 25 años en la compañía celebrado en la tienda de San Sebastián de los Reyes** (Madrid), la primera apertura en España.

### **Experiencia de compra sostenible y adaptada a las necesidades del cliente actual**

La compañía ha realizado una importante inversión también en el canal físico. Tras las aperturas en el pasado ejercicio de Fuenlabrada, Adeje y Burgos, MediaMarkt cuenta hoy con **112 tiendas, habiéndose renovado el formato “Core”**. Con amplios espacios, variedad de referencias disponibles, primeras marcas y servicios centrados en ofrecer experiencias tecnológicas completas a sus clientes, se convierte en la combinación perfecta entre disponibilidad y asesoramiento. MediaMarkt seguirá expandiéndose por la geografía española en 2025 con la inauguración de dos **nuevos establecimientos en Gijón y Ponferrada, así como la reapertura de Alfajar, entre otras**.

Asimismo, la implementación de una red de *Urban Hubs* en Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao ha permitido aumentar la cantidad de entregas sostenibles manteniendo la calidad del servicio y ofreciendo cobertura nacional en 24h (incluido Canarias y Baleares), consiguiendo un 95% de entregas puntuales tanto de paquetería como de gran carga. Una estructura que quiere seguir potenciando y con la que espera abrir cuatro nuevos *Urban Hubs* en 2025 (en las zonas Norte, Andalucía y Levante).

*“Esa mayor eficiencia de nuestra cadena de valor nos permite cumplir nuestro compromiso de que el **reparto de última milla con 0 emisiones sea realidad en 30 ciudades españolas** y así seguir desplegando nuestra estrategia de **sostenibilidad BetterWay**. Y lo hemos conseguido con creces”, continúa Faruk Kocabas. Según*

datos de la compañía, actualmente, el 27% de las entregas que realizan son 0 emisiones, lo que ha permitido **reducir un 71% las emisiones de CO<sub>2</sub>**.

### **2025: de retailer tradicional a plataforma de servicios omnicanal**

Gracias a los buenos resultados del pasado año fiscal, la compañía continua en 2025 con su **ambicioso plan para seguir creciendo a doble dígito**, manteniendo su cuota de mercado y su posicionamiento dentro del grupo. Las áreas de **Service&Solutions, Marketplace, Retail Media y marcas propias** serán los principales proyectos de 2025, siempre con la idea de ofrecer un enfoque omnicanal de la experiencia de usuario. Además, MediaMarkt destinará especial atención a su área de **nuevos negocios** para seguir potenciando y mejorando su oferta actual de servicios de valor añadido, tales como **seguros, movilidad, energía** y otros servicios personalizados.

Además, la creación de **empleo de calidad** con oportunidades de formación e **impulso a la igualdad de género** -campo que lidera España a nivel de grupo-, seguirán siendo áreas de especial foco, junto con el **plan de sostenibilidad e impacto social BetterWay** ya en marcha.

MediaMarkt España mantendrá su **vocación de servicio internacional** siendo fuente de talento y *expertise* para todo el grupo de la mano de su hub de tecnología digital y del área de *Global Business Services*, que dan servicio a toda la organización.

### **SOBRE MEDIAMARKT ESPAÑA**

MediaMarkt es líder en España y Europa en el sector de la distribución de electrónica de consumo y servicios relacionados. Integrada en MediaMarktSaturn Retail Group, cuenta alrededor de 7.000 expertos en tecnología en España y está presente en todas las Comunidades Autónomas con 112 establecimientos, además de la tienda *online* y la APP. En el ámbito europeo, la compañía dispone de más de 1.000 puntos de venta ubicados en 11 países y una plantilla de 50.000 personas.

Tras 25 años operando en España, el éxito de MediaMarkt se basa en su adaptación constante a las nuevas tendencias de consumo, la gran variedad de servicios para el cliente, la experiencia de compra única y personalizada, así como el amplio surtido de productos de las mejores marcas a precios competitivos. Todo ello, unido al equipo de profesionales orientados a la búsqueda de soluciones para los clientes y a una presencia publicitaria inconfundible.

### **SOBRE MEDIAMARKTSATURN RETAIL GROUP**

MediaMarktSaturn Retail Group es la empresa minorista líder en Europa en electrónica de consumo y servicios relacionados. Como parte de su reajuste estratégico, la empresa está pasando de ser un minorista puramente de productos a una plataforma omnicanal orientada a soluciones que incorpora aspectos relacionados con el cliente y la sostenibilidad en todos los ámbitos del negocio. Con el término «Electrónica de Experiencia», MediaMarktSaturn describe su reposicionamiento y la gama de servicios para sus clientes, situando la experiencia del cliente y el asesoramiento personal en el centro de su cartera de formatos y marcas. Las marcas principales de la empresa son MediaMarkt y Saturn, que conectan de forma integral sus aproximadamente 1.000 tiendas en 11 países europeos con plataformas de distribución en línea. Las marcas blancas PEAQ, KOENIC, ISY y ok. completan su portfolio. MediaMarktSaturn emplea a unas 50.000 personas y es propiedad mayoritaria de CECONOMY AG. Las ventas de la empresa en el ejercicio fiscal 2023/24 fueron de aproximadamente 22.400 millones de euros, de los cuales las ventas en línea, incluidos los proveedores terceros, representaron el 24%. Con unos 2.000 millones de contactos de clientes al año en todos los canales, la compañía tiene un enorme alcance.

### **Contactos de prensa**

**APPLE TREE** – [mediamarkt@appletree.agency](mailto:mediamarkt@appletree.agency) – 933 184 669

- Àngels Garriga – [ang@appletree.agency](mailto:ang@appletree.agency)
- Alba Ruano – [alr@appletree.agency](mailto:alr@appletree.agency)
- Paula Velasco – [pav@appletree.agency](mailto:pav@appletree.agency)
- Carla González - [cgo@appletree.agency](mailto:cgo@appletree.agency)