

"Wir wollen das Walt Disney des Handels sein"

NEWS, MEDIEN, HANDEL, FINANZ & IMMO, KARRIERE, ENERGIE & UMWELT, STARTUPS

| 20.05.2021

Katharina Schneider, bekannte Investorin und CEO bei MediaShop, verrät im Interview, wie sie Unternehmen von der Pike auf aufbaut, ihr Erfolgsgeheimnis, das "Work@Home-Konzept" als Gamechanger, wie sie Problemlöser zu Stars macht und warum ihr Geschäftsmodell krisensicher ist.



Katharina Schneider © Puls 4/Gerry Frank

Katharina Schneider, Miteigentümerin und Geschäftsführerin des Teleshopping Unternehmens Mediashop, gehört zu den erfolgreichsten UnternehmerInnen Österreichs. Sie revolutionierte den internationalen Markt des Direct Response Television, ist als Investorin bei der Puls-4-Start-up-Show "2 Minuten 2 Millionen" an Bord und tüftelt gerade an einem neuen Nachhaltigkeitsprojekt. Im Gespräch mit LEADERSNET gibt sie Einblicke in die Erfolgsstory und verrät, welche Vision sie verfolgt und welche Start-Ups sie gerade sucht.

LEADERSNET: Sie sind Miteigentümerin der Schneider Holding, Geschäftsführerin bei MediaShop GmbH, Investorin bei Puls-4-Start-Up-Show "2 Minuten 2 Millionen". Wie war der Weg dorthin?

Schneider: Spannend und oft auch steinig, mir ist nichts in den Schoß gefallen. Ich habe gelernt Unternehmen von der Pike aufzubauen. Es ist nicht nur einmal vorgekommen, dass ich an meine eigenen Grenzen gestoßen bin. Es war nicht mein Ziel, so ein großes Unternehmen zu leiten, aber heute bin ich sehr stolz auf mein Team. Ich sehe es wie beim Sport, ich darf Trainerin einer großartigen Mannschaft sein.

LEADERSNET: Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

Schneider: Ich brauche eine Vision und immer wieder innovative Ideen, um etwas Neues erschaffen zu können. Das macht mir Spaß. Erfolg ist für mich innere Freiheit, damit ich so leben kann, wie ich möchte und nicht abhängig bin.

LEADERSNET: Sie wagen immer Neues: Wie kam es beispielsweise zur Gründung des ersten Call Centers im deutschen Sprachraum auf Basis von Work@home?

Schneider: Manchmal sind die einfachsten Ideen die Besten. Aufgrund der unplanbaren Anrufer-Problematik von Call Centern, habe ich bereits 2002 die Idee des Work@Home-Konzeptes entwickelt. Speziell für Frauen mit Kindern bzw. Menschen mit eingeschränkter Mobilität und einem hohen Anspruch an Flexibilität, ist dieses Konzept ein Gamechanger. Also auch damals entstand die Idee aus einer lösungsorientierten Denkweise.

LEADERSNET: MediaShop startet mit 25 Mitarbeitern und ist heute eine weltweit erfolgreiche Unternehmensgruppe mit sieben Standorten und rund 400 Mitarbeitern. Was waren die größten Meilensteine?

Schneider: Bereits im Jahr 2006 starteten wir mit einer umfangreichen E-Commerce Strategie, um unsere Produkte auch online verkaufen zu können. 2008 begannen wir die Produktentwicklung als eine unserer Kernkompetenzen anzusehen und die Expertise dazu im Unternehmen aufzubauen.

2010 setzten wir unser hausinternes Filmstudio um, wodurch ein hoher Grad an Flexibilität und Schnelligkeit bei der Bewerbung unserer Produkte gewährleistet werden kann. Parallel dazu starteten wir einen, bis heute

wesentlichen Vertriebskanal, unsere Produkte im Lebensmitteleinzelhandel, Cash & Carry, Nonfood-Handel, als Shop in Shop Konzepte bzw. Instore Promotions zu vertreiben. Der Schritt der Internationalisierung begleitet uns bis heute in unserer Strategie.

LEADERSNET: Welche Philosophie steht hinter der Entwicklung des Unternehmens?

Schneider: Die Philosophie des Unternehmens, oder auch Moonshot für MediaShop ist es, das "Walt Disney" des Handels zu sein. Walt Disney hat zu Beginn eine Maus zum Star und zum Liebling der Menschen gemacht. Ein Lebewesen, das zur damaligen Zeit nur ein Ungeziefer war. Wir machen Problemlöser zu Stars, Alltagsprodukte wie Kochutensilien, Haushaltsgeräte usw. zu Lieblingen und Must-haves für unsere Kunden. Wir sehen uns als Entertainer von alltäglichen Gegenständen, die mit unseren Infomercials (Werbesendungen – Anm. d. Red.) zu Stars werden.

LEADERSNET: Trotz des großen Erfolgs gelten Sie immer noch als Hidden Player. Stört Sie das? Was könnten die Gründe dafür sein?

Schneider: Die Wahrnehmung von MediaShop hat sich in den letzten Jahren stark verändert von einem old-fashioned Teleshopper zu einem modernen Omni-Channel Unternehmen. Nach außen zeigt sich dieses gewandelte Image in unserem modernen Headquarter in Neunkirchen (Niederösterreich) wo derzeit über 180 Mitarbeiter beschäftigt sind. Sowie durch die Präsenz von MediaShop bei "2 Minuten – 2 Millionen", der Puls-4-Start-up Show. Wir sehen uns in vielen Bereichen als Vorreiter im Bezug auf das neue Einkaufsverhalten der Kunden.

LEADERSNET: Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit von Mediashop mit dem stationären Einzelhandel in der langen Entwicklung?

Schneider: Heute sind unsere MediaShop-Topseller aus dem stationären Einzelhandel nicht mehr wegzudenken. Wir sprechen von "Vorverkauften Produkten" damit meinen wir, dass unsere Kunden bereits Zuhause die Kaufentscheidung getroffen haben und lediglich bei ihren Einkäufen für den Alltag unsere Produkte mitnehmen. Der Erfolg dieses Systems hat mittlerweile viele Händler überzeugt, MediaShop als "Shop in Shop"-Lösung in ihre Geschäfte mit aufzunehmen.

LEADERSNET: Welche Einflüsse hat Corona auf den Geschäftsverlauf und das Ergebnis?

Schneider: Bereits seit der Wirtschaftskrise 2008 wissen wir, dass wir ein krisensicheres Geschäftsmodell haben. Durch unsere Omni-Channel- und Multi-Market-Strategie, stehen wir auf mehreren Standbeinen, welche sich speziell im Corona Jahr als sinnvoll erwiesen haben.

LEADERSNET: Gibt es eigentlich auch Entscheidungen in Ihrer Laufbahn, die Sie bereuen?

Schneider: Jede einzelne Entscheidung hat zum getroffenen Zeitpunkt Sinn gemacht und gleichzeitig dazu geführt, daraus viele Learnings zu ziehen. Das Wesentliche ist, Entscheidungen zu treffen und nicht Entscheidungen lange hinaus zu zögern. Fehler und Niederlagen sind dazu da, um neue Wege gehen zu dürfen und dafür dürfen wir alle Dankbar sein.

LEADERSNET: Welche Tipps können Sie Frauen auf dem Karriereweg mitgeben?

Schneider: Mut und Selbstvertrauen sind aus meiner Sicht Eigenschaften, die Frauen definitiv weniger ausgeprägt haben als Männer. Deswegen habe ich es mir als Aufgabe gemacht, Frauen zu unterstützen, ihren Weg in die Selbstständigkeit oder in Führungsverantwortlichkeit zu gehen, ohne an sich selber zu zweifeln. Weiters unterstütze ich Frauen, ihre Weiblichkeit und Intuition im beruflichen Alltag leben zu dürfen, ohne mit Männern in Konkurrenz treten zu müssen.

LEADERSNET: Was bedeutet Erfolg für Sie persönlich?

Schneider: Für mich persönlich bedeutet Erfolg innere Freiheit, damit meine ich, Meister meines eigenen Lebens sein zu dürfen. Sehr oft begrenzen wir uns in unserem Leben durch externe Gegebenheiten, Erziehung oder kulturelle Rahmenbedingungen. Hören wir auf uns selbst und unsere Intuition und gehen wir unsere eigenen Wege.

LEADERSNET: Gibt es Werte, die für Sie unverzichtbar sind?

Schneider: Achtsamkeit, Wertschätzung, Ehrlichkeit und Dankbarkeit sind für mich unverzichtbare Werte. Diese Werte versuche ich vorzuleben und meinen Mitarbeitern mitzugeben.

Wir nehmen seit 2017 an "Great Place to Work"-Umfragen teil und waren bereits mehrmals unter den Top 10 im österreichweiten Ranking. Wir tragen das Gütesiegel für betriebliche Gesundheitsförderung und sind seit 2016

Leitbetriebe Austria zertifiziert. Gerade jetzt starten wir mit einem ganz wichtigen Projekt mit Goodshares, in dem es um Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen geht.

LEADERSNET: Welche Beteiligungen hält die Schneider Holding?

Schneider: Neben MediaShop ist die Holding nach wie vor Eigentümer der Embers Call Center & Marketing GmbH. Die Schneider Holding steht im Eigentum von Dieter Schneider und mir und teilt sich zu je zu 50 Prozent zwischen Dieter Schneiders Gravity Invest Steuerberatungs GmbH und der Cathryn Tailor International GmbH.

LEADERSNET: Welche Vision verfolgen Sie? Welche Ziele wollen Sie unbedingt erreichen?

Schneider: Laut unserem Moonshot "Walt Disney" des Handels, wollen wir einerseits unseren Kunden ein unvergessliches Einkaufserlebnis bieten und andererseits für unsere Mitarbeiter, Partner und Lieferanten ein stabiles und interessantes Unternehmen bieten. Besonders am Herzen liegt mir unser neues Nachhaltigkeitsprojekt gemeinsam mit Goodshares und der WU Wien. Weiters suchen wir laufend nach Start-Ups speziell im Bereich Vertical-Brands und innovative Produkte, in die wir gerne investieren. (jw)

www.mediashop.tv

www.katharinaschneider.tv