

*** SPERRFRIST ***
Montag 25.05.2026, 8:00 Uhr

Pressemitteilung

Wer hat dieses Kind gesehen? MediaMarktSaturn macht InStore Screens zu geointelligenten Vermisstenanzeigen

Experience Electronics weit über den Handel hinaus: Pünktlich zum Tag der vermissten Kinder am 25. Mai macht MediaMarktSaturn seine Reichweite und Retail-Media Infrastruktur zum Werkzeug für den guten Zweck. In Kooperation mit der Initiative Screen2Save verwandeln sich mehr als 5.000 digitale Screens in allen deutschen Märkten im Notfall ab sofort von der Werbefläche zur Suchanzeige für vermisste Kinder.



Ingolstadt, 21. Mai 2026

Experience Electronics steht bei MediaMarktSaturn nicht nur für ein einzigartiges Einkaufserlebnis. Stattdessen will das Handelsunternehmen mit seiner Vielzahl an Kundenkontakten auch einen gesellschaftlichen Mehrwert durch Technik schaffen.

Vor diesem Hintergrund engagiert sich MediaMarktSaturn zum diesjährigen Tag der vermissten Kinder am 25. Mai als neuer Großpartner der Initiative Screen2Save. Ziel der Partnerschaft ist es, die Suche nach vermissten Kindern schnell, wirksam und sichtbar direkt im Umfeld des Geschehens zu unterstützen. Dafür stellt MediaMarktSaturn sein deutschlandweites Retail-Media Netzwerk in den Dienst des guten Zwecks: Die rund 5.000 digitalen InStore Screens in den deutschen Märkten können künftig in Echtzeit für aktuelle, lokal relevante Kindervermisstenanzeigen freigeschaltet werden. Aus klassischen Retail-Media-Werbeflächen wird so ein hochreichweitenstarkes Informationsnetz – mitten im öffentlichen Raum und genau dort, wo täglich Millionen Menschen erreicht werden.

„Screen2Save ist eine großartige Sache, die wir unbedingt unterstützen möchten. Mit der Initiative nutzen wir unsere Reichweite und die starke Infrastruktur unseres Retail-Media-Netzwerks bewusst und verantwortungsvoll“, sagt Michael Schuld, Chief Marketing Officer von MediaMarktSaturn. „Experience Electronics bedeutet für uns, Technologie nicht nur zu verkaufen, sondern sie genau dort einzusetzen, wo sie Menschen konkret hilft und im besten Fall sogar Leben retten kann. Wir freuen uns, dabei zu sein.“

Mit seinem dichten Store-Netz, insbesondere im urbanen Raum, erweitert MediaMarktSaturn das Screen2Save-Suchnetzwerk um über 5.000 hochfrequentierte potenzielle Anzeigenflächen in ganz Deutschland.

Screen2Save: Werbeflächen als geo-intelligente Vermisstenanzeigen

Technisch basiert Screen2Save auf Geo-Targeting: Vermisstenmeldungen werden in Echtzeit genau dort ausgespielt, wo das Kind zuletzt gesehen wurde. Je länger es verschwunden bleibt, desto größer wird der Radius.

Die Mechanik ist bewusst einfach und auf den Ernstfall vorbereitet: Über Social Links oder QR-Codes können Angehörige ein digitales Meldeformular auf dem Startbildschirm ihres Smartphones speichern. Im Vermisstenfall wird dieses Formular mit Fotos und relevanten Informationen zum Kind ausgefüllt.

Nach Freigabe der zuständigen Polizeistelle werden die Vermisstenanzeigen innerhalb kürzester Zeit auf digitale Screens im geografischen Umfeld des letzten bekannten Aufenthaltsorts ausgespielt. Dafür werden bestehende Werbeflächen situativ umfunktioniert und gezielt lokal aktiviert.

„Unsere Screens erreichen Menschen genau dort, wo relevante Informationen Aufmerksamkeit erzeugen und Wirkung entfalten können – mitten im Alltag“, sagt Boris Prondzinski, Managing Director MediaMarktSaturn Retail Media & Partner Marketing. „Mit Screen2Save nutzen wir die Möglichkeiten unseres Retail-Media-Netzwerks für eine gesellschaftlich wichtige Aufgabe und zeigen, welches Potenzial moderne Handelsinfrastruktur auch über den Handel hinaus entfalten kann.“

DOOH und Retail Media im Alarmverbund

Hinter Screen2Save steht die Initiative Vermisste Kinder. Ausgangspunkt ist eine strukturelle Lücke in Deutschland: Trotz rund 16.500 Vermisstenfällen jährlich, gibt es kein flächendeckendes Alarmsystem wie den US-amerikanischen Amber Alert, der Push-Nachrichten zu vermissten Kindern automatisiert an Smartphones in der Umgebung sendet. Um diese Lücke zu adressieren, entwickelte die Münchner Mediaagentur Mediaplus gemeinsam mit der Initiative Vermisste Kinder die Idee, neue Media-Touchpoints für die Vermisstenanzeigen zu nutzen und setzte diese im Januar 2025 erstmals um. Neben MediaMarktSaturn sind auch unterschiedliche Supermärkte Teil des aktuellen Netzwerks.

„Screen2Save zeigt, wie wir Media gemeinsam mit MediaMarktSaturn gezielt, innovativ und in Echtzeit einsetzen können, um vermisste Kinder schneller zu finden. Es ist wirklich bewegend zu sehen, wie Retailer und alle beteiligten Gewerke unsere Idee mittragen und für diese wichtige gesellschaftliche Aufgabe an einem Strang ziehen“, erklärt Maximilian Schöngen, Global Chief Creative Officer der Mediaplus Group.

Nützliche Links im Fall eines vermissten Kindes:

- Das [Formular](#) zur Vermisstenmeldung
- Mehr [Informationen](#) zum Projekt
- Europaweit einheitliche Hotline für vermisste Kinder: 116000
- Mehr Infos zur [Initiative Vermisste Kinder](#)

Bildmaterial zur redaktionellen Verwendung können Sie [hier](#) herunterladen.

Über MediaMarktSaturn Retail Group

Die MediaMarktSaturn Handelsgruppe ist Europas führendes Handelsunternehmen für Unterhaltungselektronik und damit verbundene Dienstleistungen. Im Rahmen seiner strategischen Neuausrichtung entwickelt sich das Unternehmen von einem klassischen



Produktverkäufer zu einer lösungsorientierten Omnichannel-Plattform, die die Themen Kunde und Nachhaltigkeit in alle ihre Geschäftsaktivitäten integriert. Mit dem Begriff "Experience Electronics" beschreibt MediaMarktSaturn seine Neupositionierung und gleichzeitig das Leistungsangebot für seine Kunden. Mit seinem Portfolio an Formaten und Marken setzt der Elektronikfachhändler auf Kundenerlebnis und persönliche Beratung. Zum Unternehmen gehören die Marken MediaMarkt und Saturn, die ihre rund 1.070 stationären Märkte in 11 europäischen Ländern umfassend mit Online-Verkaufsplattformen vernetzen und in neun europäischen Ländern die Marktposition 1 oder 2 einnehmen. Die Eigenmarken PEAQ, KOENIC, ISY und ok. runden das Portfolio ab. MediaMarktSaturn beschäftigt rund 50.000 Mitarbeiter und befindet sich im Besitz der CECONOMY AG. Der Umsatz des Unternehmens belief sich im Geschäftsjahr 2024/25 auf 23,1 Milliarden Euro, wobei der Online-Umsatz rund 26 Prozent davon ausmachte. Mit rund 2,2 Milliarden Kundenkontakten pro Jahr über alle Kanäle hinweg hat der Elektronikhändler eine enorme Reichweite. (Stand der Daten: 30. September 2025)

Swetlana Ernst

Unternehmenskommunikation

MediaMarktSaturn Retail Group

Tel. +49 (151) 20372901

presse@mediamarktsaturn.com

www.mediamarktsaturn.com

www.mediamarkt.de

www.saturn.de