

Schneider: „Ich teste

NÖN-Interview | Mediashop-Chefin Katharina Schneider über ihre Rolle bei Puls 4,

Von Philipp Grabner,
Christian Feigl und Tanja Barta

NEUNKIRCHEN | Katharina Schneider hat mit ihren 46 Jahren schon viel erreicht. Sie ist Geschäftsführerin von Mediashop Neunkirchen, Mutter eines Sohnes und zudem neues Gesicht in der Puls4-Show „2 Minuten 2 Millionen“. Der NÖN Neunkirchen hat sie im persönlichen Gespräch verraten, was sich seit ihrem ersten Fernsehauftritt verändert hat und ob sie Mediashop-Produkte auch wirklich selbst testet.

NÖN: Wie geht es Ihnen mit der neuen Bekanntheit? Hat sich sehr viel verändert, seitdem Sie im Fernsehen sind?

Katharina Schneider: Also, mein normales Leben ändert sich dadurch nicht wirklich. Ich bin generell sehr uneitel, daher ist mir Bekanntheit im Allgemeinen nicht so wichtig (lacht). Veränderung für mich gibt es nicht.

Also hat Sie noch niemand um ein Autogramm gebeten oder Sie irgendwo erkannt?

Schneider: (lacht) Nein. Ich sag' immer, dass es einen Unterschied gibt, es geht ja jetzt nicht um einen gewollten Promistatus wie z. B. bei jemandem wie Da-

niela Katzenberger. Da ist eine ganz andere Begehrlichkeit da. Das, was wir in „2 Minuten 2 Millionen“ machen, ist ja keine Realityshow oder so. Das Thema verbindet im Prinzip Wirtschaft mit einem Fun-Faktor. Ich muss aber schon sagen, dass ich extrem viel positives Feedback von Menschen bekomme, die ich nicht kenne und die mir einfach gratulieren wollen. Das freut mich natürlich schon.

Was hat sich seit Ihren Auftritten bei Puls4 privat und beruflich verändert?

Schneider: Privat hat sich bei mir gar nichts verändert. Beruflich hat sich insofern verändert, dass Mediashop als Unternehmen jetzt mehr in der Öffentlichkeit steht. Das war bis jetzt nicht so.

Wann investieren Sie in eine Idee?

Schneider: Es sind mehrere Faktoren. Das eine ist, dass das Produkt oder die Dienstleistung interessant ist, es muss innovativ sein. Dann ist natürlich auch die Persönlichkeit der Gründer ein Thema. Denn letztendlich investiert man ja auch immer in Menschen. Zu guter Letzt spielen aber natürlich auch die Zahlen eine Rolle. Da aber bei Start-Ups meistens noch nicht

sehr viele Zahlen vorhanden sind, verlasse ich mich auf mein Bauchgefühl und meine Erfahrung rund um die Produktidee und den Erfinder.

Von Duschbomben bis hin zu Bügelhilfen und Schimmelbekämpfern gibt es bei Ihnen fast alles. Wer kauft diese Produkte?

Schneider: (lacht) Jeder! Das Publikum geht wirklich querfeld-ein von der Hausfrau bis zum Banker. Natürlich ergibt sich je nach Produkt ein gewisses Profil, wo man sagt, das ist eher „frauenlastig“ oder eher „männerlastig“. Aber zum Beispiel ein Schimmelentferner ist ein Produkt, das jeder braucht. Als ich das Produkt das erste Mal bekommen habe, hab' ich das sofort in der Dusche bei den Fugen ausprobiert. Das ist wie neu!

Welches Produkt war das kurioseste, das Ihnen jemals untergekommen ist?

Schneider: (überlegt). Wir beschäftigen uns tagtäglich mit den verschiedensten Ideen. Da ist natürlich auch vieles dabei, wo man schmunzelt. Ein kuriozes Produkt kommt demnächst in der Sendung vor. Da gibt es sogar einen Teaser, wo man Hans-Peter Haselsteiner und Leo

Hillinger (ebenfalls Investoren bei „2 Minuten, 2 Millionen“, Anm.) sieht, die eine Art „Schwammerl“ am Kopf haben. Das ist eines der Produkte, über die ich schmunzeln musste und die auch eine kuriose Seite haben.

Testen Sie alle Produkte, die Sie verkaufen, auch selbst?

Schneider: Ja. Ich hab' wirklich alle Produkte zuhause und teste sie auch alle durch. Es gibt dabei wirklich nur ganz, ganz wenige Ausnahmen, die nicht bei mir landen. Aber bei „2 Minuten 2 Millionen“ habe ich alle Produkte selber getestet und hab' sie auch zuhause.

Gab es bisher auch schon einmal Ladenhüter?

Schneider: Ladenhüter in dem Sinn nicht, weil wir alle Produkte im Fernsehen vorher testen. Aber da ist es sehr wohl so, dass sich nicht alle Produkte gleich gut verkaufen. Wir testen in der Woche im Schnitt drei Produkte im Fernsehen und wir können daran erkennen, wie viele Menschen anrufen und bestellen. Wir bringen nur die Produkte in den Handel, die auch wirklich erfolgreich sind.

Was ist der aktuelle Bestseller?

Katharina Schneider zusammen mit dem neuen MediaShop-YouTube-Star Socke im hauseigenen Studio, in dem die TV-Beiträge gedreht werden. Mehr über den Auftritt von MediaShop auf YouTube gibt es in einer der kommenden Ausgaben.
Fotos: Barta



fast alle Produkte selbst!“

welchen Ideen sie ihren Segen gibt und was für sie der größte Luxus ist.

Schneider: Das sind der „Prime“, ein Akkustaubsauger mit Knickgelenk, der „Power Air Fryer“, eine Heißluftfritteuse, mit der man kalorienarm frittieren kann oder der „Vibroshaper“, ein geniales Fitnessprodukt.

Wie sieht ein typischer Mediashop-Konsument aus? Schneider: Den gibt es



eigentlich nicht (lacht). Bei MediaShop kaufen Frauen wie Männer, alterstechnisch von 18 bis 99, ein. MediaShop-Kunden kommen aus allen Schichten. Wenn man es unbedingt eingrenzen möchte, dann kann man sagen: 35 plus, weiblich, haushaltsführend. Aber es ist sehr produktabhängig.

Wenn wir Messersets verkaufen, haben wir mehr Männer als Frauen.

Wenn man eine gute Idee hat, kann man dann theoretisch auch zu Ihnen persönlich kommen?

Schneider: Genau. Wenn man eine gute Idee hat, dann kann man zu MediaShop, zu mir, kommen. Wir schauen uns die Idee an und entscheiden das dann in einem Team aus Experten. Wir haben dafür auch eine eigene Plattform, die nennt sich ‚Club der Erfinder - Von der Idee zur Million‘. Da gibt es eine eigene Webseite (www.club-der-erfinder.tv, Anm.) und da kann man sich mit seinen Ideen anmelden. Es muss ja nicht einmal ein richtiges Produkt sein, es reicht auch die Idee.

Werden die Produkte eher online, telefonisch oder direkt im Shop gekauft?

Schneider: Ein Drittel bestellt telefonisch, ein Drittel bestellt über alle E-Commerce-Kanäle und ein Drittel kauft im Handel.

Würden Sie sagen, dass Sie eine strenge Chefin sind?

Schneider: Hm... (überlegt). Ich denke nicht, dass „streng“ oder „nicht streng“ die entscheidende Frage ist. Erfolg ist immer das Ergebnis eines guten Teams. Ich habe eine großartige Mannschaft mit tollen, talentierten Menschen, die meine Begeisterung und Leidenschaft mit mir teilen und das Unternehmen MediaShop mit mir gemeinsam

gestalten. Wir beschreiten zusammen mutig neue Wege und lassen dabei auch Fehler zu. Wenn wir erfolgreich sind, feiern wir! Das ist der „Spirit“, mit dem ich arbeiten möchte.

Um wie viel ist der Umsatz seit der Puls4-Sendung im Unternehmen gestiegen?

Schneider: In Wahrheit kann man das nicht sagen, weil wir laufend neue Produkte rausbringen. In diesem Fall ist es so, dass Produkte, die wir in der Sendung entdecken, weiter ins Programm kommen.

Gibt es einen typischen Arbeitsalltag bei Ihnen?

Schneider: Nein. In Wahrheit ist jeder Tag verschieden. Ich übernehme kaum operative Detailarbeiten, sondern bringe mich entweder in internen Meetings mit verschiedenen Abteilungen ein oder nehme externe Termine wahr. Ich bin im Schnitt ein bis zweimal in der Woche im Ausland, um dort Termine wahrzunehmen.

Was ist Ihr größter Luxus?

Schneider: Mein größter Luxus ist ein Sonntag mit meiner Familie. Einfach mit dem Hund spazieren gehen und nichts machen. (lacht)

WORDRAP

Autofahren.

„Eine Notwendigkeit für mich.“

Neunkirchen.

„Schätze ich sehr. Nette Menschen und eine schöne Stadt.“

Gesundheit.

„Das wichtigste Gut!“

Politik.

„Politik und Religion sind Privatsache jedes Einzelnen.“

Musik.

„Höre gerne Musik, bin selber leider unmusikalisch.“

Puls 4.

„Macht enorm Spaß!“

Kochen.

„Ja, gerne.“

Geld.

„Geld macht nicht glücklich, solange es ausreicht, um normal leben zu können.“

Haushalt.

„Dekorieren, ja gerne! Haushalt eher weniger.“

Hobbys.

„Laufen, Segeln, Tauchen.“

Zur Person

○ **Katharina Schneider:** Geboren ist die Niederösterreicherin im Jahr 1971. Sie hat eine klassische Schullaufbahn hingelegt. Nach der Matura hat sie Lehramt studiert.

○ **Beruflicher Werdegang:** Schon während des Studiums, welches sie auch abgeschlossen hat, jobbte sie im Wirtschaftsbereich. Im Speziellen hat sie im Marketing und Vertrieb gearbeitet. Später war sie bei einem amerikanischen Investmentkonzern angestellt. 2002 hat sich Schneider selbstständig gemacht und das Embers Call Center

gegründet und aufgebaut. Mittlerweile arbeiten hier rund 400 Personen. 2006 ist sie mit der Schneider-Holding bei Mediashop eingestiegen. Seitdem hat sie mit ihrem Team MediaShop von einem kleinen Teleshopping-Betrieb in ein modernes und international agierendes Omnichannel-Unternehmen weiterentwickelt.

○ **Privat:** Katharina Schneider lebt im Bezirk Neunkirchen und hat einen Sohn. In ihrer Freizeit betreibt sie gerne Sport und geht gerne mit ihrem Hund spazieren.