

MediaMarkt lanceert nieuwe Europese merkcampagne *Let's Go!*

Rotterdam, 11 oktober 2022 – Voor het eerst in het ruim veertigjarige bestaan van MediaMarkt wordt in alle dertien vestigingslanden tegelijk een nieuwe merkcampagne uitgerold. Kenmerkend voor de campagne zijn het centraal stellen van de klantervaring en het persoonlijk advies. Daarbij is voor de Engelse pay-off *Let's Go!* gekozen om het internationale karakter van de campagne en MediaMarkt te onderstrepen.

“De naamsbekendheid van MediaMarkt is groot en iedereen is weleens bij ons in de winkel of online geweest voor de aankoop van elektronica. Met deze nieuwe campagne willen we de kracht van het merk opnieuw gebruiken om ons onderscheidend neer te zetten,” legt Yannick de Bièvre, marketing directeur MediaMarkt BeNeLux, uit. “*Let's Go!* is een enthousiaste uitnodiging aan onze klanten om elektronica en de mogelijkheden die het biedt samen te ontdekken. De oproep *Let's Go!* staat voor de kracht die ontstaat als je dingen samen aanpakt, als je durft en als je het gewoon doet. De campagne nodigt daarom mensen in al hun diversiteit uit en neemt hen mee op hun reis door de wereld van elektronica.”

Experience electronics

MediaMarkt heeft in 1979 consumentenelektronica als nieuwe categorie neergezet binnen de toentertijd traditionele retailmarkt. Met de term ‘experience electronics’ kiest het bedrijf ook nu weer voor een onderscheidende strategische herpositionering en beschrijft daarmee tegelijkertijd het dienstenaanbod aan haar klanten. “Wij maken technologie voor iedereen toegankelijk en zorgen dat klanten het optimaal kunnen benutten. Bij MediaMarkt kunnen ze producten aanraken, uitproberen en leren kennen, oftewel beleven in de ruimste zin van het woord. Technologie wordt met het door ons gegeven persoonlijke advies, ons aanbod aan diensten en services voor de klant een positief avontuur, online en in de winkel: technologie beter beleven, voor een leven vol mogelijkheden. Dat is precies wat de nieuwe merkcampagne laat zien en waarvoor het uitnodigt,” aldus De Bièvre.

Merkbeeld versterkende elementen

Het nieuwe merkbeeld wordt gedragen door drie bepalende elementen. De emotionele lading activeert en beweegt klanten. Tegelijkertijd is er aandacht voor de diverse diensten waarmee MediaMarkt zijn klantgerichtheid demonstreert. Terwijl de derde component van de campagne gericht is op de promotie van producten en aanbiedingen. De Bièvre licht toe: “*Let's Go!* is de verbindende schakel tussen alle marketingactiviteiten en vormt de paraplu voor alle interne en externe communicatie. Het verbindt daarmee ons merk, onze diensten en onze mensen met onze klanten, *Let's Go!*”

Employer branding

Ook de nieuwe employer branding campagne is in lijn met de nieuwe merkidentiteit. Onder de claim *Let's go!* lanceert MediaMarkt in november voor het eerst ook internationaal een uniforme employer branding campagne. “In de campagne staan werknemers voor de diversiteit binnen het bedrijf en geven tegelijkertijd de diversiteit aan individuele functieprofielen weer. Maar bovenal laat de

campagne zien waar het bij MediaMarkt om draait: teamgeest, plezier, enthousiasme voor technologie en de drive klanten mee te nemen in de bijzondere wereld van elektronica.”

Lancering campagne

De crossmediale merkcampagne is ontwikkeld door Saatchi & Saatchi internationaal en in de BeNeLux doorvertaald door Wunderman Thompson. Op donderdag 13 oktober vindt de lancering plaats in België en Nederland op televisie, radio, out-of-home, social media, online video en display.

Noot voor de reactie (niet voor publicatie):

Voor meer informatie over de inhoud van dit bericht, het ontvangen van campagnebeelden of een afspraak met Yannick de Bievre, kunt u contact opnemen met:

Edward Verheij, head of communication BeNeLux op tel: +31 6 28 794 783 of per mail: verheije@media-saturn.com

Over MediaMarkt

Mediamarkt is de grootste elektronikaketen van Europa en is sinds 1999 actief in Nederland met momenteel 49 winkels. In totaal is de winkelketen met zo'n 1000 winkels actief in 12 Europese landen. Bij MediaMarkt staat de consument centraal. Jaarlijks bezoeken meer dan 100 miljoen consumenten MediaMarkt: door een bezoek aan de winkels of online.

Met de introductie van de omnichannel propositie wordt de consument nog beter bediend, omdat zelf kan worden bepaald hoe, waar en wanneer elektronica wordt gekozen, gekocht en verworven. Binnenkort breidt MediaMarkt deze keuze nog uit met een marketplace. Bij de Smartbar die zich in elke MediaMarkt vestiging bevindt, wordt de klant totaal ontzorgd met advies en extra services, zoals het aanbieden van een unieke TV kalibratie en het gebruiksklaar maken van laptops, tablets en smartphones. Daarnaast kan worden gekozen uit een ruim assortiment aan televisie- en telefoonabonnementen of uit diverse groene stroomaanbieders. Met BetterWay, ons nieuwe duurzaamheidslogo, helpen we consumenten bij hun duurzame productkeuze en het verduurzamen van hun eigen gedrag. De winkelketen werd in 1979 opgericht en is onderdeel van de MediaSaturn Retail Groep. 'Let's Go!'. www.mediamarkt.nl