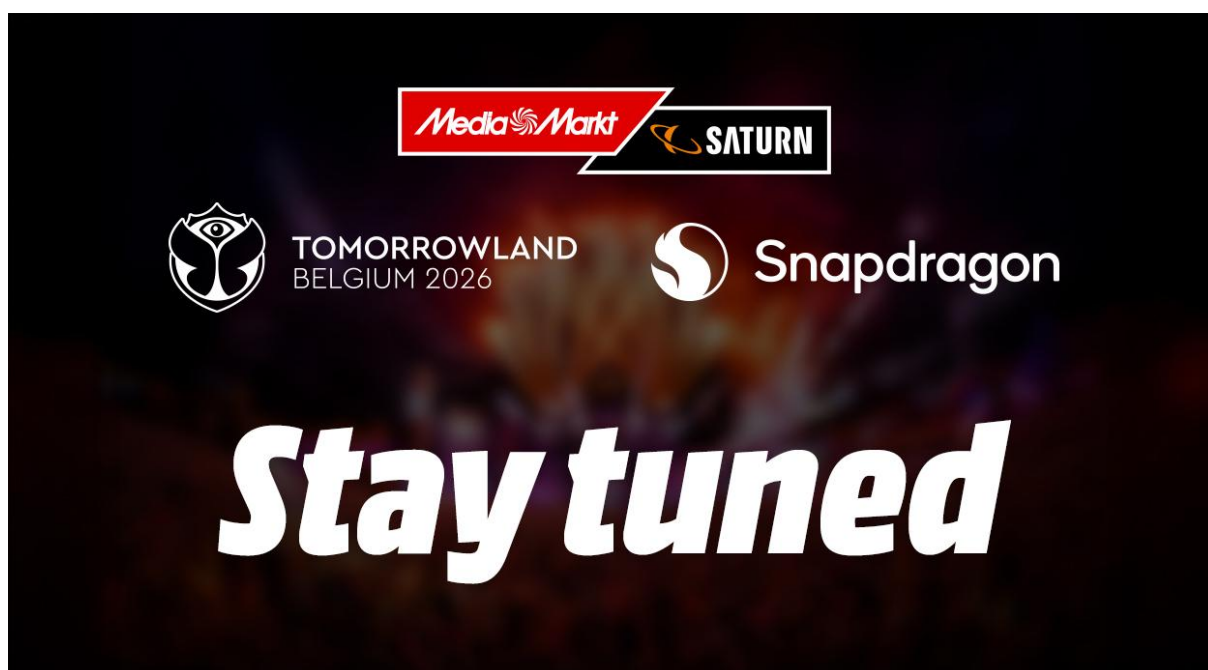


MediaMarktSaturn & Snapdragon worden Premium Partners van Tomorrowland en lanceren pan-Europese campagne

Rotterdam, 12 mei 2026

MediaMarktSaturn, Europa's toonaangevende retailer in consumentenelektronica en gerelateerde diensten, wordt samen met Snapdragon officiële Premium Partner van Tomorrowland. De samenwerking komt tot leven in de 11 Europese markten waar MediaMarktSaturn actief is, met de lancering van de cross-channel campagne "Tomorrow's AI". In deze campagne komen technologie en cultuur samen via live-ervaringen, verbonden aan een van de meest iconische elektronische muziekfestivals ter wereld.



De MediaMarktSaturn Group, waar MediaMarkt Nederland onderdeel van is, en processormerk Snapdragon gebruiken het Premium Partnership om hun merken op een krachtig en internationaal podium te presenteren. MediaMarktSaturn laat zien wat haar merkbelofte **"Experience what's Possible"** in de praktijk betekent. Snapdragon brengt op zijn beurt technologie tot leven via onvergetelijke tech-ervaringen op de apparaten die mensen dagelijks gebruiken en waarderen.

De samenwerking verbindt de merken via een gedeelde focus op technologie, beleving en bijzondere ervaringen. "Tomorrowland creëert een unieke wereld waarin beleving, verbondenheid en onvergetelijke gedeelde ervaringen centraal staan. In samenwerking met Snapdragon krijgt MediaMarktSaturn een krachtig internationaal platform om 'Experience what's Possible' tot leven te brengen en te laten zien hoe technologie nieuwe mogelijkheden opent voor de People of Tomorrow," zegt Michael Schuld, Chief Marketing Officer van MediaMarktSaturn.

"Snapdragon maakt next-level ervaringen toegankelijk in het dagelijks leven, op alle geliefde apparaten. Denk aan pc's waarmee mensen creëren, streamen en communiceren. Door samen te werken met

MediaMarktSaturn en Tomorrowland brengen we onze technologie naar momenten waar creativiteit, verbinding en cultuur samenkomen. Zo laten we zien hoe apparaten met Snapdragon X Series-processors rijkere en meeslependere ervaringen mogelijk maken, of dat nu in de winkel, online of op het festival zelf is,” zegt Richard Tinkler, VP Marketing bij Qualcomm Technologies International, Ltd.

Tomorrow's AI: een campagne in winkels, online en op het festivalterrein

Vanaf 15 mei wordt de 360-gradencampagne uitgerold in alle 11 Europese markten waar MediaMarktSaturn actief is. Elektronicaliefhebbers, van dancemuziek tot innovatieve techproducten, kunnen de samenwerking ervaren in de winkels, via digitale kanalen en op het festivalterrein zelf.

De cross-channel campagne geeft consumenten op het laatste moment nog de kans om Tomorrowland live mee te maken. Daarmee biedt de campagne een unieke mogelijkheid om alsnog aanwezig te zijn bij het uitverkochte festival. Daarnaast omvat de campagne onder meer experience zones in winkels met AI-pc's aangedreven door Snapdragon, speciale productaanbiedingen, CRM-integratie met dedicated landingspagina's, nieuwsbrieven, app-activaties, PR en advertising.

Tijdens de festivalweekenden in juli komt de campagne volledig tot leven in een gezamenlijk ontworpen festivalstand. Daar gaan de activiteiten verder dan de fysieke wereld en betreden bezoekers een nieuwe digitale omgeving waar creativiteit, identiteit en muziek samenkomen. Snapdragon vormt het technologische hart van deze ervaring en stuurt elke interactie, transformatie en elk moment real-time aan met de kracht van AI. Tegelijkertijd zijn MediaMarktSaturn en Snapdragon ter plaatse actief op social media, zodat ook mensen buiten het festival kunnen meegenieten. Geselecteerde content creators nemen hun volgers mee in de beleving.

Tomorrowland biedt bereik en relevantie in heel Europa

De strategische waarde van de samenwerking wordt onderstreept door het grote bereik van Tomorrowland in Europa en daarbuiten. Met meer dan 850 artiesten op 16 podia trekt het Belgische cultfestival 200.000 bezoekers per weekend en genereert het wereldwijd enorme aandacht en betrokkenheid onder fans.

Tomorrowland brengt bovendien een publiek samen dat zeer relevant is voor MediaMarktSaturn en Snapdragon. De People of Tomorrow zijn vooral twintigers en dertigers. Ze zijn digitaal verbonden, gericht op beleving en maken intensief gebruik van apparaten om te streamen, creëren, gamen en werken.

Daarmee biedt Tomorrowland een overtuigend platform om betekenisvolle en ervaringsgerichte technologie op grote schaal in Europa te presenteren.

De officiële aankondigingsvideo van de samenwerking is [hier](#) te vinden.

Snapdragon is een geregistreerd handelsmerk van Qualcomm Technologies, Inc. Snapdragon is een product van Qualcomm Technologies, Inc. en/of haar dochterondernemingen.

Over MediaMarkt

MediaMarkt is de grootste elektronica keten van Europa en is sinds 1999 actief in Nederland met momenteel 54 winkels. Inmiddels zijn er in België 30 winkels en 2 in Luxemburg. In totaal is de winkelketen met zo'n 1000 winkels actief in 11 Europese landen. Bij MediaMarkt staat de consument centraal. Jaarlijks bezoeken meer dan 100 miljoen consumenten MediaMarkt: door een bezoek aan de winkels of online. Door middel van de omnichannel-propositie wordt de consument via allerlei kanalen bediend en kan zelf worden bepaald hoe, waar en wanneer elektronica wordt gekozen, gekocht en ontvangen: via de winkel, webshop, app of 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, onze duurzaamheidspropositie, helpen we consumenten bij hun duurzamere productkeuze en het verduurzamen van hun eigen gedrag. De winkelketen werd in 1979 opgericht en is onderdeel van de MediaMarkt Saturn Retail Groep. Meer info op www.mediamarkt.nl.

Over Tomorrowland

Tomorrowland is uitgegroeid tot een wereldwijd entertainmentmerk en een media-gigant. Vandaag de dag brengen meer dan 400 gepassioneerde medewerkers verbeelding tot leven vanuit het hoofdkantoor van WEAREONE.world in Antwerpen (België) en kantoren in Brazilië, Frankrijk en Thailand. Met festivals en evenementen over de hele wereld, een uitgebreid storytelling-universum, meeslepende ervaringen, een breed spectrum aan lifestyle- en designproducten, vrijetijdsinitiatieven en een toegewijde muziekafdeling blijft WEAREONE.world momenten creëren die resoneren met de People of Tomorrow. Het bedrijf investeert ook in een betere toekomst via toegewijde duurzaamheids- (Love Tomorrow) en sociale programma's (Tomorrowland Foundation). Tomorrowland is een van de grootste en meest iconische muziekfestivals ter wereld, gehouden in recreatiegebied De Schorre in Boom, België, georganiseerd en in eigendom van de oorspronkelijke oprichters, de gebroeders Beers. Het festival verwelkomt meer dan 400.000 People of Tomorrow uit meer dan 200 landen tijdens twee buitengewone zomerweekenden. Tomorrowland biedt ruimte aan alle genres binnen de elektronische dansmuziek, met honderden gerenommeerde artiesten die optreden op meer dan 16 podia. DreamVille en Global Journey – het officiële camping- en reisprogramma van Tomorrowland – bieden de People of Tomorrow een complete festivalervaring, met een gastvrij onderkomen ter plaatse en onvergetelijke reisavonturen naar het festival. Tomorrowland 2026 (16–19 juli en 23–26 juli) staat in het teken van het betoverende thema 'Consciencia'. Zes oeremoties – verwondering, liefde, woede, vreugde, verlangen en verdriet – onthullen een mysterieuze wereld die zowel buitenaards als diep menselijk aanvoelt.

Noot voor de redactie, niet voor publicatie

Perscontact MediaMarkt

Corporate Communications Benelux

010 - 793 3080

persNL@mediamarkt.nl

Press contact Tomorrowland

Debby Wilmsen

press@tomorrowland.com