

MediaMarkt komt terug met "Ik ben toch niet gek!" campagne in nieuw jasje

Rotterdam, 3 oktober 2025

MediaMarkt haalt vanaf oktober de iconische "Ik ben toch niet gek!" pay off van stal. Uiteraard wordt de slogan in een eigentijds jasje gestoken die aansluit bij de huidige tijdsgeest. De campagne is te zien op alle kanalen.

Door in te spelen op het veranderende taalgebruik geeft de retailer de klassieker een frisse, moderne twist. Op deze manier brengt MediaMarkt herkenning, humor en vertrouwen samen.

Held in het digitale oerwoud

Director Marketing van MediaMarkt Benelux, Raymond Mesterom, licht toe: “We positioneren MediaMarkt opnieuw als de nuchtere, fysieke held in het digitale oerwoud. Want als het écht om een goede deal gaat, wil je het met eigen ogen zien, voelen, testen. Daarnaast wil je vragen kunnen stellen en natuurlijk gebruik kunnen maken van diensten zoals bezorging en installatie. Daarom ga je naar MediaMarkt. Want je bent toch niet gek?”

Campagne tijdens drukste periode van het jaar

De eerste campagne waarin “Ik ben toch niet gek” zijn comeback maakt, start op 6 oktober en wordt breed uitgerold op TV, radio, social media en online. ‘Ik ben toch niet gek’ zal ook in 2026 gevoerd worden. Op deze manier wordt consistentie en herkenning in de marketingstrategie vergroot.

Met het drukste kwartaal in retail voor de deur - inclusief Black Friday en de feestdagen - kunnen klanten zich opmaken voor tal van acties, kortingen en campagnes. De timing van de campagne valt samen met de periode waarin consumenten massaal op zoek gaan naar de beste deals en aanbiedingen.

Noot voor de redactie, niet voor publicatie

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 29 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.

Perscontact:

Corporate Communications Benelux

010 - 793 3080

persNL@mediamarkt.nl