



MediaMarkt maakt van NOvember YOvember in Black Friday Weeks-campagne

Strombeek, 6 november 2025

De elektronica-retailer steekt haar Black Friday Weeks-campagne opnieuw in een kleurrijk jasje en richt zich naast het beste aanbod ook op service en klantbeleving. Een speciaal rapnummer benadrukt de voordelen die klanten hebben wanneer ze bij MediaMarkt winkelen.

Zeg gewoon “ja!” tegen de beste services. Elektronica-retailer MediaMarkt brengt dit motto tot leven in haar nieuwste campagne. Op een gedurfde, kleurrijke manier laat het bedrijf zien waar het bijzonder goed in is – en zelfs beter dan concurrenten uit de onlinewereld. Dankzij de speciale services van MediaMarkt wordt november een kleurrijke maand vol beleving, met de focus niet alleen op het beste aanbod, maar ook op een klantgerichte winkelervaring.

MediaMarkt zegt “Ja!” waar anderen “Nee” zeggen

Centraal in de campagne staat een aanstekelijke rapvideo waarin dagelijkse verzoeken en spontane klantvragen op humoristische en eigentijdse wijze worden neergezet. Terwijl anonieme concurrenten met “Nee” reageren, zegt MediaMarkt altijd “Yo!”, oftewel “Ja!”. Of het nu gaat om Click & Collect, persoonlijk advies of aantrekkelijke deals. Wat elders onmogelijk lijkt, maakt MediaMarkt mogelijk.

Muziek, marketing en medewerkers in de hoofdrol.

De raptrack benadrukt hoe de elektronica-retailer van november een positieve, kleurrijke YOvember maakt met kortingen, exclusieve services en een unieke omnichannel-winkelervaring. Het team in de video bestaat uit medewerkers van MediaMarkt, die zijn geselecteerd via een interne, internationale casting: <https://youtu.be/Y5b2OCgmZ0E>

“Grote kortingen rondom Black Friday zijn leuk, maar de laagste prijs bieden is niet meer allesbepalend. Met deze campagne laten we zien dat we bij MediaMarkt altijd net dat stapje extra zetten voor onze klanten, zowel in de winkel als online. We bieden service, keuze en flexibiliteit zoals alleen een omnichannel-retailer dat kan”, zegt **Raymond Mesterom, Director Marketing bij MediaMarkt Benelux.**

De campagne is een logische voortzetting van de marketingkoers van de afgelopen jaren: al drie jaar onderscheidt MediaMarkt zich bewust van de sombere Black-Friday communicatie van andere merken, en presenteert haar aanbiedingen en services op een kleurrijke manier.

In België start de campagne op 6 november in de avond met early-access via de MediaMarkt app. Vanaf 7 november zijn de Black Friday Weeks LIVE in alle winkels en online platformen van MediaMarkt. Tijdens de Black Friday Weeks zal de spot te zien zijn via TV, online en in de winkels. De campagne focust zich dit jaar, naast de beste deals, ook op specifieke services van de retailer. Denk hierbij aan Click & Collect na 30 minuten, Levering & Installatie en de inruilservice van MediaMarkt. Het doel is het verder vergroten van de bekendheid van het uitgebreide dienstaanbod van MediaMarkt. De spot wordt uitgezonden in alle elf landen waar de elektronikaketen actief is.

Aan de realisatie werkten mee: Saatchi & Saatchi (creatie), Tony Petersen Film en Accenture (productie), evenals German Wahnsinn (merk-soundtrack & Muziek). Het lokaliseren van alle content werd gerealiseerd door Serviceplan en Men in Green. De media-inzet wordt verzorgd door Publicis media.



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.be.

Noot voor de redactie, niet voor publicatie

Perscontact

Corporate Communications Benelux

+31 (0)10 - 793 3080

persNL@mediamarkt.nl