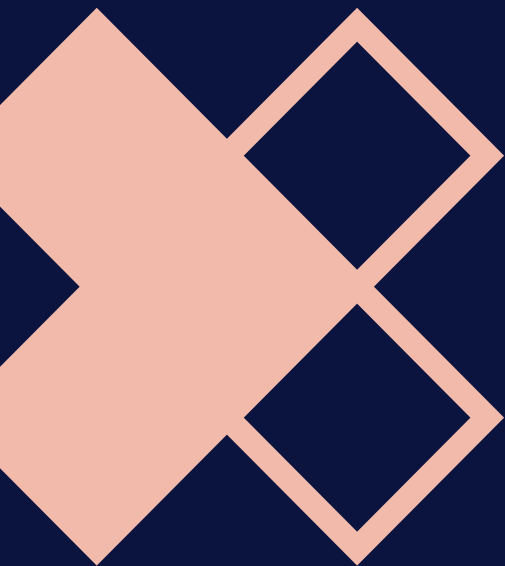




**“Communiceren was
nooit zo eenvoudig.
Net daar schuilt het
gevaar.”**

Het vernieuwde MediaMixer is klaar om alle uitdagingen op het vlak van communicatie te tackelen

Antwerpen, 5 december 2022

“We merken dat veel bedrijven onder druk staan door razendsnelle veranderingen, nieuwe technologieën en een versnelde digitalisering. Ze hebben het gevoel dat ze zich voortdurend moeten heruitvinden om als bedrijf een sterk en coherent verhaal te vertellen. Zo ontstaat er vaak ruis op de lijn tussen strategie en resultaat.”

Het Antwerpse communicatie en storytelling agency MediaMixer wapent zich voor de toekomst. Het haalt voor zijn tiende verjaardag fors uit: een verhuis naar een nieuw kantoor achter het iconische Hessenhuis in Antwerpen, een fusie, rebranding en herpositionering. “De ruis op de lijn tussen strategie en resultaat moet eruit. En daarvoor moet je alles in huis hebben. Wij willen een sleutelrol kunnen spelen in de communicatie van elke organisatie of bedrijf.”

MediaMixer

Antoon Theunissen en Tom Bellens zijn twee ondernemers die al jaren nauw samenwerkten. Onlangs hebben ze hun communicatiebedrijven MediaMixer en Push To Talk samengevoegd onder één naam: MediaMixer. Die naam dekt de lading, want met een multimediale aanpak willen ze inhoud vertalen naar sterke verhalen en verbindend engagement. De fusie maakte een verhuis noodzakelijk. Daarom verliet MediaMixer het Pakt in het Groen Kwartier en trok het richting 't Eilandje. Aan het Hessenplein huizen ze nu vlakbij het Antwerpse stadscentrum, op een zucht van de haven.



Regionaal en (inter)nationaal

MediaMixer heeft als thuisbasis Antwerpen. Het bureau is daarom fier dat het de voorbije jaren vaste partner werd van onder meer Port of Antwerp-Bruges, Stad Antwerpen en het KMSKA. Maar ook voor Lantis en de Oosterweelverbinding is MediaMixer een gewaardeerde partner.

MediaMixer beperkt zich echter niet tot de Antwerpse regio. Het is ondertussen vaste partner van bedrijven en organisaties in de meest uiteenlopende sectoren, op nationaal én internationaal niveau. Enkele voorbeelden zijn: Pfizer, Telenet, Umicore, NN Insurance, VDAB, Nike, Deme, The World's 50 Best Restaurants, Visit Flanders, #OnsEuropa, Onderwijs Vlaanderen, Eneco, UZ Brussel, Vlaamse Maatschappij voor Sociaal Wonen, Brussels Airlines, ... Ondertussen lopen ook gesprekken om verder uit te breiden naar Nederland en Frankrijk en klanten te servicen die veeleer Benelux- of internationaal georiënteerd zijn.



Groot team specialisten

De fusie brengt ook de 'people power' van de twee bedrijven samen. MediaMixer beschikt nu in-house over een groot team van specialisten in diverse disciplines. Dat maakt het mogelijk om méér te doen voor klanten, op verschillende vlakken.

Tom Bellens: "Door de fusie verzamelen we nu een groot team van specialisten in diverse complementaire disciplines. We kiezen er bewust voor om in-house veel expertise te verzamelen. Dat gaat van copywriters, creatieve grafici en strategen over frontend en backend developers, eventorganisatoren, cameramannen en fotografen tot monteurs. Op die manier kunnen we onze klanten ondersteunen in een traject dat verder gaat dan dat ene evenement, die ene video, die tijdelijke socialemediacampagne of dat ene personeelsfeest."



Volgens MediaMixer wordt die combinatie van ervaring en kennis in de toekomst crucialer dan ooit om bedrijven en organisaties bij te staan.

Antoon Theunissen: "Het is net door in zulke diverse sectoren actief te zijn dat we merken hoeveel bedrijven onder druk staan door alle razendsnelle veranderingen, nieuwe technologieën en de doorgedreven digitalisering. Ze hebben het gevoel dat ze zich voortdurend moeten heruitvinden om als bedrijf een sterk en coherent verhaal te vertellen. Er ontstaat zo vaak veel ruis op de lijn tussen strategie en resultaat. Dat vergt voortdurend aanpassingen in communicatie en marketing."

“ *We zijn een storytelling agency.
We vertellen verhalen, door content
in beweging te brengen.*”

Aan het stuur van verhalen

Tom Bellens: “Op zich is het basismodel van communicatie nooit veranderd, maar de tools en mogelijkheden zijn dat des te meer. Corona heeft die evolutie een extra boost gegeven. Enerzijds was communiceren nooit eenvoudiger dan vandaag, anderzijds schuilt daarin net het gevaar. Je kunt als bedrijf erg makkelijk boodschappen de wereld insturen. Maar als je geen partner hebt die het geheel overschouwt en het verhaal stuurt, krijg je al snel een kakofonie die nefast voor je kan zijn.”

Antoon Theunissen: “Social media, content marketing, branding, activatie, events, reclame pur sang, performance en data-driven marketing, ... Het is als onderneming bijna onmogelijk om alles op de voet te volgen, en al zeker niet om daar telkens de beste specialisten voor in huis te hebben. Op die nood zetten wij met MediaMixer in. Wij zijn een flexibel bedrijf met een sterk team, aangevuld met enkele vaste partners om net wél dat complete plaatje te coveren.”



“We maken als bureau het verschil met een goede mix van verschillende competenties en medewerkers uit verschillende generaties. Zo houden we altijd en overal de vinger aan de pols. We blijven bovendien een onafhankelijk agentschap zonder externe investeerders. Dat maakt dat we alle knopen zelf kunnen doorhakken”, beëindigt Antoon Theunissen.

Emotie en maatwerk

Beeld wordt, zo benadrukt MediaMixer, almaar belangrijker in het totaalpakket van communicatie, marketing en storytelling.

Antoon Theunissen: “Visuele en audiovisuele communicatie krijgen meer en meer een prominente plaats binnen bedrijfscommunicatie. Ook een live-event is tegenwoordig vaak een combinatie van live en opgenomen content, of kan zelfs gestreamd worden naar alle vestigingen. De mogelijkheden zijn gigantisch. Bovendien is de vraag naar interactie ook heel groot. Sociale media zijn begonnen om te communiceren in een privécontext, maar ondertussen zijn ze ingebed in alle bedrijfscommunicatie. Mogelijk groeiden ze zelfs uit tot hét kanaal om in een directe lijn met je klanten in dialoog te gaan! Sowieso is het zaak om inhoud, beeld, emotie en technologie te laten samenwerken om interactie mogelijk te maken én het juiste effect bij de beoogde doelgroep op te wekken.”

“We kunnen het in heel zware woorden uitleggen. Maar wat we met het nieuwe MediaMixer nóg beter gaan doen dan vroeger is een strategie vertalen naar emotie. Dat is waar de grote nuance zit. We willen verhalen vertellen waarmee we mensen kunnen meetrokken, die engagement opwekken en impact hebben. En hoe dat concreet wordt ingevuld zal altijd, voor eender welke opdracht, maatwerk zijn”, besluiten Antoon Theunissen en Tom Bellens.

“**Wat we met het nieuwe MediaMixer nóg beter gaan doen, is een strategie vertalen naar emotie.**”



Belang van de creatieve sector

Op de opening van het nieuwe kantoor nam ook schepen voor economie en communicatie Erica Caluwaerts (OpenVLD) het woord:

“Ik ben heel trots dat we een straf allround communicatiebedrijf zoals MediaMixer in Antwerpen hebben om creatieve content te creëren. De creatieve sector is in Antwerpen de derde grootste economische sector die mensen tewerkstelt. Communicatie is in deze tijden van sociale media meer dan ooit belangrijk. Onze samenleving is een echte beeldcultuur geworden en dat beseffen bedrijven ook.”



Gestage groei en internationale ambities

De voorbije jaren is door succesvolle realisaties, fusies en overnames de omzet van MediaMixer gegroeid tot 8,5 miljoen euro. De ambitie is nog verder te groeien. Ondertussen lopen ook gesprekken om verder uit te breiden naar Nederland en Frankrijk, om klanten te servicen die veeleer Benelux- of internationaal georiënteerd zijn.

Het team van het nieuwe MediaMixer bestaat uit 35 vaste medewerkers: efficiënte allrounders, multi-creatievelingen, doeners en denkers. Tegen het einde van dit jaar breiden we het team uit richting de 40 FTE's, zodat de medewerkers mee kunnen groeien met het verhaal van het nieuwe bedrijf.

Antoon Theunissen neemt als CEO het zakelijke en strategische management voor zijn rekening, terwijl Tom Bellens als CEO vooral focust op marktpositionering, communicatie en corporate culture. Het managementteam wordt vervolledigd met Julie de Vlaminck (COO), Bram Blondeel (Creative Director) en Wim Kegelaers (Chief Technology Officer).

www.mediamixer.be



CONTENT IN MOTION

Contact MediaMixer:

Antoon Theunissen: +32 475 62 48 26
antoon@mediamixer.be

Tom Bellens: +32 491 64 45 86
tom.bellens@mediamixer.be