

GARMIN®



#BEATYESTERDAY
DAS MAGAZIN
FÜR ACTIVE LIFESTYLE
AUSGABE 01



BeatYesterday Print-Magazin – gratis für Endkunden.

05.09.2019 13:05 CEST

Garmin launcht BeatYesterday Print-Magazin

Neuhausen am Rheinfall, 05. September 2019 – Beat Yesterday – Dieser Claim steht für die Idee, sich selbst immer wieder herauszufordern und anzuspornen. In kleinen und grossen Dingen. Beim Sport, im Job oder im Alltag. Um einen gesünderen, bewussteren und aktiveren Lebensstil zu führen. Seit drei Jahren begleitet dieses Motto Garmin und ist vom Marketing-Claim zur Haltung geworden, der sich das Unternehmen verschrieben hat. Vor drei Jahren entstand das eigene Online-Magazin, welches unter BeatYesterday.org täglich neue BeatYesterday-Geschichten erzählt. Diese digitale Plattform bekommt nun einen analogen Auftritt, der Endkunden zusätzlich zum digitalen Angebot hilfreiche Tipps für einen gesunden und

aktiven Lebensstil bieten wird.

BeatYesterday Print-Magazin im Überblick:

- Motiviert zu einem gesunden und aktiven Lebensstil
- Erste Auflage von 250.000 Exemplaren
- Gratis für Endkunden
- Verteilung über alle Distributionskanäle inkl. dem neuen Flagship-Store in München
- Artikel und Inhalte werden zusätzlich online auf BeatYesterday.org ausgespielt

Online und Print verknüpft

Nach der erfolgreichen Etablierung von BeatYesterday.org als Online-Magazin, ist die Präsentation einer Print-Ausgabe der nächste logische Schritt der Weiterentwicklung von Garmin sowie der eingeschlagenen Content-Marketing-Strategie. Denn auch in digitalen Zeiten verliert Print nicht an Bedeutung. Durch die Erweiterung des Content-Angebots werden Kunden überall dort erreicht, wo sie sich befinden und haben dadurch die Auswahl, wo und vor allem wie sie auf Inhalte zurückgreifen wollen. Sei es online oder im Handel, wie zum Beispiel im neuen Flagship-Store in München. Durch die Ergänzung weitet Garmin das Angebot auf alle Kanäle aus mit dem Ziel, die Markenbekanntheit weiter zu steigern. „Mit BeatYesterday.org haben wir eine ideale Grundlage geschaffen, um unseren Kunden durch motivierende und inspirierende Artikel einen Mehrwert zu bieten, der über unsere Produkte hinausgeht,“ erklärt Simone Weber, Marketing Direktorin DACH bei Garmin. „Analog wollen wir dies nun mit der ersten Print-Ausgabe fortführen und Leser bei einem aktiven und gesunden Lebensstil unterstützen.“ Artikel und Beiträge der Print-Variante bieten Tipps rund um die Themen Active, Lifestyle sowie Health und werden über die Online-Kanäle verlängert.

Anknüpfung an den Online-Erfolg

Das digitale Magazin, welches seit September 2016 besteht, konnte seit dem Launch bereits sehenswerte Erfolge verzeichnen. Auszeichnungen, wie *Best Web Magazine* beim Digital Communication Award 2017 oder *Beste digitale Content-Marketing-Kampagne* bei Eyes & Ears Europe 2017, bestätigen das innovative Konzept des Magazins. Auch ein Blick auf die Zahlen spricht für sich: Seit dem Launch wurden insgesamt 1.000 Artikel veröffentlicht und von

knapp acht Millionen Besuchern gelesen. Darüber hinaus stossen neue Serien, wie zum Beispiel „RealLifeHeroes“ oder „Faul wird fit“ auf grosse Zustimmung. Beliebteste Inhalte sind vor allem Artikel, die sich rund um Gesundheit, Trainingspläne, Lauftipps, Work Life Balance, Reisetipps oder Rezepte drehen. Mit einer ersten Auflage von 250.000 Exemplaren wird das Magazin Endkunden gratis zur Verfügung stehen.

Über Garmin

Garmin entwickelt seit 30 Jahren innovative Produkte für Piloten, Segler, Autofahrer, Golfspieler, Läufer, Fahrradfahrer, Bergsteiger, Schwimmer und für viele aktive Menschen. 1989 von den Freunden und Luftfahrtingenieuren Gary Burrell und Min Kao gegründet, hat das Unternehmen seither rund 200 Millionen Produkte verkauft und ist damit globaler Marktführer in den Tätigkeitsbereichen Automotive, Fitness, Outdoor, Marine und Aviation. 13.000 Mitarbeiter arbeiten heute weltweit in 60 Niederlassungen daran, ihre Kunden ganz nach dem Motto #BeatYesterday dabei zu unterstützen gesünder zu leben, sich mehr zu bewegen, wohler zu fühlen, oder Neues zu entdecken. Über 35 Millionen Garmin Connect Nutzer lassen sich davon täglich motivieren und inspirieren. Garmin zeichnet sich durch eine konstante Diversifikation aus, dank derer Fitness & Health Tracker, Smartwatches, Golf- und Laufuhren erfolgreich etabliert werden konnten. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Schaffhausen (CH) ist in der DACH-Region mit Standorten in Garching bei München (D), Graz (A) und Neuhausen am Rheinfall (CH) vertreten. In Würzburg (D) wird ausserdem ein eigener Forschungs- und Entwicklungsstandort unterhalten. Ein zentrales Erfolgsprinzip ist die vertikale Integration: Die Entwicklung vom Entwurf bis zum verkaufsfertigen Produkt sowie der Vertrieb verbleiben weitestgehend im Unternehmen. So kann Garmin höchste Flexibilität sowie Qualitäts- und Designstandards garantieren und seine Kunden täglich aufs Neue motivieren.

Kontaktpersonen



Marc Kast

Pressekontakt

Head of Public Relations DACH

pressestelle@garmin.com