GARMIN

Nino Schurter - das neue Gesicht der MARQ-Kollektion.

29.04.2019 13:11 CEST

Nino Schurter wird das Gesicht der neuen Garmin Uhren-Kollektion in der Schweiz

Neuhausen am Rheinfall, 29. April 2019 – Ein unbändiger Wille und viel Können haben Nino Schurter zu dem bekanntesten Profi-Mountainbiker der Schweiz gemacht – ab Mai ist er Garmin Markenbotschafter der neuen Tool Watch-Kollektion MARQ in seinem Heimatland.

Als siebenfacher Weltmeister geht Nino Schurter bei jedem Rennen als Top-Favorit an den Start und überzeugt als strategischer Denker und energiegeladener Mountainbiker. Damit verkörpert Schurter sowohl das Kampagnen-Motto „Leidenschaft. Neu definiert." als auch den BeatYesterday-Lifestyle der Marke Garmin sowie der neuen Uhren-Kollektion in vielerlei

Hinsicht. Konzipiert wurde die Tool Watch-Kollektion für den modernen Mann von morgen, der sich mit viel Leidenschaft und Schaffenskraft den (all-)täglichen und sportlichen Herausforderungen in seinem Leben stellt und seinen individuellen Style unterstreichen möchte. Dabei steht jeweils ein Modell für eines der fünf Garmin Segmente und ist mit speziellen Funktionen für Aktivitäten zu Land, zu Wasser oder in der Luft ausgestattet. Die insgesamt fünf Tool Watches werden exklusiv über den Uhrenfachhandel in der Schweiz vertrieben und als ein aussergewöhnliches Accessoire und stylisches Luxusprodukt im Uhrenmarkt positioniert. Der Fokus der Marketingmassnahmen liegt auf einer Out-of-Home-Kampagne.

Seit vielen Jahren arbeitet der aktuelle Schweizer Sportler des Jahres, siebenfache Weltmeister, sechsfache Gesamtweltcup-Sieger und Olympiasieger eng mit Garmin zusammen. Für Simone Weber, Marketing Managerin Garmin DACH, gab es natürlich noch weitere entscheidende Faktoren, die für Nino sprachen: „Nino Schurter prägt die internationale Cross-Country-Szene seit vielen Jahren massgeblich, triumphierte bei allen sportlichen Grossveranstaltungen und gilt als einer der besten Athleten seines Sports. Technische oder gesundheitliche Probleme sind für ihn kein Hindernis, sondern eine Herausforderung, sich stetig weiterzuentwickeln und seinen Erfolg als grösste Motivationsquelle zu nutzen. Das begeistert nicht nur seine treue Sportfangemeinde, sondern passt genau zu unserer Marke: ein sympathischer Perfektionist, der sich im Kern treu geblieben ist“. Weiterhin ergänzt sie: „Er steht für unseren Claim #BeatYesterday ebenso wie die Qualität, die in unserer MARQ-Kollektion steckt. Für uns war es daher ein logischer Schritt, Nino als langjährigen Partner von Garmin zum Gesicht der neuen Kampagne zu machen.“

Fünf hochklassige Modelle läuten ein neues Zeitalter der Chronometer ein

Mit dem Launch der neuen MARQ-Kollektion bringt Garmin fünf exklusive Uhren aus hochwertigsten Materialien auf den Markt, die den fünf Segmenten des Unternehmens – Aviation, Automotive, Marine, Outdoor und Sport – Tribut zollen und mit anspruchsvollen Designelementen versehen sind.

„Die MARQ-Kollektion steht für 30 Jahre Unternehmensgeschichte. Ausgestattet mit smarten Tools für die Anforderungen moderner Abenteurer und inspiriert von deren Leidenschaft, steht jedes Modell für Qualität, Enthusiasmus und Lifestyle“, so Kai Tutschke, Geschäftsführer Garmin DACH. „Mit diesen Produkten und dem Engagement von zwei hochkarätigen

Sportlern, festigen wir nicht nur unser Standing als Active Lifestyle-Marke in der DACH-Region, sondern unterstreichen einmal mehr unsere Position im Premium-Segment.“ Im Rahmen der DACH-weiten Kampagne werden Schurter und Schweinsteiger verschiedene Modelle tragen, darunter die MARQ Athlete aus dem Garmin Sport-Segment.

Multi-Touchpoint-Marketing in der Schweiz, Deutschland und Österreich

Der Roll-Out erfolgt über eine umfassende Out-of-Home-Kampagne in der DACH-Region. Darüber hinaus werden die Motive über vielfältige POS-Materialien im Handel zu sehen sein. Abgerundet wird das Paket durch die Präsenz auf Garmins Online-Magazin www.beatyesterday.org, der Website und den Social Media-Kanälen des Unternehmens, sowie begleitenden PR-Massnahmen.

Die Adaption der MARQ-Kampagne mit Nino Schurter verantwortet die Kreativschmiede helpinghand-net; die Vermarktung erfolgt über die Medienagentur Media Keys CH.

In den Nachbarländern Deutschland und Österreich schmückt Profi-Fussballer und Sympathieträger Bastian Schweinsteiger mit der MARQ Athlete die Kampagnen-Motive.

Weitere Informationen zur Kollektion finden Sie hier.

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 Burrel 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