

# #BEAT STERDAY

24.07.2018 14:39 CEST

## Relaunch für [BeatYesterday.org](https://www.beatyesterday.org)

**Neuhausen am Rheinfall, 24. Juli 2018** – [BeatYesterday.org](https://www.beatyesterday.org), das erfolgreiche Online-Magazin von Garmin, ist im neuen Look in den Sommer gestartet. Zusammen mit einigen neuen Nutzer-Tools und einer überarbeiteten Struktur sorgt der Relaunch der Active Lifestyle-Plattform für noch mehr Lesekomfort und Interaktion.

### **Besser als gestern**

Übersichtlichere Strukturen und ein klareres, modernes Layout zeichnen die neue Optik des [#BeatYesterday](https://www.beatyesterday.org)-Magazins aus, das auf dem PC wie auch auf mobilen Endgeräten besonderen Lesekomfort garantiert. Neben der erhöhten Nutzerfreundlichkeit zielt das überarbeitete Konzept der Website auch darauf

ab, mehr Möglichkeiten zur Aktivität und Interaktion anzubieten. Mit neuen Sharing-Tools können Leser beispielsweise nun besonders einfach Inhalte des Magazins mit dem eigenen Netzwerk teilen. Eine neue Bewertungsfunktion für Artikel ermöglicht ausserdem direktes Feedback auf die redaktionellen Themen, was wiederum zur steten Verbesserung beitragen soll.

Denn auch in puncto Redaktion gibt es frischen Wind: Insbesondere aus den vielen Rückmeldungen von Lesern und Partnern konnten wertvolle Erkenntnisse gewonnen werden. „Wir haben uns genau angeschaut, wie die typische Customer Journey im Verlauf aussieht – und an welchen Stellen es Abweichungen davon gibt. Die Analysen haben wir dann genutzt, um unsere Inhalte neu zu strukturieren und an den Bedürfnissen der Zielgruppe auszurichten“, erklärt Christian Plötner, Digital Marketing Manager bei Garmin.

## **Content ist Trumpf**

Auch im neuen Look steht der Anspruch an eine hohe Qualität der Inhalte an vorderster Stelle. Durch eine intensive Zusammenarbeit mit den Autoren, die sich aus Redakteuren und Fachjournalisten zusammensetzen, hat sich das Magazin inhaltlich behaupten können. „Es ist mit Sicherheit eines der Erfolgsrezepte unserer gelungenen Content-Marketing-Strategie: Wir sind nicht angetreten, um Inhalte für eine Suchmaschine optimal auszurichten. Unser Anspruch sind lesenswerte, mehrwertige und motivierende wie inspirierende Artikel“, so Christian Plötner. Dazu trägt auch die grosse #BeatYesterday-Familie bei, zu der neben den RocketBeans auch Ultrarunner Florian Neuschwander, Laufikone Sabrina Mockenhaupt oder Fitness-Bloggerin Roxana Strasser gehören. Sie alle motivieren, inspirieren und begeistern die User in Videos, Podcasts und Artikeln.

„Wenn wir ein kleines bisschen dafür sorgen können, dass ein Leser sich durch unsere Artikel darin bestärkt fühlt, etwas in seinem Leben zu ändern, dann haben wir unser Ziel erreicht.“

## **Ausgezeichnet in Qualität und Quantität**

Der Erfolg gibt dem Garmin-Magazin recht: Seit September 2016 am Start, lesen mittlerweile über 140.000 Besucher die 35 bis 40 Artikel pro Monat. Über

10 Millionen Views verzeichnet der Videocontent bislang via YouTube und dem Magazin. Diverse Auszeichnungen haben dem Erfolgsrezept der #BeatYesterday-Macher bereits seinen verdienten Tribut gezollt. So gewann das Team 2017 in der Kategorie Best Web Magazine beim Digital Communication Award 2017 sowie als Beste digitale Content-Marketing-Kampagne bei Eyes & Ears Europe 2017. In der Kategorie Beste Marken-Digitalstrategie erreichte Garmin beim Marken Award 2018 das Finale.

## Über #BeatYesterday.org

#BeatYesterday soll zu einem gesünderen und aktiveren Leben motivieren. Dazu liefert das Magazin eine bunte Mischung an Lifestyle-Themen, aktivierende Inhalte rund um die Themen Fitness, Running und Biking, Gesundheits- und Ernährungstipps. #BeatYesterday bündelt Inhalte aus allen Social-Media-Kanälen. Neben Artikeln von einem festen Autorenteam, Gastautoren, Kolumnisten, Prominenten und Influencern finden Leser bei #BeatYesterday auch Video-Serien, einen Podcast, crossmediale Gewinnspielaktionen und vieles mehr.

*Wenn Sie keine Informationen mehr zu Garmin erhalten wollen, senden Sie bitte eine Mail mit dem Betreff „Unsubscribe Garmin“ an [garmin-datenschutz@lhlk.de](mailto:garmin-datenschutz@lhlk.de).*

---

## Über Garmin

Garmin entwickelt seit mehr als 25 Jahren mobile Produkte für Piloten, Segler, Autofahrer, Golfspieler, Läufer, Fahrradfahrer, Bergsteiger, Schwimmer und für viele aktive Menschen. Von Automotive über Fitness und Outdoor bis hin zu Marine und Aviation hat Garmin seit der Gründung 1989 über 190 Millionen Produkte verkauft. Über 11.500 Mitarbeiter arbeiten heute weltweit in 50 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. 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 Qualitäts- und Designstandards garantieren und seine Kunden täglich aufs Neue motivieren.

## Kontaktpersonen



### **Marc Kast**

Pressekontakt

Head of Public Relations DACH

[marc.kast@garmin.com](mailto:marc.kast@garmin.com)

+49 (0)89 54 1999 763



### **Kathrin Feigl**

Pressekontakt

[garmin@lhk.de](mailto:garmin@lhk.de)

+49 (0)89 72 01 87-274