



Gino Singh (r.) bringt seinen Kollegen Etienne Gardé (l.) in der prämierten #BeatYesterday-Videoserie „Faul wird fit“ in Form.

18.06.2020 10:40 CEST

#BeatYesterday-Serie von Garmin und Rocket Beans TV erhält „Gold“ beim German Brand Award

München, 18. Juni 2020 – Zwei Freunde, neun Folgen, ein Ziel – diesem Prinzip folgt die erfolgreiche Videoserie „Faul wird fit“ auf beatyesterday.org und Rocket Beans TV, deren zweite Staffel aus dem Jahr 2019 nun mit dem renommierten German Brand Award ausgezeichnet wird. Die Onlineserie, bei der Gaming-Influencer und Rocket Beans-„Bohne“ Etienne Gardé in abwechslungsreicher und selbstironischer Weise versucht, mit Hilfe seines Kollegen und Personal Coach Gino Singh fit zu werden, überzeugte nicht nur Garmin-Fans, sondern auch die unabhängige Jury des Branchenawards. Über eine Millionen Views verzeichnet die Staffel auf YouTube, Rocket Beans TV

und Twitch und wurde auf #BeatYesterday.org über 50.000 Mal geklickt. Durch Einbindung der Gaming-Community auf verschiedensten Kanälen entstand zudem ein einzigartiges Engagement innerhalb einer neuen Zielgruppe. Konzipiert und produziert wurde „Faul wird fit“ in Zusammenarbeit mit dem Hamburger Medienunternehmen Rocket Beans Entertainment, auf dessen hauseigenen YouTube- und Twitchkanälen die Folgen auch ausgestrahlt wurden.

Multi-Channel-Strategie schafft integratives Markenerlebnis

Das Active Lifestyle Magazin #beatyesterday.org von Garmin inszeniert die Marke in emotionalen und tiefgründigen Formaten, Serien, Reportagen und Portraits. Das Format #BeatYesterday „Faul wird fit“ soll diese Botschaften zu einer neuen Zielgruppe transportieren – den Digital Natives und Gamern. Ziel ist es unter anderem, ein interaktives Erlebnis auf verschiedenen Kanälen zu schaffen. Das Motto #BeatYesterday und der verbundene Challenge-Charakter triggern die Gaming-affine Zielgruppe. So wird die Ausstrahlung der Staffel auf der markeneigenen Contentplattform mit Rezepten, Trainingsplänen und Produktinfos flankiert. In der Garmin Connect App verfolgen über 1.000 Nutzer Etienne Gardés Fortschritte live und nehmen an Community-Challenges teil. Mit aktivierenden Aufrufen unter dem Hashtag #faulwirdfit und #beatyesterday wird die Serie zudem auf Social Media verlängert. Gleichzeitig rufen die Rocket Beans ihre Community über Social Media und im laufenden Programm zum Mitmachen auf.

Im Mai 2020 endete die bereits dritte Staffel von „Faul wird fit“ mit Colin und Nasti von Rocket Beans TV. Weitere Staffeln sind in Planung.

[Hier](#) lassen sich alle Folgen der prämierten zweiten Staffel abrufen.

Über #BeatYesterday.org

#BeatYesterday soll zu einem gesünderen und aktiveren Leben motivieren. Dazu liefert das Online-Magazin eine bunte Mischung an Lifestyle-Themen, aktivierenden Inhalten 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“ angarmin-datenschutz@lhlk.de.

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. Rund 15.000 Mitarbeiter arbeiten heute in 74 Niederlassungen in 32 Ländern weltweit 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

marc.kast@garmin.com

+49 (0)89 858 364 - 925