

# Garmin generiert mit Outbrain Awareness und Traffic für Lifestyle Magazin BeatYesterday.org



## I ZIELE

Qualifizierter Traffic  
Awareness  
Verweildauer

## I PRODUKTE

Amplify  
Retargeting

## I ÜBERBLICK

Garmin ist einer der weltweit führenden Anbieter für Navigationslösungen und entwickelt hochwertige Produkte für die Automobilbranche sowie für die Bereiche Luftfahrt, Marine, Outdoor und Sport. Mit der Wearables-Sparte, die Fitness-Tracker und Smartwatches umfasst, spornt Garmin seine Kunden an, jeden Tag besser zu werden und mehr zu erreichen, ganz nach dem Motto: #BeatYesterday.

Das Web-Portal [BeatYesterday.org](#) animiert zu einem aktiven Lifestyle und bietet Beiträge zur gesunden Ernährung, neuen Sport-Trends und Fitnessübungen. Um die maximale Aufmerksamkeit und qualifizierten Traffic zu erreichen, setzt Garmin mit der Agentur Pilot auf die führende Native-Discovery-Plattform Outbrain. Über das Premium-Publisher-Netzwerk spielt Outbrain Garmins Inhalte an bis zu 86 Prozent der werberelevanten Zielgruppe\* aus. Die nativen, aufmerksamkeitsstarken Empfehlungen sorgen zudem für ein hohes Engagement. Garmin erzielte über 235.000 Visits und eine Verweildauer von über 60 Sekunden bei 35% der Nutzer.

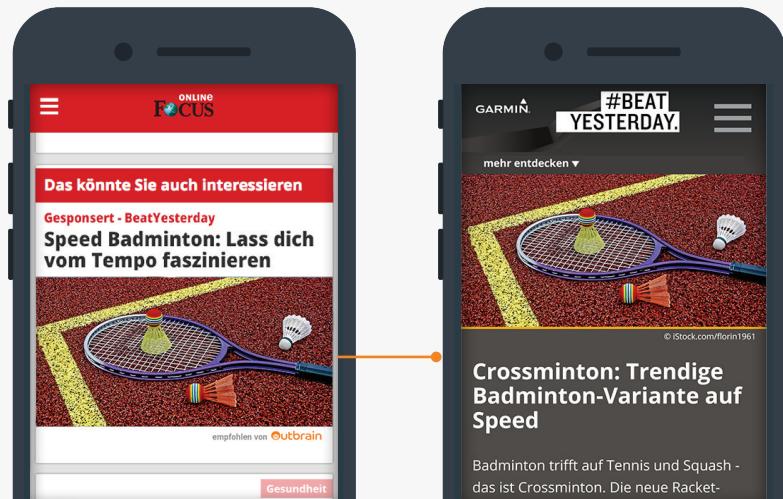
## I ERGEBNISSE

**235.000**

Visits/7 Monate

**35%**

Verweildauer über 60 Sekunden



## I ERFAHRUNG

„Wir sind sehr zufrieden mit dem über Outbrain erzielten Traffic und dem Targeting der Nutzer. Die hohen Engagement-Werte zeigen, dass Outbrain genau die richtigen User anspricht, die sich für unsere Sport- und Lifestylen Themen begeistern. Die aufmerksamkeitsstarken Formate rücken unsere Inhalte zudem in das richtige Licht und erhöhen die Awareness für Garmin.“  
**ROBIN KOCH, ONLINE MARKETING MANAGER DACH, GARMIN**

\*86,4% der werberelevanten Zielgruppe in Deutschland: 14-49-jährige Unique User (AGOF digital facts, Dez. 2017)