

PROFESSIONELLE PR-ARBEIT – DAS GAME-CHANGER-BRANDING FÜR FITNESSCLUBS IN 2024 UND DARÜBER HINAUS

Daniel Neumann, Gründer und Inhaber der SPORTS AND MOTION Fitnessclubs und Geschäftsführer der en consulting GmbH, ist in der Fitnessbranche fest verankert. Mit einem Portfolio von über 130 aktiven Kunden ist die en consulting GmbH rasant auf dem Weg, sich als einer der Top-Player in der Unternehmensberatung für die Fitnessbranche in Deutschland zu etablieren. Hier bezieht er Stellung zur Rolle von PR und Branding im sich ständig wandelnden Markt der Fitnessstudios.

Was war der Auslöser dafür, sowohl in die Fitnessclub-Branche als auch ins Consulting einzusteigen?

Daniel Neumann: Meine Passion für Fitness begann in jungen Jahren. Ich habe erkannt, dass ein Fitnessstudio weit mehr ist als nur ein Ort zum Trainieren. Es geht um Gemeinschaft,

Wohlbefinden und die Transformation von Leben. Diese Erkenntnisse trieben mich an, SPORTS AND MOTION zu gründen. Aber ich sah auch, dass viele Studios nicht ihre volle Kapazität erreichten, einfach weil sie ihre Marketingstrategien nicht optimierten. Daher entstand die Idee zur en consulting GmbH – um Fitnessstudios dabei zu

helfen, ihre wahre Marke in der digitalen Welt zu präsentieren.

Wir erleben einen massiven Wandel in der Art und Weise, wie Fitnessstudios sich präsentieren. Warum glauben Sie, ist professionelle PR-Arbeit für Fitnessclubs in den kommenden Jahren so entscheidend?

Daniel Neumann: Das digitale Zeitalter hat die Regeln des Spiels verändert. Früher waren Mundpropaganda und der physische Eindruck eines Studios entscheidend. Heute ist der erste Eindruck meist digital. PR-Arbeit, insbesondere professionell verfasste und beworbene PR-Artikel, bietet Fitnessstudios die Chance, ein Experten-Image aufzubauen und zu festigen, das weit über ihre eigenen Wände hinaus strahlt.

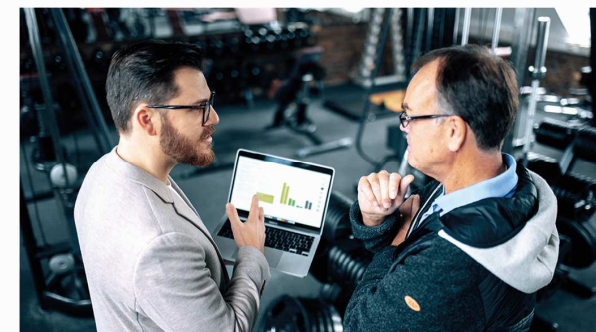
Sie sprechen von PR-Artikeln als einen zentralen Punkt Ihrer Strategie. Warum genau setzen Sie auf diese Methode und wie unterscheidet sie sich von anderen Marketingstrategien?

Daniel Neumann: PR-Artikel sind eine unglaublich effektive Methode, um Glaubwürdigkeit und Vertrauen aufzubauen. Sie bieten eine Plattform, auf der Studios ihre Expertise, Erfolge und Philosophie teilen können. Mit dem DFFV, dem Digitalen Fitness Fachverlag, können wir diese Publikationen garantieren. Und durch die Bewerbung dieser Artikel auf Plattformen wie Facebook und Instagram erreichen sie ein breites Publikum. Im Gegensatz zu traditionellen Werbemethoden, die oft als aufdringlich empfunden werden können, bieten PR-Artikel wertvolle Informationen, die sowohl aktuelle als auch potenzielle Kunden ansprechen.

Die Frage, die sich Fitnessstudio-Betreiber stellen sollten, ist nicht, ob sie online präsent sein sollten, sondern wie. Will man als Studio durch Preisdumping, Rabattaktionen, Gewinnspiele oder Onlinemitgliedschaften zu Dumpingkonditionen wahrgenommen werden? Oder möchte man seine Expertisen und Stärken durch die richtige Präsentation nach außen vermitteln und so die richtigen Mitglieder anziehen? Natürlich kann es für einige Marktteilnehmer vorteilhaft sein, mit dem Preis zu werben, insbesondere wenn „günstig“ ihr USP ist. Doch einem Qualitätsanbieter im mittleren bis höheren Preissegment, glaube ich, schadet eine solche Werbestrategie dem eigenen Markenimage.

Sie haben die Zusammenarbeit mit dem DIGITALEN FITNESS FACHVERLAG (DFFV GmbH) erwähnt. Wie hat diese Partnerschaft die Art und Weise, wie die en consulting GmbH ihre Kunden unterstützt, beeinflusst?

Daniel Neumann: Unsere Kooperation mit dem Digitalen Fitness Fachverlag, kurz DFFV, ist ein echtes Kraftpaket. Durch diese Partnerschaft haben wir Zugang zu einer breiteren Plattform, um die Geschichten und Erfolge unserer Kunden zu teilen. Die Publikationen in Online-Fachmagazinen erweitern nicht nur die Reichweite, sondern fügen auch eine zusätzliche Schicht



en consulting hilft, wenn es darum geht, präsent und relevant zu bleiben

von Glaubwürdigkeit hinzu. Es signalisiert, dass das Fitnessstudio nicht nur irgendein Studio ist, sondern ein angesehener Akteur in der Branche.

Sie betonen oft die Bedeutung von „Authentizität“. Wie können Fitnessstudios sicherstellen, dass ihre PR-Artikel und ihr gesamtes Online-Branding authentisch bleiben?

Daniel Neumann: Authentizität kann nicht gefälscht werden und die Leute erkennen, wenn etwas nicht echt ist. Mein Rat an Fitnessstudios ist, ihre wirkliche Geschichte zu erzählen. Zeigen Sie echte Mitglieder, echte Erfolgsgeschichten und echte Trainer. PR-Artikel sollten keine übertriebenen Versprechen enthalten, sondern die realen Erfahrungen und Ergebnisse widerspiegeln, die Mitglieder im Studio erleben. Es geht darum, eine ehrliche und transparente Darstellung dessen zu bieten, was ein Kunde erwarten kann, wenn er sich für ein bestimmtes Studio entscheidet.

Wie sehen Sie die Rolle von bezahlter Werbung und dem SEO-Marketing im Zusammenhang mit diesen PR-Artikeln? Ist es entscheidend für den Erfolg?

Daniel Neumann: Absolut. Ein brillanter PR-Artikel nützt wenig, wenn er nicht gesehen wird. Dies stellen wir in erster Linie durch bezahlte Werbung in den sozialen Medien wie Facebook und Instagram sicher. Darüber hinaus sollten alle PR-Artikel auch für Suchmaschinen optimiert sein. SEO-

Marketing stellt sicher, dass man die PR-Artikel mit der Zeit auch über die Google-Suchmaschine findet. Um den Außenauftritt mit den PR-Artikeln abzurunden, empfehlen wir außerdem, eine „Presse-Rubrik“ auf der Studiowebseite einzubauen.

Was würden Sie Fitnessstudios raten, die noch zögern, in professionelle PR und Branding zu investieren?

Daniel Neumann: In der heutigen digitalen Landschaft können Sie es sich einfach nicht leisten, zurückzubleiben. Wer nicht investiert, wird bald von der Konkurrenz überholt. PR und Branding sind nicht mehr optional – sie sind essenziell. Fitnessstudios sollten diesen Wandel als Chance sehen, sich neu zu erfinden und ihre Markenidentität zu stärken. Es geht darum, präsent und relevant zu bleiben. Und wenn sie Unterstützung brauchen, steht en consulting GmbH natürlich bereit, um ihnen dabei zu helfen.



en consulting

Kontakt

en consulting GmbH
Otto-Hahn-Allee 16
50374 Erftstadt
Tel. +49 (0) 179 / 24314927
E-Mail: kontakt@enfitnessmarketing.com
Web: www.enfitnessmarketing.com