

Abstract

Social Media ist zu einem sehr wichtigen Aspekt des modernen Marketings geworden. Über drei Viertel der deutschen Internetnutzer sind in mindestens einem Sozialen Netzwerk angemeldet und nutzen die Möglichkeit sich mit anderen in Verbindung zu setzen und zu kommunizieren. Die fortschreitende Entwicklung des Web 2.0 eröffnet aber auch Unternehmen stets neue Möglichkeiten, um einzelne Aktivitäten und/oder Unternehmenspositionen ins Internet zu verlagern. So setzen immer mehr deutsche Unternehmen Social Media ein, um ihre Markenbekanntheit und Reichweite auf andere Märkte auszuweiten. Die Social Media können nicht als kurzfristigen Trend bezeichnet werden, sondern stellen vielmehr eine epochale Veränderung unseres Kommunikations- und Informationsverhaltens dar. Das grosse Potential der Social Media haben auch Unternehmen aus der Fitnessbranche erkannt und setzen es vermehrt ein. Gerade im Bereich Personal Training ist zu beobachten, dass die Social Media stark zur Vermarktung und Kundengewinnung eingesetzt werden.

Aufgrund der obigen Schilderungen leitet sich folgende Fragestellung ab: Wie kann Social Media eingesetzt werden, um das Geschäftsmodell eines Unternehmens im Bereich Personal Training zu unterstützen? Somit ist das Ziel für die vorliegende Arbeit herauszufinden, welche Bereiche eines Geschäftsmodells für ein solches Unternehmen durch Social Media unterstützt werden können. Ausserdem werden Handlungsempfehlungen abgeleitet, um Unternehmen der Branche aufzuzeigen, was beim Einstieg in die Social Media beachtet werden sollte.

Für die Beantwortung der Forschungsfrage wurde folgende Forschungsmethodik und Vorgehensweise angewendet: Als Basis wurden die Themengebiete Social Media, Geschäftsmodelle und der Fitnessbranche (mit Fokus auf Personal Training) anhand einer Literaturrecherche aufgearbeitet. Daraufhin wurde eine Analyse der Social Media anhand der Zielgruppe durchgeführt, um relevante Netzwerke zu identifizieren. Danach wurden Experteninterviews mit erfahrenen Personal Trainern (Unternehmer) durchgeführt. Die gewonnenen Erkenntnisse aus der Literatur, der Analyse und den Experteninterviews wurden im Anschluss darauf verwendet, den Einfluss der Social Media auf das Geschäftsmodell eines Unternehmens im Bereich Personal Training zu untersuchen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Social Media in den befragten Unternehmen heute stark eingesetzt werden und ihre Nutzung das Geschäftsmodell und den Erfolg der Unternehmens entscheidend beeinflusst hat. Die Funktionen der Social Media geben den Unternehmern die Möglichkeit ihr Geschäftsmodell in vielen Bereichen anzupassen und zu optimieren, wodurch sie den Geschäftserfolg nachhaltig maximieren konnten. Wichtig dabei ist es, eine strukturierte Vorgehensweise zu nutzen, um keine wichtigen Schritte zu vergessen und das Potential der Social Media voll ausschöpfen zu können.