



Pressemitteilung

Prinz Sportlich: Geplant, gewagt, geglückt!

Nach 100 Tagen Selbstständigkeit baut das Start-up ein weiteres Geschäftsfeld auf

Holzwickede. Prinz Sportlich wurde als eine von fünf Marken der UNIQ GmbH im Jahr 2014 gegründet und strebte von Anfang an das Ziel der Selbstständigkeit an. Nach ausreichender Starthilfe und vielversprechendem Wachstum, war es im August 2018 dann soweit: Die Prinz Sportlich GmbH & Co. KG wagte den Schritt und machte sich mit Till Schiffer als Geschäftsführer und elf weiteren Mitarbeitern selbstständig. Seitdem arbeitet das Team an der Weiterentwicklung der Marke und weiß, was es bedeutet, sich als eigenständiges Unternehmen am Markt zu positionieren.

Erste Schritte in der Selbstständigkeit: Zufriedener Rückblick

„Aller Anfang ist schwer und bringt Herausforderungen mit sich“, gibt Schiffer offen zu. Zu Beginn musste vor allem er sich in die neuen Aufgaben als Geschäftsführer einarbeiten. Buchhaltung, Finanzen, Mitarbeiterverantwortung – alles Themen, die vorher nicht zu seinem Alltagsgeschäft gehörten. „Ich trage jetzt die Verantwortung für alles, was wir tun. Es sind meine Entscheidungen, die direkte Auswirkungen auf unsere Geschäftsentwicklung haben. An diese Tatsache musste ich mich erst einmal gewöhnen“, erzählt er weiter.

Nachdem die magische 100-Tage-Frist nun abgelaufen ist, blickt Schiffer bereits zufrieden zurück: „Die harte Arbeit für den Schritt in die Selbstständigkeit hat sich gelohnt. Nicht nur mein Team steht hinter dieser Entscheidung, auch unsere Kooperationspartner, wie z.B. große Sportmarken, bestärken uns in dem, was wir tun, und blicken positiv auf die Entwicklung von Prinz Sportlich.“ In die neuen Aufgaben ist er nach und nach hineingewachsen. Dafür hat er sich vieles selbst angeeignet oder bei speziellen Rückfragen den Rat von Experten eingeholt.

Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern: Professioneller Geschäftspartner

Die Selbstständigkeit von Prinz Sportlich hat besonders die Außendarstellung der Marke und die Zusammenarbeit mit großen Kooperationspartnern gestärkt. „Wir werden als starke Marke wahrgenommen, die ihren eigenen Weg geht und sich am Markt behauptet“, betont Schiffer. Der Vorteil von Prinz Sportlich ist die spezifische Zielgruppe von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 16 bis 25 Jahren. „Wir kennen unsere Zielgruppe inzwischen sehr gut und können sie gut einschätzen. Konkret bedeutet das, dass wir unseren Partnern maßgeschneiderte Werbemöglichkeiten anbieten können. Dabei verhandeln wir regelmäßig unschlagbare Konditionen, die man nur bei uns bekommt“, ergänzt er stolz. Die Bekanntheit von Prinz Sportlich ist in der Branche inzwischen so groß, dass namhafte Sportartikelhersteller proaktiv mit Kooperationsangeboten auf Schiffer zukommen. Regelmäßige Meetings dienen zum Austausch und stärken die Beziehung. „Die positive Rückmeldung zeigt mir, dass wir gute Arbeit leisten und uns als professioneller Geschäftspartner positioniert haben“, fügt Schiffer hinzu.

Neues Geschäftsfeld: Multimedia-Produktion als externe Dienstleistung

Als digitales Unternehmen ist Prinz Sportlich vor allem auf ansprechende Inhalte für die Website und sozialen Medien angewiesen, um das Interesse potenzieller Kunden zu wecken. Für die Erstellung von professionellen Videos und Bildmaterialien wurde bereits im letzten Jahr eine Stelle für einen Multimedia Producer geschaffen. Er produziert täglich Fotos und Videos der neuesten Sneaker, Animationen für Sportbekleidung und vieles mehr. „Im Netz dreht sich alles um Seitenaufrufe, Klickraten und Verweildauer, da kommt es auf die visuelle Anreicherung der Inhalte an. Mit guten

Bildern kann man bereits die Aufmerksamkeit der User wecken, Videos sind aber deutlich effektiver“, erklärt Schiffer.

Bereits seit September bietet Prinz Sportlich seine Expertise in der Video- und Bildproduktion als externe Dienstleistung an. Zu deutlich preiswerteren Konditionen als im Wettbewerb üblich werden so vor allem junge Start-ups und Kleinunternehmen aus der Sport- und Lifestylebranche unterstützt, denen es an Kapazitäten oder Knowhow für die Erstellung von multimedialen Inhalten fehlt. „Als Start-up wissen wir, wie viel Arbeit es ist, etwas Eigenes aufzubauen und wollen anderen dabei unter die Arme greifen“, erläutert Schiffer den neuen Geschäftsbereich.

Ausblick: Neue Ziele auf dem Weg zum etablierten Unternehmen

Auf dem Weg zum etablierten Unternehmen arbeitet Prinz Sportlich gerade vor allem daran, die internen Arbeitsprozesse zu strukturieren und Routine in die neuen Arbeitsbereiche zu bekommen. Gemeinsame Mitarbeiterveranstaltungen und sportliche Rahmenbedingungen – wie ein Fitnessraum für die Pause – sollen zudem ein eigenes Arbeitsklima aufbauen.

Da die Selbstständigkeit nun erreicht und geglückt ist, müssen zudem neue Ziele her. „Wir wollen im nächsten Jahr expandieren, um Sport- und Lifestyleinteressierte außerhalb von Deutschland mit unseren Deals und Magazinartikeln zu versorgen. Bis dahin ist aber noch einiges an Basisarbeit zu leisten, um auch international erfolgreich sein zu können“, berichtet Schiffer.

Über Prinz Sportlich

Prinz Sportlich ist mit rund 500.000 Besuchern pro Monat und über 290.000 Facebook Fans eine der größten und reichweitenstärksten Sport- und Fitnesswebsite in Deutschland. Ob die neusten Sneaker-Trends, Tipps und Tricks zum täglichen Workout oder einer gesunden Ernährung – Leserinnen und Leser werden täglich mit den besten Angeboten und allem Wissenswerten aus der Welt des sportlichen Lifestyles versorgt.

Holzwickede, 08.11.2018

Ansprechpartner für Medien: Annika Hunkemöller, Pressesprecherin, Tel. 02301 89790-511, presse@un-iq.de
Herausgeber: UNIQ GmbH, Rhenus-Platz 2, 59439 Holzwickede, Tel. 02301 94580-0, www.un-iq.de