

# Zugang zu einer lukrativen Zielgruppe

## Warum Sponsoren auf die SPTA setzen

600 aktive und diplomierte Tennislehrkräfte erteilen in 900 Schweizer Clubs und Zentren täglich Tennisunterricht und erreichen dadurch regelmässig rund 600 000 Tennisspielerinnen und Tennisspieler – eine lukrative Zielgruppe für viele Unternehmen. Wer auf die Swiss Professional Tennis Association (SPTA) setzt, setzt auf ein starkes Netz an Multiplikatoren und damit ein personenorientiertes 1:1-Influencer-Marketing. TEXT: PREDRAG JURISIC



### Geschäftsstelle

**Swiss Professional Tennis Association**

Postfach 324, CH-6391 Engelberg

Tel. 041 639 53 47, Fax 041 639 53 44

E-Mail: meierhofer@spta.ch



Ob YouTube, Instagram oder Facebook – Influencer-Marketing ist bei den meisten Marketingverantwortlichen derzeit sehr en vogue. Während die Influencer der sozialen Netzwerke ihre eigenen Fans und Nutzer nur selten persönlich kennen, bietet die SPTA ein Multiplikatoren-Netzwerk, das seine Fans bestens kennt, weil es mit ihnen regelmässig in engem Kontakt steht – ideal, um ein 1:1-Influencer-Marketing zu betreiben.

### Was Ausrüster schon lange tun

Tennislehrkräfte als Influencer einzusetzen, ist keine neue Erfindung: Die Ausrüster von Tennisequipment haben das schon lange erkannt und verkaufen so direkt über ihre Vertragstrainerinnen und -trainer ihre Produkte. Tennisspielerinnen und Tennisspieler sind aber nicht nur für tennisspezifische Produkte interessant, sondern eignen sich auch für Produkte und Dienstleistungen aus dem Lifestyle-, Gesundheits-, Fitness-, Mobilitäts- oder Versicherungsbereich. Dank der multimedialen und Live-Präsenz der Sponsoren an den zahlreichen SPTA-Events bieten sich Mehrfachkontakte mit den Tennislehrkräf-

ten, die nicht nur als Multiplikatoren in Unternehmen in Frage kommen können, sondern auch als Direktkunden.

### Regionale bis internationale Vernetzung

Neben den über aktiven 600 Tennislehrkräften (insgesamt sind 1600 diplomierte Tennislehrkräfte in der Schweiz registriert) verfügt die SPTA auch über ein starkes nationales und internationales Netz an Partnern – darunter mit Swiss Tennis und dem Bundesamt für Sport sowie mit der PTR oder dem DTB-Kongress in Berlin.

Lokal und regional agiert die SPTA gleich doppelt – einerseits über die Regionalorganisationen direkt zur Basis ihrer Mitglieder, andererseits vermittelt durch ihre Aktivmitglieder über den regelmässigen Austausch mit Clubs und Zentren, wenn es um Themen wie Arbeits- und Kooperationsverträge, Marketing- oder Organisationsberatungen geht.

### Was bisherige Sponsoren sagen

Die Traditionspartner wie die ACE Sports AG oder Joseph Tennisplatzbau AG engagieren sich bereits seit mehreren Jahren

für die Swiss Professional Tennis Association (SPTA) und schätzen dabei vor allem zwei Dinge: Zum einen die innovativen und lebendigen Event-Plattformen wie das Tennis Forum oder die regionalen SPTA-Anlässe, an denen sie sich direkt mit den über 600 Influencern unterhalten können. Zum anderen die professionelle und enge Zusammenarbeit mit der SPTA und die gewinnbringenden Sponsoring-Leistungen mit permanenter Erfolgskontrolle und jährlichem Feedback.

### Möchten Sie ebenfalls Sponsor werden?

Wir freuen uns über Ihren Anruf oder Ihre Nachricht: Tel. 041 639 53 47 / info@spta.ch. ●

## Was Sponsoren der SPTA alles bekommen

Die SPTA verfolgt eine Win-Win-Situation für ihre Mitglieder und Partner und bietet hierzu eine Vielzahl an Präsenz- und Werbemöglichkeiten:

- Präsenz auf allen hauseigenen elektronischen und gedruckten Medien (Website, E-Newsletter, E-Mail-Verkehr, Briefpapier, Verbandszeitschrift «Gazette»).
- Inserate und redaktionelle Beiträge (PR-Artikel) in der Verbandszeitschrift «Gazette», die zweimal jährlich erscheint.
- kostenloser Promotionsstand am Tennis Forum Schweiz mit durchschnittlich 300 Tennislehrern und Trainern.
- Präsenz an regionalen SPTA-Workshops.
- Adresssätze für Dialogmarketingkampagnen.