
Fachberatung- Gewinnung und Bindung von erwachsenen Tennisspielern

1. Trends und Umfeldbedingungen
2. Was wünscht sich die Zielgruppe?
3. Zielgruppen und Möglichkeiten zur Ansprache
4. Angebote zur Gewinnung erwachsener Mitglieder
5. Maßnahmen zur Förderung des Tennisspielbetriebs
6. Maßnahmen zur Förderung des Sportbetriebs
7. Maßnahmen zur Förderung des geselligen Vereinslebens

1. Trends und Umfeldbedingungen

- Anteil der älteren Menschen an der Bevölkerung nimmt zu
- Späte familiäre und berufliche Bindung, mehr Singlehaushalte
- Zunehmendes Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung
- Trends werden kurzlebiger und verlieren schneller ihre Attraktivität
- Freizeit hat einen hohen Stellenwert
- steigende Anzahl an Freizeitangeboten; subjektives Gefühl der Zeitknappheit - Freizeitstress
- Zeitpunkt der Freizeit ist nicht mehr klar definiert; Flexibilität ist wichtig
- Gesamtausgaben für den Freizeitbereich steigen; Ausgaben für das Sportsegment steigen
- Verteilung der Ausgaben im Sport auf zahlreiche Aktivitäten und Anbieter

2. Was wünscht sich die Zielgruppe?

- **Motive Tennis zu spielen**
 - um mich fit zu halten (73,8%)
 - um Spaß zu haben (70,3%)
 - um etwas für die Gesundheit zu tun (59,8%)
 - um Freunde und Bekannten zu sehen (46,2%)
 - da ich gerne Wettkämpfe bestreite (35,7%)
- **Konsequenzen**
 - Traditionelle Trainingsangebote wie Gruppen-, Einzel-, Mannschaftstraining sind nicht mehr ausreichend
 - Zielgruppenorientierte Analysen und Angebote müssen vorgenommen werden
 - Freizeit- und gesundheitssportorientierte Angebote im Vereinskalendar mit aufnehmen

3. Zielgruppen und Möglichkeiten zur Ansprache

- **Zielgruppen**
 - Eltern
 - Wiedereinsteiger
 - Ballsportler
 - Einsteiger
 - Senioren

- **Möglichkeiten zur Ansprache**
 - Zielgruppenspezifische PR-Maßnahmen (Online/ Offline) (Siehe Fachberatung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
 - Anschreiben nach Kiga/ Schulaktionstagen
 - Familien-Aktionstage im Verein
 - Ehrenamtliche Mitarbeit der Eltern
 - Direkte Ansprache (Eltern/ Großeltern während des Trainings, bei Turnieren, Camps der Kinder)
 - Direkter Kontakt (Vereinslisten)
 - Durch Zusammenarbeit mit Hauptverein (Vereinslisten, gemeinsame Veranstaltungen)
 - Bestehende Mitglieder ansprechen (bring a friend)
 - Bei kostenlosen Schnupperkursen
 - Bei Aktionstagen für unterschiedliche Zielgruppen
 - Bei Gesundheitsangeboten
 - Bei Stadtfesten/ Messen etc.

- 4. **Angebote zur Gewinnung erwachsener Mitglieder**
 - **Kurse für erwachsene Tennis(wieder)-Einsteiger**
 - Tennis Express (www.dtb-tennis.de) [Clip](#)
 - Fast Learning (tennis-people.com) + Marketingkonzept
 - Hintergründe: 22,5 Mio Tennisinteressierte in Deutschland; 4,3 Mio ohne Club/ 1,5 Mio im DTB; 20% beginnen Tennis im Alter von 30-50 Jahren
 - Kursteilnahme ohne Mitgliedschaft; Bälle und Schläger werden gestellt; Tennisplatz im Kurspreis enthalten
 - Kursgebühr: ca. 90€/ 10 Stunden
 - Drei Ball-Arten (rot, orange, grün) fördern spielerische Entwicklung
 - Vielfältige Spiele vermitteln das Spiel miteinander
 - Kursgruppe von bis zu 8 Spielern pro Trainer und Platz fördert das Gemeinschaftsgefühl, den Spielspaß und die Motivation des Einzelnen

 - **Aktionstage: Z.B.: Deutschland spielt Tennis / Talentino-Tennistag**
 - Jedes Mitglied sollte mit den Flyern mindestens einen Freund einladen
 - PR-Maßnahmen in regionaler Presse
 - Darstellung des Aktionstages auf der Vereinshomepage
 - Bindung der Interessierten an den Verein durch Anschlussangebote und Schnuppertrainingsprogramme
 - **Deutschland spielt Tennis**
 - Nationale Saisoneröffnung
 - Kostenlose Werbemittel und Arbeitshilfen unter dtb-tennis.de
 - Programm für unterschiedliche Zielgruppen
 - **Talentino-Tennis-Tag:**
 - Über die Kinder auch die Eltern werben
 - Kostenlose Arbeitshilfen und Programmvorschläge auf kinder.tennis.de
 - Werbemittel unter kinder.tennis.de

5. Maßnahmen zur Förderung des Tennisspielbetriebs

• Sportabzeichen für Erwachsene

- Zielgruppe
 - Erwachsene von fortgeschrittener bis gute Könnensstufe.
- Organisation
 - Zur Abnahme berechtigt: Trainer mit gültiger DTB-Lizenz, staatlich geprüfte Tennislehrer, Sportlehrer/innen mit entsprechender Zuspielfähigkeit
 - Ausschreibung, Ca. 40 Bälle, Platzanzahl je nach TN, Rahmenprogramm
- Durchführung
 - Prüfkarte Stufe Rot / [Download](#)
 - Prüfkarte Stufe Orange / [Download](#)
 - Prüfkarte Stufe Grün / [Download](#)
 - Prüfkarte Stufe Gelb (Erwachsene) / [Download](#)
 - 30 Urkunden 5,00 € zzgl. Versand;
 - Anstecknadeln: bronze, silber, gold: Stück: 1,80€ zzgl. Versand
 - Infos und Bestellung [HIER](#).

• Spieltreffs

- Zielgruppe
 - Hobbyspieler oder Mannschaftsspieler (Jugend, Erwachsene, Sen.)
- Organisation
 - Organisation durch Trainer, Mannschaftsspieler, Hobbyspieler
 - Teilnahme kostenlos, flexibel ohne vorherige Anmeldung
 - Auch für Nichtmitglieder in entsprechender Spielstärke möglich (Bälle, Schläger bereit stellen)
- Durchführung
 - Spiel- und Übungsformen (Briefkuvert, Tischtennisdoppel, Aus 2 mach 1)
 - Einteilung von Einzel- oder Doppelpaarungen
 - Kurzsätze bis 4, Spiel auf Zeit, Wechsel der Paarungen
 - Bestellmöglichkeit der Flyer [>hier](#)

• Trainingstreffs

- Zielgruppe
 - Hobbyspieler, Neueinsteiger, ggf. Mannschaftsspieler
- Organisation
 - Trainer/ Trainerhelfer
 - Betreuung von bis zu drei Plätzen durch einen Trainer möglich
 - Kostenlos/ gegen eine geringe Gebühr, möglichst flexibel
 - Für Nichtmitglieder als Schnuppermöglichkeit oder gegen Kursgebühr
- Durchführung:
 - Ziel: Vermittlung von Spiel- und Übungsformen (eigenst. Durchführung)
 - Tipps und Tricks zur Verbesserung der Technik und Taktik
 - „Schlag der Woche“
 - Trainingstipps [>hier](#)
 - Bestellmöglichkeit der Flyer [>hier](#)

- **Vereinsturniere und öffentliche Turniere**
 - Clubmeisterschaften (Für Mannschaftsspieler und Hobbyspieler)
 - LK-Turniere, Ranglistenturniere

- **Hobby-Spaß-Turniere**
 - Planung
 - Unterschiedliche Zielgruppen, passender Name, Spielsystem,
 - Ausschreibung, Auslosung, Plätze, Helfer, Finanzierung
 - Organisation
 - Bälle, Preise, Speisen und Getränke, Sponsoren
 - Flyer, Plakate, Nachbarvereine, Abteilungen ansprechen
 - Durchführung
 - Zählweise (Auf Zeit, Kurzsätze, Matchtiebreaks o.ä.), Pausengestaltung
 - Siegerehrung für alle, geselliger Abschluss
 - Beispiele
 - [Touch Cup](#), [Team Cup](#), [Mexico Heat](#) [Brasilien Open](#)
 - [Davis Cup](#), [Blind-Date-Turnier](#), [Generationscup](#), [Nachtturnier](#)

- **Tenniscamps**
 - Zielgruppe
 - Eltern, Ballsportler, Einsteiger, Wiedereinsteiger, Mannschaftsspieler
 - Planung
 - Zielgruppe, Termin, Dauer,
 - Trainer, Trainerhelfer, Plätze, bzw. Anreise/ Hotel
 - Verpflegung, Rahmenprogramm, Abschlussturnier
 - Bewerbung
 - Durchführung
 - Durch Trainer
 - Im Anschluss an Kindercamps (Nach dem Kinder-Camp-Tag 2 Stunden Kinderbetreuung, Camp für Eltern)
 - After-Work-Camps für Einsteiger, Ballsportler, Wiedereinsteiger (3 Tage lang Abends)
 - Camps für Mannschaftsspieler vor der Punktspielsaison im In- und Ausland
 - Beispielhafte Trainingsinhalte [>hier](#)
 - BTV-Camps [>hier](#)

6. Maßnahmen zur Förderung des Sportbetriebs

- [Lauftreff](#), Nordic Walking
- [Fitnessgymnastik](#)/ Konditionstraining
- Fitness-Tennistraining (auch in der Halle möglich: Ist dann auch nicht teuer, da viele Personen auf einem Platz)
- Cardiotennis
- Krafttraining
- Rückenschule
- Koordinationstraining/ Ballschule
- Ballsportgruppen (Volleyball, Fußball etc.)
- Sportangebote speziell im Winter

-
- Skiausfahrten

7. Maßnahmen zur Förderung des geselligen Vereinslebens

- Vereinsfeiern (Saisonbeginn, -abschluss, Sommerfest, Weihnachtsfeier)
- Grillabende
- Aufstiegsfeiern
- Unterstützung bei Heimspielen
- Vereinsjubiläen
- Schafkopfturnier
- Public Viewing (Fußball, Tennis)
- Mottopartys (Wiesn, 90ger, etc.)