

ATP schlägt mit Zucker.Kommunikation auf

13.03.2008, 10:33 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Zucker.Kommunikation GmbH*

ATP, der Weltverband der männlichen Tennisprofis, setzt mit Blick auf die Stärkung der Marke auf Lifestyle-Kommunikation. In diesem Sinne unterstützt die Berliner PR-Agentur Zucker. seit Beginn des Jahres die Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland.

Berlin, 13. März 2008 – ATP Tennis gehört zu den wenigen ganzjährig und international ausgetragenen Sportarten und nimmt eine entsprechende Wertschätzung im globalen Spitzensport ein - was sich in Auszeichnungen wie der (sich jährlich wiederholenden) für Roger Federer zum Internationalen Sportler des Jahres, aber auch in den Preisgeldern ausdrückt (siehe unten). In Deutschland besteht jedoch eine große Differenz zwischen Tennis-Aktiven und der medialen Aufmerksamkeit. Mit mehr als 1,9 Mio. Vereinsmitgliedern und ungefähr genauso vielen Freizeitspielern ist Deutschland aber immer noch der größte Tennismarkt der Welt.

„Im Hinblick auf die Erneuerung der Turnierstruktur im nächsten Jahr, bemühen wir uns bereits jetzt weltweit um eine Neupositionierung der ATP Tour als Sportprodukt“, so Peter Henke, Vice President Brand Marketing Europe. „Dazu haben wir unser Marketing und unsere Kommunikation vollkommen neu definiert und arbeiten insbesondere auch in Deutschland dafür, die Perspektive internationaler und aktueller, sozusagen dem Sport angemessener auszurichten“, so Henke weiter. Ziel ist dabei vor allem auch, über den reinen Sportkanal hinaus Kommunikation zu schaffen und die Spieler den „Light Usern“ im Lifestyle-Bereich näher zu bringen. Denn die Zuschauer assoziieren mit Tennis Lebendigkeit, Intensität, Stil und Klasse. Und die ATP ist mit ihren Weltstars wie Roger Federer, Rafael Nadal und Andy Roddick sowie den aufstrebenden, charismatischen Talenten wie Novak Djokovic, Andy Murray oder Jo-Wilfried Tsonga natürlich die erste Adresse, um diese Attribute zu betonen.

Für Zucker.Kommunikation unterstreicht der Etatgewinn die Sportlifestyle-Kompetenz der Agentur. So war Zucker. zur Fußball-WM in Deutschland für die Sportmarke PUMA als internationale Lead-Agentur tätig. Mit Foot Locker, dem weltgrößten Händler für Sportsfashion, steht bereits seit 2004 eine weitere internationale Größe auf der Kundenliste.

Portrait

Über ATP:

Die Association of Tennis Professionals (ATP) ist der Weltverband für männliche Tennisprofis. Bei 63 Turnieren in 30 Ländern präsentiert die ATP die besten Tennisspieler der Welt. Auf allen fünf Kontinenten kämpfen die Stars um die prestigeträchtigen Titel der ATP-Turniere, vor allem in der ATP Master Series. Dabei sammeln sie im Einzel Weltranglistenpunkte in den South African ATP Rankings und im Doppel für das Stanford ATP Double Race. Die acht besten Athleten und Doppel-Teams des Jahres erhalten die begehrten Startplätze beim Tennis Masters Cup in China, der die Saison der internationalen Tennis-Elite jeweils im November spektakulär beschließt. Das Gesamtpreisgeld von 63 Mio. \$ wird im Jahr 2009 mit der erneuerten Turnierstruktur auf 100 Mio. \$ steigen. Ebenfalls in 2009 wird der Masters Cup als ATP World Tour Finale nach Europa - London - zurückkehren. Weitere Informationen unter www.ATPtennis.com.

Über Zucker.Kommunikation:

Zucker.Kommunikation ist eine unabhängige Agentur für strategische Marken-PR. Seit 1998 betreut Zucker.Kommunikation aus Berlin Marken, Unternehmen und Institutionen wie Foot Locker, MySpace, Fleurop, Die Johanniter, Villeroy & Boch, Kiddinx Entertainment u.v.a. Geschäftsführer sind Matthias Bonjer und Oliver Kottwitz. Anspruch der Agentur ist eine kreative, vermittelnde Öffentlichkeitsarbeit, die sich sowohl an den Bedürfnissen des Kunden als auch an den journalistischen Anforderungen der Medien orientiert. Weitere Informationen unter www.zucker-kommunikation.de

News-ID: 195881 • Views: 1579 (Stand: 15.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/195881/ATP-schlaegt-mit-Zucker-Kommunikation-auf.html>