

TENIŠKA ZVEZA SLOVENIJE
SLOVENE TENNIS ASSOCIATION

Okrogla miza:

**MNOŽIČNOST V SLOVENSKEM
TENISU**



Otočec, 15.11.2003

Izhodišča

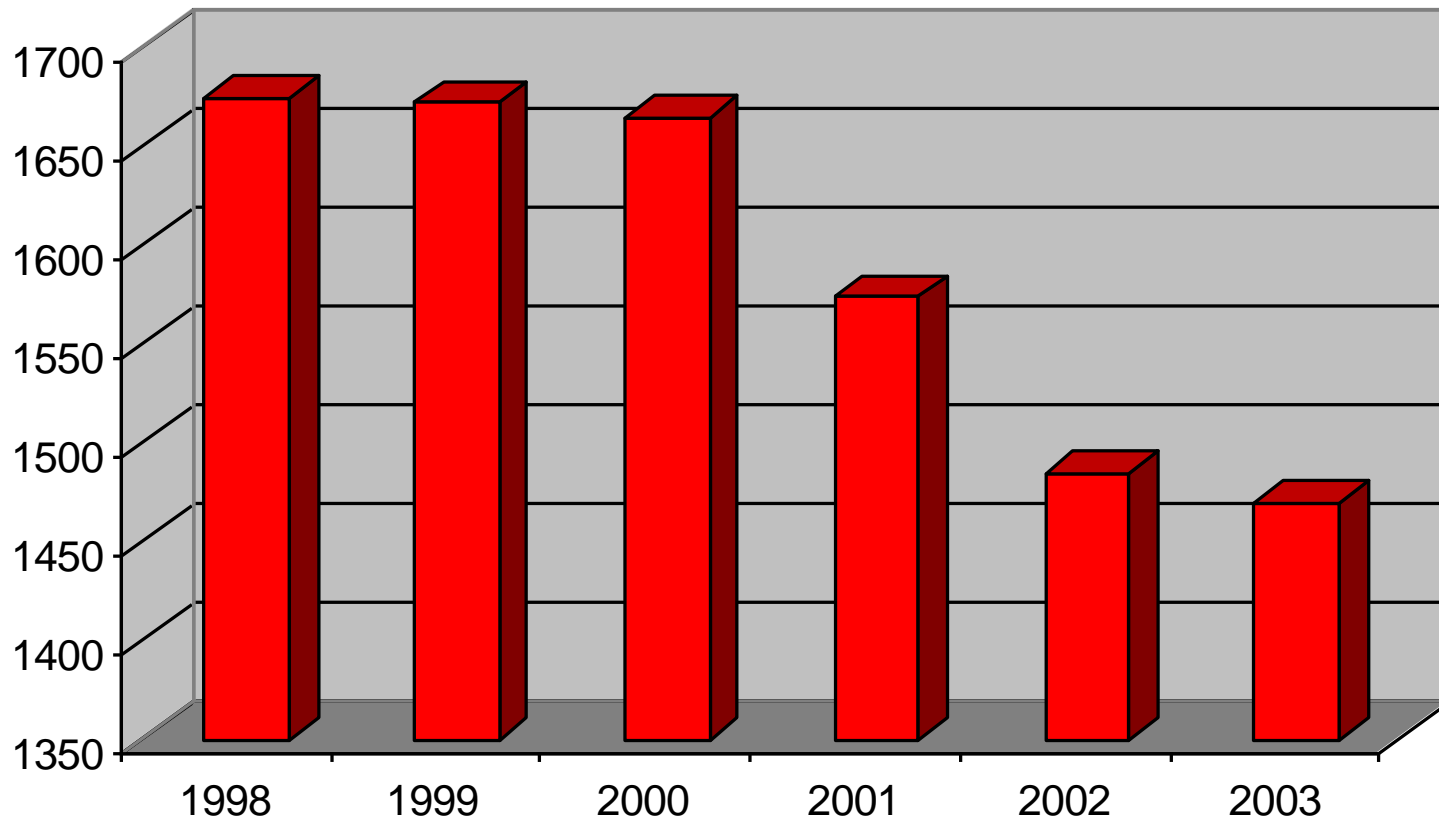
Ob svetovnem upadanju zanimanja za tenis, se tudi Slovenija ni izognila tem trendom. Ne glede na odmevne uspehe v ženskem tenisu že nakaj let beležimo upad števila registriranih članov TZS, manjši vpis v teniške šole, število prodanih članskih kart idr.

Pregled članstva v obdobju 98-03

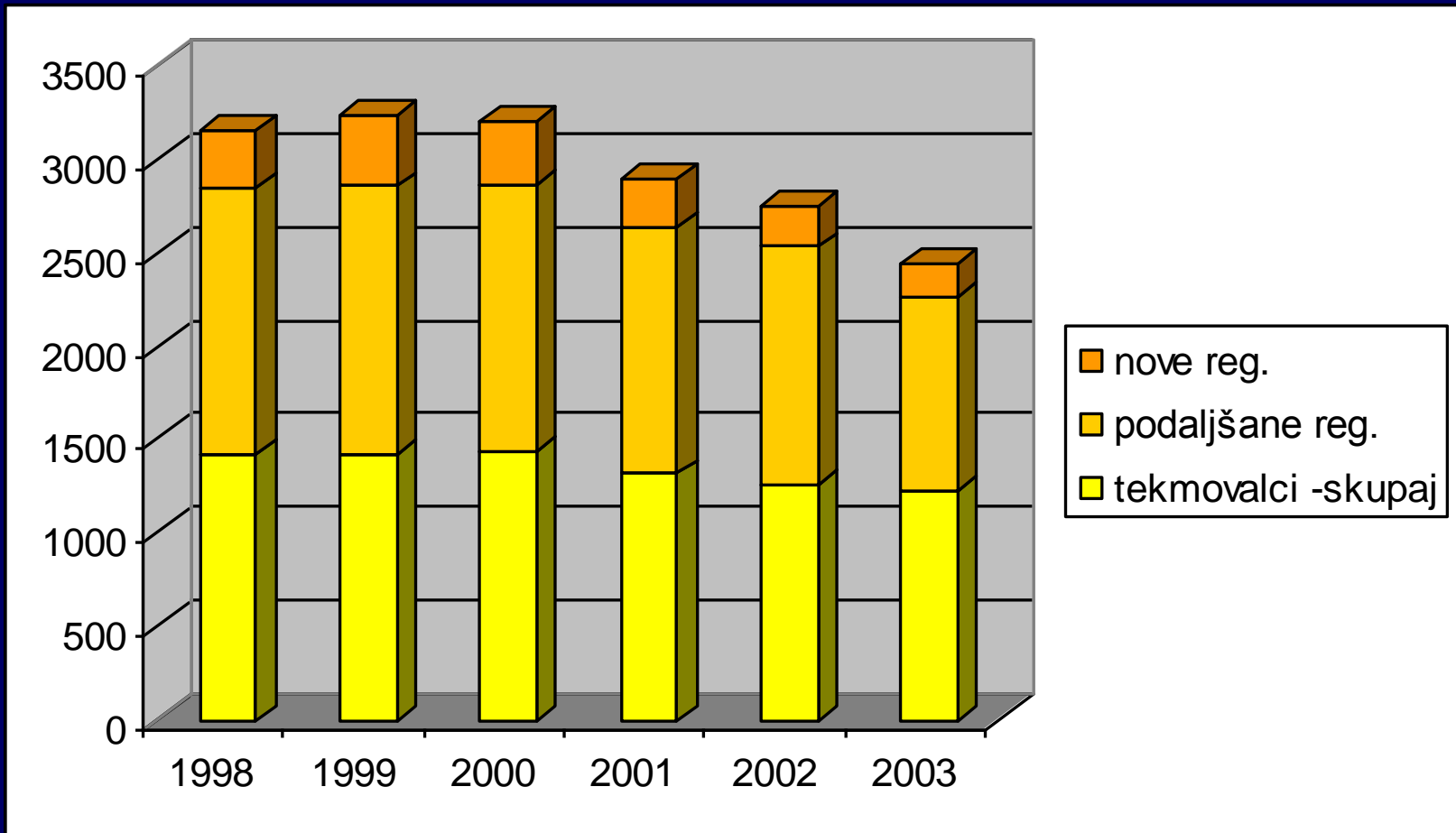
	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Člani TZS	1674	1671	1664	1573	1484	1469
Tekmov.	1421	1424	1430	1316	1263	1221
-podalj.reg	1421	1424	1430	1316	1263	1040
-nove reg.	306	376	329	259	210	181
Prestopi	105	147	73	90	96	n.p.
Trenerji	177	176	179	163	158	163
Sodniki	151	140	132	108	103	89

Vir: Grosman, A. (2002). Poročilo o delovanju tekmovalno-registracijske komisije
Prešern, T. (2003). Spisek članov TZS na dan, 13.10.2003

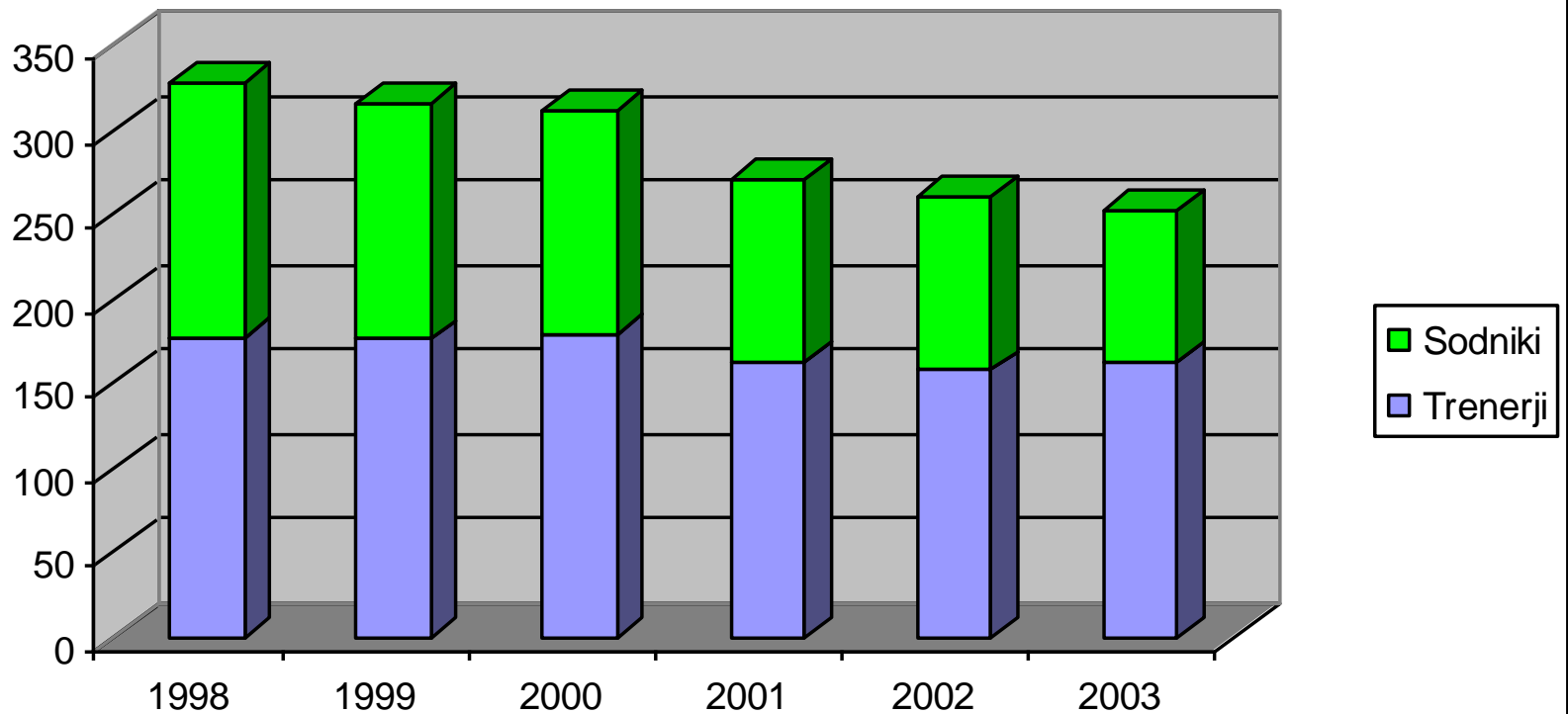
Pregled članstva



Tekmovalci



Sodniki in trenerji





Izhodišča

V nadaljevanju so predstavljena izhodišča in teze za pripravo celovite akcije, ki bi negativne trende in kazalce obrnila zopet navzgor.



1. Spremembe registracijskega pravilnika z namenom povečanja števila članstva

Potrebno je ustvariti pravila in pogoje, ki bi omogočali včlanitev teniških igralcev, ki so člani klubov TZS. S tem bi se ta številka zanesljivo povečala na 10.000, kar je cca 0.5% populacije. Po dostopnih podatkih se delež teniških igralcev giblje od 2% v Franciji, do 2,5% v Nemčiji in 5% na Nizozemskem (Bombač & Kreft, 2003).

S tem bi se povečala prepoznavnost in podpora športu, hkrati pa tudi izboljšalo finančno stanje zveze.

-
-
-

1. Spremembe registracijskega pravilnika z namenom povečanja števila članstva

Ob članarini v višini cca. 10 EUR (za otroke in družine manj) bi se pridobilo sveža sredstva za delo ter povečalo ciljno baza za zainteresirane pokrovitelje.

Članom TZS bi se ob včlanitvi ali podaljšanju poleg članstva lahko ponudilo: revijo TZS, popuste pri nakupu športne opreme, zavarovanje (npr. z olimpijsko kartico), junior klub (po zgledu drugih držav za mlajše od 10 let) ter posebna individualna in ligaška tekmovanja za rekreativce in veterane.

-
-
-

1. Spremembe registracijskega pravilnika z namenom povečanja števila članstva

Pomemben dejavnik pri tem projektu so klubi, ki bi igralce na novo včlanjevali ter prejeli provizijo za vsakega včlanjenega igralca. S to provizijo bi pokrili del klubske članarine TZS.

Hkrati bi se lahko članarina za klube začela obračunavati po številu igrišč, ki jih ima klub v upravljanju, tako da bi manjši klubi plačali nižjo članarino.

-
-
-

1. Spremembe registracijskega pravilnika z namenom povečanja števila članstva

Po grobih ocenah je v TZS vključenih 10 – 15 % aktivnih športnih društev, ki imajo v svojem programu izključno (ali tudi) tenis.

Brez vključitve teh društev v TZS lahko pričakujemo tudi manj uspešno včlanjevanje individualnih članov (Bombač & Kreft, 2003).

2. Propagandna akcija »Mesec tenisa«

Cilji propagandne akcije »Mesec tenisa« so: usmeriti pozornost na tenis in teniška tekmovanja, ki potekajo v mesecu aprilu in maju (Challenger Ljubljana open, tekmovanja serije future, Davis cup, Fed cup).

TZS bi v okviru akcije poskrbela za medijsko kampanjo (jumbo plakati, radijski spoti, tiskane brošure...).

Klubi bi v tem času poskrbeli za dneve odprtih vrat, vpise v različne učne teniške programe (tečaj, šola, vrtec, rekreativno igranje...) in organizirali predstavitve tenis in eksibicijske dvoboje v teniško manj razvitih krajih.

3. Medijske aktivnosti

Sodelovanje z mediji je vsekakor ena od ključnih nalog TZS.

Bistvo je zajeto v pregovoru: »Lahko si še tako dober, če se o tebi ne piše in se ne pojavljaš na televiziji, ne obstajaš«.

Mnenja o tem, ali je slovenski tenis v medijih zadosti ali premalo zastopan, so si zelo različna. Že samo pogled k sosedom pa pokaže, da smo na tem področju daleč zadaj, saj Hrvati prenašajo večino dvobojev njihovih igralcev in igralk s tekmovanj za Grand Slam.

3. Medijske aktivnosti

Uspehi naših deklet v svetovnem tenisu so dejstvo in bi morali biti ustrezna vaba za povečanje števila igralcev tenisa vseh starosti v Sloveniji.

To pa je mogoče le ob ustrezni medijski podpori.

TV in radio

- dogovor z TV Slovenija o prenosu slovenskih dvobojev z Grand slam tekmovanj
- izdelava radijskega spota v okviru akcije »Mesec tenisa«

3. Medijske aktivnosti

Tiskani mediji

- izdaja teniške revije, katere izdajatelj je TZS (namenjena vsem članom TZS); izide štirikrat na leto, pokriva vsa področja: vrhuski, tenis mladih, rekreativni in veteranski tenis, klubsko dogajanje, trenerske informacije...
- izdelava informativnih in promocijskih brošur v okviru akcije »Mesec tenis«
- izdelava plakatov (akcija »Mesec tenisa«, možnost včlanitve v TZS, v teniške programe...).

3. Medijske aktivnosti

Spletne strani

- izdelava informativnih spletnih strani TZS (aktualne informacije, rezultati tekmovanj...).

Uporabljeni viri:

1. Bombač, I., B. Kreft (2003). Predlogi za povečanje članstva ter izboljšanje delovanja TZS.
2. Grosman, A. (2002). Poročilo o delovanju tekmovalno-registracijske komisije.
3. Polenec, A. (2003). Izhodišča za okroglo mizo o množičnosti v tenisu.
4. Prešern, T. (2003). Spisek članov TZS na dan, 13.10.2003.