

# Auf der Suche nach Sponsoren

Die oberste Aufgabe des neuen ÖTV-Geschäftsführers Thomas Schweda ist die Akquise neuer Sponsoren.

## Thomas Schweda

Der 49-Jährige ist ein in der Szene bekannter Fachmann, wenn es um Sportsponsoring geht. Dieses Know-how soll jetzt dem Tennissport zugutekommen.



© AFP/William West

Zugpferd Dominic Thiem soll dem Tennissport auf die Sprünge helfen.

••• Von Michael Fiala

WIEN. Seit Anfang Jänner ist Thomas Schweda der neue Geschäftsführer des Österreichischen Tennisverbands (ÖTV) und somit Nachfolger von Thomas Hammerl. Der 49-Jährige hat sich seit 2. Jänner im ÖTV eingearbeitet, eine Bestandsaufnahme gemacht und auch schon eine Tour zu den Landesverbänden in die Bundesländer hinter sich.

### Intensive Zusammenarbeit

Schweda ist im Tennis und im Sport alles andere als ein unbeschriebenes Blatt. Der ehemalige Eishockeypflicht beim WEV war in den vergangenen Jahren für die Creditanstalt für Sportsponsoring zuständig und auch lange Jahre in der Turnierleitung des Wiener Stadthallenturniers tätig. Auch für das WTA-Turnier in Linz hat er in Sachen Sportsponsoring gearbeitet, war für die UniCredit Group sowohl bei der Euro 2008 als auch von 2008 bis 2012 für die UEFA-Champions-League zuständig.

„Ich habe mit Thomas Hammerl ein Monat intensiv zusammengearbeitet und die Verträge und Volumina der Sponsoren angeschaut“, erzählte Schweda im Gespräch mit der APA. Der Abgang des Großsponsors Simacek mit Jahresende hat freilich eine gewisse Lücke ins ÖTV-Budget gerissen; Marketingfachmann Schweda sieht darin eine seiner wichtigsten Aufgaben.

„Das war ein Hauptgrund, warum ich geholt wurde. Die Aufgabe steht ganz oben auf meiner Liste, dass ich mich um Sponsoren kümmere“, sagte Schweda, der im ersten Monat schon einiges an den internen Strukturen geändert hat und den ÖTV serviceorientierter machen will. So sollen „innerhalb von 24 Stunden“ E-Mails beantwortet und Rückrufe getätigt werden.

Auf der Suche nach neuen Geldgebern schwebt Schweda eine Aufsplittung in Themenbereiche vor. „Da gibt es das brachliegende Thema Social Media oder auch die Rangliste mit fast 70.000 Kontaktchan-



© ÖTV

cen.“ Schweda möchte „ein zielgruppenspezifisches Marketing“ machen. Also spezielle Sponsoren für zum Beispiel die Senioren oder die Jugend, etc. verpflichten.

### Hochmotiviert

Schweda ist hochmotiviert, wieder ganz nah an seiner Leidenschaft Tennis zu sein. „Es macht mir Riesenspaß, weil das Dinge sind, die ich kann. Es ist eine Aufgabe, die mich sehr freut, und ich bin froh, dass ich

wieder im Sport zurück bin“, sagte der zweifache Vater. Für den zweifachen Vizemeister mit dem WEV, der am 2. November dieses Jahres, exakt einen Monat nach Thomas Muster, seinen 50er feiert, ist es wichtig, „über den Tellerrand zu blicken“. Er will sein gutes Netzwerk in der Wirtschaft wie im Sport in seine Position einbringen. Großes Ziel Schwedas ist es freilich auch, den aktuellen Hype um Dominic Thiem für Österreichs Breitensport zu nützen.