



TISSOT EN DE NBA KONDIGEN VERLENGING MEERJARIG PARTNERSCHAP AAN

**-- Official Watch van de NBA viert verlenging met T-touch Connect Solar
met nieuwe NBA-functies --**

NEW YORK, 20 oktober 2021 – De National Basketball Association (NBA) en Tissot hebben vandaag een meerjarige verlenging van hun marketingpartnerschap aangekondigd, die voortbouwt op de wereldwijde overeenkomst die in 2015 begon. Als Official Watch en Official Timekeeper van de NBA, de Women's National Basketball Association (WNBA) en de NBA G League, zal het partnerschap Tissot's nauwkeurige tijdwaarneming, prestaties en stijl blijven promoten bij fans over de hele wereld.

Om de verlenging te herdenken, brengt Tissot de NBA-fans dichterbij de wedstrijd met de onlangs gelanceerde T-Touch Connect Solar. Met dit hybride Zwitserse horloge, een combinatie van een traditioneel meesterwerk en online functionaliteiten, kunnen NBA-fans nu hun favoriete teams volgen. De functies omvatten toegang tot belangrijke informatie zoals wedstrijdschema's en teamstanden. Bovendien kunnen gebruikers binnenkort NBA-wedstrijden live volgen via de stille meldingen van het horloge, waarin wedstrijdscores en belangrijke statistieken worden weergegeven. Kijk of het horloge in uw land beschikbaar is op

<https://www.tissotwatches.com/nl-nl/>.

"Tissot is vereerd en blij om het contract met de NBA te verlengen", aldus Sylvain Dolla, CEO van Tissot. "We zijn de officiële tijdwaarnemer van deze competitie en dat zorgt voor een enorm groeipotentieel en een diep gevoel van trots. Het doel van Tissot is om door te gaan met het ontwikkelen van horloges en tijdwaarnemingsoplossingen waardoor de ervaring voor alle NBA-basketbalfans nog beter wordt."

Het merk, dat top-NBA-spelers als Damian Lillard, Clint Capela en Klay Thompson als merkambassadeurs heeft, is een vaste waarde op grote NBA-evenementen, waaronder NBA All-Star, de NBA Draft gepresenteerd door State Farm en de NBA Summer League.

"We zijn verheugd om het 75-jarig jubileumseizoen van de NBA op gepaste wijze te openen door onze samenwerking met Tissot te verlengen", aldus Salvatore LaRocca, NBA

President, Global Partnerships. "Tissot wordt direct geassocieerd met de opwinding van onze wedstrijden door het state-of-the-art tijdwaarnemingssysteem in al onze NBA-arena's. Met de T-Touch Connect Solar zorgt Tissot ervoor dat onze fans over de hele wereld nauw betrokken blijven bij de NBA."

Tissot en de NBA hebben een innovatief systeem voor precisietijdwaarneming ontwikkeld dat sinds de start van het NBA-seizoen 2016-17 in alle 29 NBA-arena's wordt gebruikt.

Volg #ThisIsYourTime op Instagram ([@tissot_official](#)), Facebook ([@tissot](#)) en Twitter ([@tissot](#)) of ga naar [tissotwatches.com](https://www.tissotwatches.com) voor meer informatie over het merk.

Over Tissot

Sinds 1853 staat Tissot aan de basis van de Zwitserse horlogerie. Onze toewijding aan vakmanschap en kwaliteit is enkel te vergelijken met onze passie voor prestaties en precisie. In de loop der jaren hebben onze baanbrekende producten, zoals de legendarische Tissot T-Touch, de krantenkoppen gehaald en geschiedenis geschreven. De revolutionaire Tissot T-Touch Connect Solar maakt gebruik van duurzame zonne-energie en online technologie met gegarandeerde privacy. Dit bevestigt onze jarenlange reputatie als "Innovators by tradition". Onze passie voor sport is ongeëvenaard en onze timingsystemen zijn beproefd en getest door een reeks professionele sporten en atleten die op ons vertrouwen. Voor basketbal zijn dat de NBA en de FIBA, voor wielrennen de Tour de France, de Giro d'Italia en La Vuelta en voor de motorsport MotoGP™, om maar enkele namen te noemen die vertrouwen op Tissot als hun officiële tijdwaarnemer.

Over de NBA

De NBA is een sport- en mediabedrijf dat is opgebouwd rond drie professionele sportliga's: de National Basketball Association, de Women's National Basketball Association en de NBA 2K League. De liga is internationaal wijdverspreid aanwezig met games en programmering in 215 landen en gebieden in 50 talen en NBA-merchandising die te koop is in meer dan 100.000 winkels in 100 landen op 6 continenten. Bij de aanvang van het seizoen 2020-21 telde de NBA 107 internationale spelers uit 41 landen en gebieden. De activiteiten van NBA Digital omvatten NBA TV, NBA.com, de NBA App en NBA League Pass. De NBA heeft een van de grootste gemeenschappen gecreëerd op sociale media met bijna twee miljard likes en volgers overal ter wereld op alle liga-, team- en spelersplatformen. Met NBA Cares kaart de liga belangrijke sociale kwesties aan door samen te werken met internationaal erkende jeugdinstituten die onderwijs, jeugd- en gezinsontwikkeling en gezondheidsdoelen ondersteunen.

#