



SCHWEIZERISCHER TURNVERBAND

Vision und Strategie 2032



VORWORT

Der Schweizerische Turnverband (STV) ist auf dem Weg in sein drittes Jahrhundert – 2032 können wir das 200-Jahr-Jubiläum feiern. Bis dahin und darüber hinaus wollen wir den Verband und damit den Turnsport nachhaltig und modern für die Zukunft aufstellen. Dazu haben wir eine gemeinsame Vision 2032 sowie eine tragfähige Strategie für die nächsten Jahre entwickelt, die uns in Richtung Vision leitet.

Diese baut auf dem Bewusstsein auf, dass wir als grösster Sportverband in der Schweiz eine gesellschaftliche Verantwortung haben. Zudem haben wir auch den Auftrag (oder gar die Verpflichtung), uns über die Zukunft des Sports in der Schweiz und die Rolle des STV als treibende Kraft darin, Gedanken zu machen. Während der rund einjährigen Erarbeitung der neuen Strategie konnten wir auf namhafte Stakeholder aus dem Sport- und Verbandsmanagement als wertvolle Sparringspartner sowie auf deren fachliche Expertise zählen. Mit der neuen Strategie geben wir uns selbst den Auftrag, künftig als prägender Gestalter und Weiterentwickler des Sports zu agieren.

Fabio Corti
Zentralpräsident STV



VISION 2032

Wir sind der **grösste Sportanbieter der Schweiz** und setzen den **ethischen, sportlichen Standard** in unserer Sportlandschaft.

Das **ehrenamtliche Engagement** bleibt unser Fundament, auf dem wir unsere sportlichen und fachlichen Kompetenzen konsequent weiterentwickeln. So ermöglichen wir **sportlichen wie auch persönlichen Erfolg** durch Leistung.

Über unsere **Angebote** und eine breite **finanzielle Abstützung** tragen wir entscheidend zu **Wohlergehen und Gemeinschaft** bei.



Wir ermöglichen schweizweit Sport, Bewegung und Erlebnisse für alle, um Gemeinschaft und Wohlergehen zu schaffen.

Handlungsfeld

WEITERENTWICKLUNG DER ABLAUF- UND AUFBAU- ORGANISATION DES STV

Wir modernisieren die Verbandsstrukturen während wir gleichzeitig unsere Traditionen achten und pflegen. Die Organisationsentwicklung institutionalisieren wir und entfalten so mehr Dynamik in der eigenen Entwicklung und Innovation.

ABSICHT

Die Verbandsstrukturen und das Verbandsmanagement werden auf die Stärkung des Ehrenamtes, die Identifikation der Mitarbeitenden und die Operationalisierung von Vision und Strategie hin weiterentwickelt.



STOSS- RICHTUNGEN

1.1

**Wir-Gefühl stärken und
Kultur weiterentwickeln**

1.2

**Organisations- und
Verbandsentwicklung
institutionalisieren**

1.3

**Organisation überprü-
fen und flexibilisieren**

1.4

**Ehrenamt als Ressource
stärken**

BESCHRIEB

1.1 Wir entwickeln unsere Kultur weiter in eine Richtung, welche die Umsetzung der Handlungsfelder unterstützt. Wir verleihen unserer Identität authentischen Ausdruck und stärken die Identifikation mit der Turngemeinschaft über alle Ebenen hinweg.

1.2 Wir institutionalisieren die Organisationsentwicklung und bauen dazu einen Kompetenzbereich auf.

1.3 Wir überprüfen unsere Organisation (Strukturen und Prozesse) in Zusammenarbeit mit den Kantonalverbänden und sorgen für eine Flexibilisierung und, wo möglich und sinnvoll, eine Vereinfachung der Verbandsstrukturen, um letztlich die Vereine zu stärken.

1.4 Wir stärken das Ehrenamt als Ressource, indem wir Vereine konzeptionell unterstützen und verschiedene Modelle zur Umsetzung aufzeigen. Wir entwickeln und bündeln unsere Kompetenzen dazu und sorgen als Dienstleister wo möglich für eine (administrative) Entlastung und/oder zusätzliche Motivation für Ehrenamtliche, indem wir beispielsweise die Nutzung von Synergien zwischen Vereinen ermöglichen.

Handlungsfeld

PASSGENAUE SPORT- UND ANGEBOTS- ENTWICKLUNG

Unser Fokus liegt auf der steten und passgenauen Sport- und Angebotsentwicklung. Dazu haben wir das Umfeld immer im Blick, antizipieren Trends sowie gesellschaftliche Entwicklungen. Gleichzeitig fördern wir die Nutzung der Angebote über unsere Vereine und in der Gesellschaft.

ABSICHT

Das Angebot des STV definiert sich entlang der gesellschaftlichen Entwicklung.



STOSS- RICHTUNGEN

2.1

**Sportarten-Portfolio
entlang der Zielgruppen
pflegen und entwickeln**

2.2

**Vereine über ihre
Angebote stärken**

2.3

**Ausbildung als
zentralen Baustein
entwickeln**

BESCHRIEB

2.1 Wir pflegen und entwickeln unsere Angebote entlang von definierten Zielgruppen innerhalb und ausserhalb unserer bestehenden Strukturen sowie in Abstimmung mit den anderen Handlungsfeldern (Olympische Sportarten, Mitgliedschaft, Infrastruktur). Wir nutzen Synergien zwischen Sportarten und Angeboten besser.

2.2 Wir stärken und befähigen die Vereine über ihre Angebote. Wir fördern die Nutzung unserer Angebote, indem wir einerseits die Vereine in der Vermarktung und in der Umsetzung unterstützen, andererseits über geeignete Massnahmen das Marketing übergeordnet orchestrieren und Nachfrage generieren.

2.3 Über die Vermittlung von Wissen und Werten in die Breite leisten wir die Basisarbeit für einen erfolgreichen Aufbau des Schweizer Weges. Unter Ausbildung verstehen wir auch das Verfügbarmachen von Angeboten, Dienstleistungen und Produkten.



© Peter Friedli

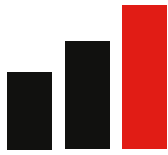
Handlungsfeld

STEIGERUNG UND DIVERSIFIZIERUNG DER FINANZIERUNG

In der Finanzierung streben wir eine breite Abstützung und ein ausgewogenes Verhältnis der Finanzierungsquellen an. So minimieren wir Klumpenrisiken und einseitige Abhängigkeiten. Wir fördern eine Haltung, die zusätzliche Mittel für Investitionen generieren will, während wir weiterhin unsere Kosten gut managen.

ABSICHT

Wir steigern unsere Erträge in der Gesamtsumme bei gleichzeitiger Diversifizierung und Erweiterung der Finanzierungsquellen.



STOSS- RICHTUNGEN

3.1

**Klassisches Sponsoring
stärken und weitere
Finanzierungsquellen
erschliessen**

3.2

**Über neue kommer-
zielle Angebote Erträge
steigern**

3.3

**Anzahl Mitglieder
halten bzw. steigern**

3.4

**Potenzial bei
Bundes- und Förder-
gelder ausschöpfen**

3.5

**System zur Aus-
bildungsentschädigung
entwickeln**

BESCHRIEB

3.1 Das klassische Sponsoring entwickeln wir über neue Formen und neue Inhalte clever weiter und steigern über innovative (Werbe-) Instrumente und Partnerschaften unsere Einnahmen.

3.2 Wir nutzen unser Wissen in der Vermarktung und kreieren neue kommerzielle Angebote und Kooperationsformen, um unsere Erträge nachhaltig zu steigern.

3.3 Die Anzahl an Mitgliedern halten oder steigern wir über die anderen Handlungsfelder. Wo möglich erhöhen wir mitunter dadurch die Mitgliedereinnahmen.

3.4 Die Ausschüttung von Bundes- und Fördergeldern stellen wir weiterhin sicher und schöpfen das Potenzial aus. Wir sind bestrebt, auch künftige Kriterien bestmöglich zu erfüllen.

3.5 Beim Wechsel von Sportlerinnen und Sportlern zu anderen Verbänden soll der Verband für dessen Ausbildung entschädigt werden.



© Stephan Bögli

Handlungsfeld

KONZEPTION UND AUFBAU EINES ERFOLGREICHEN «SCHWEIZER WEG»

Wir entwickeln und etablieren den Schweizer Weg im Leistungssport. Damit zeigen wir, dass Erfolge im Leistungssport auf internationalem Topniveau vereinbar sind mit Gesundheit und der Einhaltung von ethischen Grundsätzen. Wir nutzen den Leistungssport als Zugpferd für den Breitensport.

ABSICHT

Wir erreichen mit der Umsetzung des «Schweizer Weg» an internationalen Grossanlässen Diplomränge und Medaillen. Wir qualifizieren uns für die Olympischen Spiele 2032 in der Mehrheit der Sportarten.



STOSS- RICHTUNGEN

4.1

Breiten- und
Leistungssport besser
verknüpfen

4.2

Gesunde Topleistungen
fördern

4.3

Rahmenbedingungen
für Karrieren im Leis-
tungssport verbessern

4.4

Ausbildung von
Schweizer Trainerinnen
und Trainer stärken

4.5

Allianzen aufbauen für
den «Schweizer Weg»

4.6

Sportlichen Erfolg
kurz- und mittelfristig
sichern



BESCHRIEB

4.1 Wir verknüpfen Breiten- und Leistungssport besser und erhöhen die Durchlässigkeit an der Basis. Sportarten mit Synergiepotenzial führen wir enger zusammen. So verbreitern wir die Basis und steigern die Qualität an der Spitze.

4.2 Wir fördern gesunde Topleistungen und setzen unsere Grundwerte konsequent um nach dem Grundsatz Leistung nur bei entsprechender Gesundheit.

4.3 Wir verbessern die Rahmenbedingungen für Karrieren im Leistungssport weiter. Die Athletinnen und Athleten betrachten

und fördern wir ganzheitlich und langfristig. Wir legen ein Augenmerk auf die bessere Vereinbarkeit von Ausbildung und Sport.

4.4 Wir stärken die Ausbildung von Schweizer Trainerinnen und Trainern.

4.5 Wir gehen Allianzen und Partnerschaften ein, um die Rahmenbedingungen für den «Schweizer Weg» zu verbessern.

4.6 Wir entwickeln Organisation und Rahmenbedingungen weiter, um den sportlichen Erfolg kurz- und mittelfristig zu sichern.

Handlungsfeld

WEITERENTWICKLUNG MITGLIEDERSTRUKTUR

Die gesellschaftliche Entwicklung und Megatrends wie die Individualisierung widerspiegeln sich im Nutzungsverhalten von Sportangeboten. Mit dem Ziel, die Angebote des STV möglichst einfach zugänglich zu machen und gleichzeitig die Erträge in diesem Bereich zu sichern, evaluieren wir die aktuellen Mitgliedschaftsstrukturen.

ABSICHT

Wir vergrössern die Turnsportgemeinschaft insgesamt auf 400 000 Sportlerinnen und Sportler.



STOSS- RICHTUNGEN

5.1

**Thema Mitgliedschaft
evaluieren und weiter-
entwickeln**

BESCHRIEB

5.1 Wir erstellen eine Auslegeordnung zum Thema Mitgliedschaft, überprüfen das aktuelle Verständnis einer Mitgliedschaft und eruieren Potenziale hinsichtlich einer Flexibilisierung dieser Strukturen in Zusammenarbeit mit den Kantonal-

verbänden – u. a. unter Berücksichtigung der Dimensionen Pricing, Rechte und Pflichten, Solidaritätsgedanke versus Verursacherprinzip.

Handlungsfeld

AUFBAU GESCHÄFTSFELD INFRASTRUKTUR

Wir gehen davon aus, dass Menschen in Zukunft Sportangebote zeitlich flexibler und individueller nutzen möchten. Wir entwickeln daher spezifisch das Handlungsfeld Infrastruktur. Wir legen so die Basis, um einerseits unsere Angebote aufrecht erhalten zu können und andererseits den Schweizer Weg umzusetzen: wir fördern über verschiedene Stossrichtungen Infrastrukturen als Ort, wo Sport stattfindet.

ABSICHT

Wir schaffen Orientierung über Instrumente und Hilfestellungen für regionale und lokale Akteure, damit Infrastrukturen möglichst dem STV-Standard entsprechen und den Turnsport optimal unterstützen.



STOSS- RICHTUNGEN

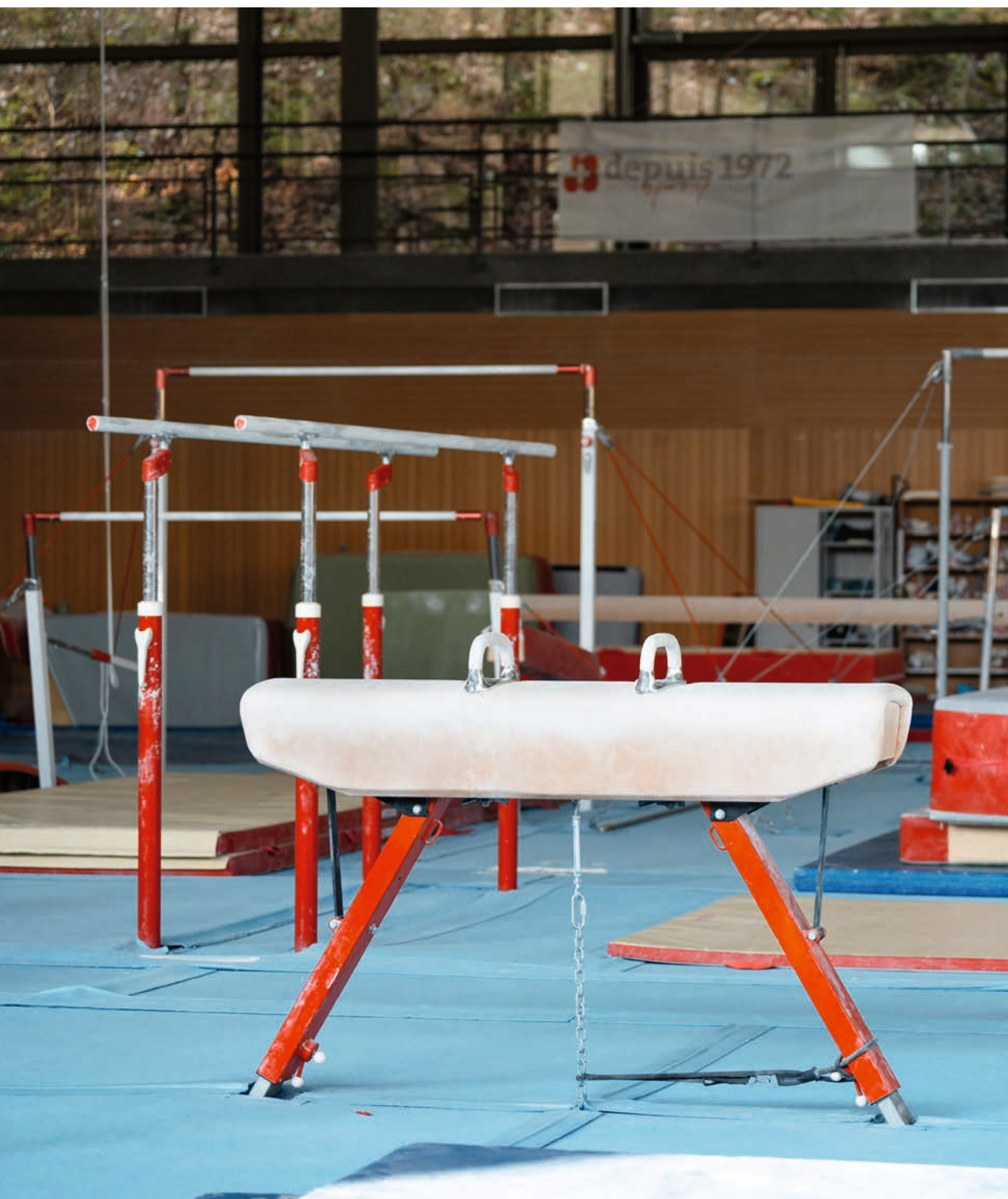
6.1

Lokale Infrastrukturen fördern

BESCHRIEB

6.1 Wir fördern lokale Infrastrukturen. Dazu übernehmen wir je nach Kontext unterschiedliche Rollen und wenden unterschiedliche Modelle an: Als STV können wir bauen, beraten, fördern, finanzie-

ren, ausbilden, betreiben. Je relevanter eine Infrastruktur für die Umsetzung des «Schweizer Weg» ist, desto stärker involvieren wir uns.



Handlungsfeld

BEWUSSTE POSITIONIERUNG DES STV

Wir positionieren uns in der Gesellschaft aktiver und selbstbewusster. Durch eine fokussierte Umsetzung der Strategie werden wir zum Themenführer in unseren Tätigkeitsfeldern.

ABSICHT

Der STV entwickelt über die inhaltliche und kommunikative Besetzung der drei Schlüsselthemen (Ehrenamt, «Schweizer Weg», Gesundheitsprävention) eine Sogwirkung – alle wollen dazugehören und mitmachen. Der STV ist kompetenter Ansprechpartner in diesen Themen.



© Harry v. Mengden



STOSS- RICHTUNGEN

7.1

Themen systematisch besetzen

7.2

Dachmarkenstrategie umsetzen

7.3

Netzwerk gezielt nutzen (Lobbying)

7.4

Engagement im internationalen Kontext systematisch ausbauen

BESCHRIEB

7.1 Wir besetzen Themen systematisch und aktiv und stärken so unsere Stimme im gesellschaftlichen Kontext. Dazu erarbeiten wir eine Kommunikationsstrategie entlang unseren Zielgruppen mit Roadmap, Themenkonzeption, Rollen und Verantwortlichkeiten. Damit stärken wir die öffentliche Wahrnehmung und steigern Image und Attraktivität des STV.

7.2 Wir verankern eine erfolgreiche Dachmarkenstrategie. Indem wir einheitliches Branding in der Umsetzung einfordern, stärken wir unsere Wahrnehmung und Positionierung.

7.3 Wir stärken unser politisches und wirtschaftliches Netzwerk und nutzen dieses, um unsere Interessen besser einzubringen und im Sinne unserer Handlungsfelder und Stossrichtungen an den richtigen Stellen Einfluss zu nehmen.

7.4 Im Internationalen Kontext engagieren wir uns systematischer und besser synchronisiert im Sinne unserer strategischen Ziele. Wir spüren Trends und Themen auf und übersetzen diese für uns, profitieren von Erfahrungen anderer, positionieren und profilieren uns aber gleichzeitig über unsere strategischen Kommunikationsthemen.

