

Strategiepapier swiss unihockey

2014 – 2018

Finale Kurzversion: 1. Januar 2015
(Freigabe durch den Zentralvorstand)

1. Ausgangslage

Die Strategie 2009-2012 von Swiss Unihockey umfasste mehrere Visionen und Ziele. Daneben verfasste der damals verantwortliche Zentralvorstand ein Leitbild für diese Periode.

Nach der Delegiertenversammlung 2012 machte sich der neu gewählte Zentralvorstand an die Überarbeitung der Strategie. Die ehrenamtlichen Gremien und die Geschäftsleitung wurden in die Erarbeitung miteinbezogen und später auch noch zur Vernehmlassung eingeladen. Die Verabschiedung der Strategie obliegt dem Zentralvorstand, während die Freigabe der einzelnen Massnahmen den zuständigen Kommissionen und Gremien vorbehalten ist. Die operative Umsetzung erfolgt in enger Kooperation zwischen der Geschäftsstelle und den Gremien.

2. Organisation

swiss unihockey hat heute gegen 420 Mitglieder (Vereine) denen über 30'000 lizenzierte Aktive angehören. Der Zentralvorstand ist das strategische Gremium von swiss unihockey und steuert gemeinsam mit weiteren gewählten Gremien die Verbandsentwicklung und -arbeit. Die operative Umsetzung der getroffenen Entscheide sowie die Erledigung des Tagesgeschäftes erfolgen durch die Geschäftsstelle, welche 17 Mitarbeitende (davon 3 Praktikanten) mit umgerechnet 14.6 Vollzeitstellen beschäftigt. Swiss Unihockey hat einen Umsatz von ca. 6 Millionen Franken pro Jahr. Die Zahlen beruhen auf dem Stand per 1.10.14.

3. Vision

Unihockey ist bis 2028 olympisch und die Schweiz holt die erste Goldmedaille.

4. Prämissen

Neben den Statuten und den Reglementen dienen dem Zentralvorstand folgende Prämissen als Grundlage für die Erarbeitung der Strategie:

- swiss Unihockey sucht und pflegt den Kontakt sowie den Austausch zur Basis. Ziele und Entscheide werden offen und transparent kommuniziert.
- Die Unterstützung und Stärkung seiner Mitglieder als Dienstleister ist eine der grundlegenden Legitimationen von swiss unihockey.
- swiss unihockey positioniert sich gegenüber seinen Zielgruppen als moderner Sportverband und ist offen für neue Ideen zur Popularitätssteigerung des Unihockeys in der Schweiz sowie zur Steigerung der Einnahmen aus Vermarktung
- swiss unihockey kommuniziert offen, transparent und zeitgerecht gegenüber internen und externen Zielgruppen und setzt dabei moderne und zielgruppengerechte Kommunikationsmittel ein

5. Zielfelder

Aufbauend auf einer SWOT-Analyse, den Prämissen und den weiteren Rahmenbedingungen hat der Zentralvorstand die nachfolgenden Zielfelder definiert:

- swiss unihockey schafft Voraussetzungen, um die Schweizer Auswahlen zum Erfolg zu führen. Die Teilnahme an Weltmeisterschaften wird mit klaren Zielen verknüpft.
- swiss unihockey fördert attraktive und zielgruppengerechte Spielgefässe und ermöglicht eine kontinuierliche sportliche Entwicklung.
- swiss unihockey setzt sich für stufengerechte, nachhaltige und qualitativ hochstehende Angebote für die Trainer-, Schiedsrichter- und Funktionärs-Aus- und –Weiterbildung ein.
- swiss unihockey leistet einen proaktiven Beitrag zur nationalen und internationalen Entwicklung des Unihockey
- swiss unihockey stärkt die Regionen unter Einbezug der Basis.
- swiss unihockey steigert den Bekanntheitsgrad von Unihockey in der Schweiz und stellt durch aktive Vermarktungstätigkeiten eine nachhaltige Verbandsfinanzierung sicher.
- swiss unihockey fördert den Austausch mit den Behörden, der Politik und Wirtschaft im Sinne der Verbandsentwicklung und des Sportes als solches.
- Der Verband ist unter Einhaltung des demokratischen Grundverständnisses und einer hohen Transparenz und Effizienz organisiert und strukturiert und ist finanziell gesund.
- swiss unihockey schreibt der Ethik einen hohen Stellenwert zu und zeichnet sich durch fairen und dopingfreien Sport aus.

Aufgrund dieser Vorgaben hat der Zentralvorstand das vorliegende Strategiemodell erarbeitet. Dieses enthält die strategischen Zielfelder, die mit einem bis mehreren strategischen Hauptzielen gesteuert werden.

6. Übersicht Strategische Zielfelder und Ziele

Zielfelder	Ziele	V
A: swiss unihockey schafft Voraussetzungen, um die Schweizer Auswahlen zum Erfolg zu führen.	AZ1: Alle 4 Leistungsteams (A-Nati und U19) gewinnen an den Weltmeisterschaften eine Medaille	Auswahlen
B: swiss unihockey fördert attraktive und zielgruppengerechte Spielgefässe und ermöglicht eine kontinuierliche sportliche Entwicklung	BZ1: Anzahl der lizenzierten Unihockey-Spieler kann auf dem Niveau des Jahres 2013 gehalten oder erhöht werden BZ2: In den Einsteigerkategorien (F- bis D-Junioren) kann eine jährlich wachsende Anzahl Kinder gezählt werden BZ3: Ab der Saison 2015/16 verfügt Swiss Unihockey ausserhalb des ordentlichen Spielbetriebes über eines oder mehrere offene Angebote für Plausch-Spieler. BZ4: Eine Kooperation mit Special Olympics soll erreicht werden und in einzelnen Aspekten offiziellisiert sein.	SPA
C: swiss unihockey stellt stufengerechte, nachhaltige und qualitativ hochstehende Angebote für die Aus- und Weiterbildung von Trainern, Schiedsrichtern und Funktionären bereit.	CZ1: Der Zufriedenheitsgrad in allen Ausbildungsangeboten von Swiss Unihockey liegt bei mind. 75%. CZ2: Ab 2015 verfügt jeder Ausbildungsbereich von Swiss Unihockey über mindestens ein Online-Angebot, welches aktiv bewirtschaftet und jährlich um mindestens eine zusätzliche Massnahme ergänzt wird. CZ3: Bis ins Jahr 2020 verfügen alle Trainer bei Swiss Unihockey über eine Lizenz CZ4: Reduktion der Rücktrittsquote der Neu-SR auf unter 30% bis 2018	SPA
D: swiss unihockey leistet einen proaktiven Beitrag zur nationalen Entwicklung des Unihockey	DZ1: Per Saisonstart 2015/16 erfüllen alle NLA Herrenvereine die Vorgaben für moderne, gut ausgerüstete Medienarbeitsplätze in den Spielstätten. DZ2: Per Saisonstart 2015/16 betreiben alle NLA Herrenvereine während ihren Heimspielen eine Networking/VIP-Zone. DZ3: Alle NLA Herrenvereine haben in der Saison 2014/15 eine Gönner/Supportervereinigung etabliert. DZ4: Als Pilotprojekt werden in der Saison 2014/15 bei den Herren NLA mindestens in zwei Playoff ¼-Finals sowie in den beiden Playoff ½-Finals und dem Superfinal der evaluierte und definierte Boden eingesetzt. Je nach Auswertung der Pilotprojekte flächendeckender Einsatz spätestens ab Saison 2017/18 DZ5: Ab der Saison 2019/20 müssen alle NLA Herren Vereine die Vorgaben bezüglich Infrastruktur und Vereinsorganisation erfüllen	NL
E: swiss unihockey stärkt die Regionen unter Einbezug der Basis.	EZ1: Überprüfung der aktuellen Strukturen der Regionalliga. EZ2: Bis Ende 2017 ist jeder Verein Mitglied eines Kantonalverbandes oder eines –verbundes EZ3: Mindestens einmal pro Jahr gelangt swiss unihockey als Verband an seine Basis (z.B.: Roadshows, President's Day, regionale Info Meeting etc.)	RL

Zielfelder	Ziele	V
F: swiss unihockey steigert den Bekanntheitsgrad von Unihockey in der Schweiz und stellt durch aktive Vermarktungstätigkeiten eine nachhaltige Verbandsfinanzierung sicher.	FZ1: swiss unihockey steigert den Bekanntheitsgrad von Unihockey in der Schweiz.	Marketing
	FZ2: für die Saison 2015/16 ist ein zweiter Hauptpartner für swiss unihockey gefunden (Stand 2014: 1 Hauptpartner)	
	FZ3: für die Saison 2015/16 sind zwei weitere Goldsponsoren für swiss unihockey gefunden (Stand 2014: 3 Goldsponsoren)	
	FZ4: für die Saison 2015/16 sind zwei weitere Silbersponsoren für swiss unihockey gefunden (Stand 2014: 3 Silbersponsoren inkl. Präventionspartner)	
	FZ5: bis zur Saison 2017/18 ist swiss unihockey ausvermarktet	
	FZ6: die Einnahmen aus Sponsoring und Werbung sollen bis Ende 2015 CHF 950'000.-, bis Ende 2016 CHF 1'050'000.- und bis Ende 2017 CHF 1'200'000.- betragen (Stand Ende 2013: CHF 755'000.-)	
	FZ7: Alle von su ausgetragenen Events sind selbsttragend, berücksichtigen regionale Aspekte und werden durch ein transparentes Auswahlverfahren an lokale Organisatoren vergeben	
	FZ8: Ab Saison 2014/15 werden regelmässig Spiele der NLA live im TV/Internet-TV ausgestrahlt.	
G: swiss unihockey fördert den Austausch mit den Behörden, der Politik und Wirtschaft im Sinne der Verbandsentwicklung und des Sportes als solches.	GZ1: su steigert die Akzeptanz und die Unterstützung von Seite BASPO und Swiss Olympic - pro Jahr wird mindestens ein ausserordentliches Projekt durch das BASPO oder Swiss Olympic finanziell unterstützt.	ZP
H: Der Verband ist unter Einhaltung des demokratischen Grundverständnisses und einer hohen Transparenz und Effizienz organisiert und strukturiert.	HZ1: Die Verbandsstruktur soll bis 2016 auf die Bedürfnisse der heutigen Zeit und Ansprüche angepasst werden.	ZP / Finanzen
	HZ2: Die zur Führung und zum Fällen von strategischen Entscheiden notwendigen Führungsinstrumente und finanziellen Rahmenbedingungen sind definiert, erarbeitet und im Einsatz. Die damit verbunden Reportings werden im notwendigen Rhythmus erstellt und der Verbandsführung unterbereitet.	
I: swiss unihockey schreibt der Ethik einen hohen Stellenwert zu und zeichnet sich durch fairen und dopingfreien Sport aus.	IZ1: Das Thema Ethik wird durch die Verbandsführung verstärkt priorisiert und konkrete ethische Problemfelder werden konsequent und zeitnah bearbeitet.	GF
	IZ2: Die Verbreiterung und Förderung des Unihockeysports soll auch mittels Unterstützung gemeinnütziger Institutionen bzw. mit entsprechenden Partnerschaften vorangetrieben werden	
J: swiss unihockey leistet einen proaktiven Beitrag zur internationalen Entwicklung des Unihockey	JZ1: swiss unihockey ist laufend mit mindestens fünf Personen in den diversen offiziellen Gremien der IFF vertreten	ZP
	JZ2: swiss unihockey erstellt ein Konzept in Bezug auf die verbandsinterne „IFF-Strategie“ (Schwerpunkte, Rollen, Informationsprozesse zwischen IFF-Vertretern der CH etc.)	
	JZ3: swiss unihockey organisiert im Durchschnitt mindestens alle vier Jahre einen internationalen Grossanlass (Weltmeisterschaft oder Europacup) und berücksichtigt dabei auch das Damen- und Juniorenunihockey	
	JZ4: swiss unihockey übernimmt eine aktive Rolle in der Erreichung des Fernziels „Aufnahme ins olympische Programm“	