

Swiss Sailing 2018-2020

Grundlagendokument des Zentralvorstands zu
Strategie, Credo, Werte

Stand März 2018

Ziel des Dokuments

Der Mitglieder des Zentralvorstands haben sich im Vorfeld der Wahl zur Definition einer klaren Strategie, zum Aufbau einer soliden Finanzbasis und vor allem zur Transparenz bekannt. Dieses Dokument wurde anl. zweier Klausur-Tage (August 2017, Februar 2018) erarbeitet. Im Sinne der versprochenen Transparenz legen wir offen, was wir tun, wie wir es tun und warum wir es tun.

Dem Dokument liegt folgende Struktur zugrunde:

- Das **Credo** (Leitbild), welches wir mit unserer Arbeit anstreben.
- Die **Strategieschwerpunkte** (3 Säulen) mit **Grundsätzen** und einer **strategischen Aktionsplanung** für die Jahre 2018-2020.
- Unser **Werte** und **Führungsrichtlinien**, denen wir bei unserer täglichen Arbeiten nachleben.

Übersicht – Swiss Sailing 2018-2020

Unser Credo – Leitbild

- Wir sind der Dachverband aller Segeldisziplinen in der Schweiz.
- Wir bieten nachhaltige Strukturen und Inhalte an, die ein lebenslanges Ausübung unseres Sports erlauben.
- Dabei ist uns der Leistungssport ebenso wichtig wie der Breitensport – von der Jüngstenklasse bis zu den Senioren.

Strategische Schwerpunkte

Priorität 1:

- Kommunikation/Marketing
- Finanzen
- Dienstleistungen, Bedürfnisse der Mitglieder

Priorität 2:

- Jugendförderung
- Regattasport

Priorität 3:

- Ausbildung
- Kontinuität
- Nachhaltige Personalpolitik

Solide Strukturen

Priorität 1:

- Solide Finanzplanung

Priorität 2:

- Rahmenbedingungen für Segelsport
- Plattformen (GV,PK,RR)

Vernetzung / Transparenz

Priorität 1:

- Medienarbeit
- Regelmässige, umfassende Kommunikation
- Präsenz bei Clubs, Klassen und Regionen
- Motivation

Priorität 2:

- E-Plattform für Mitglieder und andere
- Bootseigner

Werte und Führungsgrundsätze bilden die Basis unseres Handelns

Unsere Werte: Identifikation, Respekt, Offenheit, Teamgeist, Freude

Führungsgrundsätze: Wir führen durch Zielvereinbarung (MbO) und nach dem Ausnahmeprinzip (MbE)



Credo

- Wir sind der Dachverband aller Segeldisziplinen in der Schweiz.
- Wir bieten nachhaltige Strukturen und Inhalte an, die ein lebenslanges Ausübung unseres Sports erlauben.
- Dabei ist uns der Leistungssport ebenso wichtig wie der Breitensport – von der Jüngstenklasse bis zu den Senioren.

Übersicht – Swiss Sailing 2018-2020

Unser Credo – Leitbild

- Wir sind der Dachverband aller Segeldisziplinen in der Schweiz.
- Wir bieten nachhaltige Strukturen und Inhalte an, die ein lebenslanges Ausübung unseres Sports erlauben.
- Dabei ist uns der Leistungssport ebenso wichtig wie der Breitensport – von der Jüngstenklasse bis zu den Senioren.

Strategische Schwerpunkte

Priorität 1:

- Kommunikation/Marketing
- Finanzen
- Dienstleistungen, Bedürfnisse der Mitglieder

Priorität 2:

- Jugendförderung
- Regattasport

Priorität 3:

- Ausbildung
- Kontinuität
- Nachhaltige Personalpolitik

Solide Strukturen

Priorität 1:

- Solide Finanzplanung

Priorität 2:

Definition strategischer Grundsätze und Aktionsplanung für die kommenden 12 bis 18 Monate

Vernetzung / Transparenz

Priorität 1:

- Medienarbeit
- Regelmässige, umfassende Kommunikation Präsenz bei Clubs, Klassen und Regionen
- Motivation

Priorität 2:

- E-Plattform für Mitglieder und andere
- Bootseigner

Werte und Führungsgrundsätze bilden die Basis unseres Handelns

Unsere Werte: Identifikation, Respekt, Offenheit, Teamgeist, Freude

Führungsgrundsätze: Wir führen durch Zielvereinbarung (MbO) und nach dem Ausnahmeprinzip (MbE)

Grundätze strategische Schwerpunkte mit Priorität 1 (1/3)

Kommunikation/Marketing

Kommunikation: Transparenz – Dialog – Präsenz

1. Mit transparenter Kommunikation fördern wir das Vertrauen und den Zusammenhalt zu allen Anspruchsgruppen.
2. Kommunikation besteht für uns in einem ausgewogenen Verhältnis von Information und Dialog.
3. Zur Förderung dieses Dialogs planen wir gezielt Massnahmen und setzen diese konsequent um.
4. Rückmeldungen und Anregungen begegnen wir mit Offenheit.
Wir fördern die Möglichkeit, Rückmeldungen und Anregungen anzubringen.

Marketing

1. Wir respektieren, dass es für generelle Gesamtverbandsangelegenheiten schwierig ist, finanzielle Mittel im Sinne von Sponsoring zu finden. Vermarktungspotenziale sehen wir vor allem im Bereich des Leistungssports.
2. Wir setzen uns dafür ein, finanzielle Mittel für Verbands- Projekte über Marketingaktivitäten zu suchen.

Finanzen

1. Wir wollen unsere Finanzbasis mit geeigneten internen und externen Massnahmen über die nächsten Jahre verbessern.
2. Mit diesen Mehreinnahmen finanzieren wir Verbandsprojekte zugunsten unserer Mitglieder.

Dienstleistungen/Bedürfnisse unserer Mitglieder

1. Wir wollen die Bedürfnisse unserer Mitglieder und der Segelnden erkennbar machen und damit für diese Mehrwert schaffen. Damit wollen wir die Identifikation mit dem Verband stärken.
2. Wir hinterfragen einerseits bestehende Angebote kritisch und prüfen andererseits die Einführung neuer Angebote.

Aktionsplanung (12-18 Mte) strategische Schwerpunkte (1/3)

Kommunikation

- 1) Aufbau eines Informations- und Kommunikationssystems, welches
 - a. zielgerichtet und zielgruppengerecht alle Anspruchsgruppen informiert.
 - b. eine klare Zuteilung der Kommunikationsgefässe und deren Inhalte sicherstellt.
 - c. eine Interaktion und einen Dialog mit den Anspruchsgruppen ermöglicht.
- 2) Institutionalisierung neuer und Ausbau bestehender Interaktionsplattformen (wie PK, RR, TdO) zu nutzenstiftenden Dialogplattformen.

Marketing

1. Definition der drei wichtigsten Projekte.
2. Definition eines Angebotskatalogs mit visueller Aufarbeitung für potenzielle Projektspensoren.
3. Sponsoren für die evaluierten Projekte finden mit Umsetzungplanung.

Aktionsplanung (12-18 Mte) strategische Schwerpunkte (2/3)

Finanzen

1. Erstellen eines Aktionsplans zur Erhöhung des Goodwills von Swiss Sailing (Charmeoffensive).
2. Massnahmen zur Gewinnung zusätzlicher, zahlender, aktiver Mitglieder in den Clubs.
3. Umsetzung konkreter Aktivitäten, um eine externe, mehrjährige Finanzierung (durch u.a. Sponsoren, Mäzene) zu institutionalisieren.
4. Mehreinnahmen aus allen Massnahmen von 250K/p.a. generieren, damit u.a. den Zusatzbeitrag zu Gunsten SST ersetzen.

Aktionsplanung (12-18 Mte) strategische Schwerpunkte (3/3)

Dienstleistungen/Bedürfnisse unserer Mitglieder

1) Bedürfnisse erkennen

1. Schritt: Klare Definition der Segmente Youth, Cruiser, Racer, Senioren usw.
2. Schritt: Analyse der Segmentierung in Prozenten nach Racer, Cruiser, Youth, Senioren etc.
3. Schritt: Bedürfnisse der Clubs, Klassen, Regionen (inkl. deren Mitglieder) erfragen.

2.) Bestehende Angebote hinterfragen.

3.) Als Folge von 1.) und 2.) gezielt Mehrwert schaffen. Z.B. in Bereichen des Versicherungswesens, der Administration oder der Ausbildung.

Unsere Werte & Führungsgrundsätze bilden die Basis unseres Handelns

Unsere Werte

- Identifikation, Respekt, Offenheit, Teamgeist, Freude

Unsere Führungsgrundsätze

- Wir führen durch Zielvereinbarung (MbO) und nach dem Ausnahmeprinzip (MbE).