Good-Practice-Beispiele (Breitensport-Förderkonzepte)

Version: Juni 2025

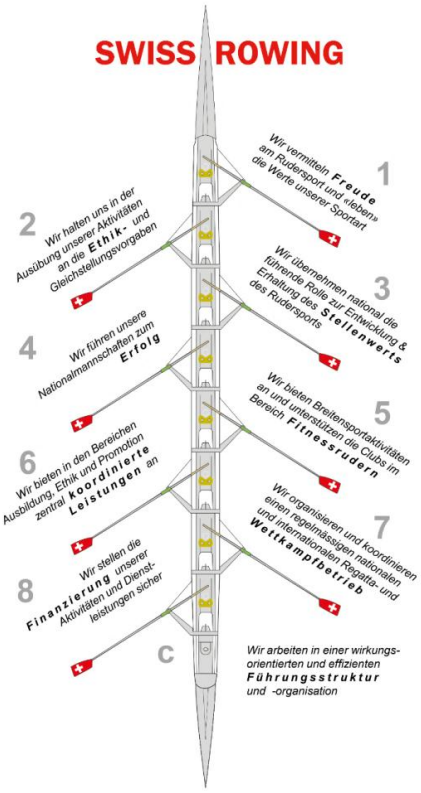
Inhaltsverzeichnis

1 Beispiele: Verbandsstrategie im Breitensport ... 2
1.1 Swiss Rowing ... 2
1.2 Schweizerischer Handball-Verband ... 2
2 Beispiele: Einbettung des Breitensports in die Verbandsorganisation ... 3
2.1 Swiss Squash ... 3
2.2 Swiss Badminton ... 3
2.3 Swiss Volley ... 4
3 Beispiele: Situationsanalyse ... 4
3.1 Mögliche Themen für SWOT-Analyse ... 4
3.2 Megatrend-Map ... 5
3.3 Swiss Canoe ... 6
3.4 Schweizerischer Handball-Verband ... 8
3.5 Schweizerischer Judo & Ju-Jitsu Verband ... 8
3.6 Schweizerischer Alpen-Club SAC ... 9
4 Beispiele: FTEM (Schlüsselbereich Foundation) ... 10
4.1 Erklärvideo (Swiss Olympic) ... 10
4.2 Swiss Volley ... 10
4.3 Schweizer Judo & Ju-Jitsu Verband ... 10
4.4 Swiss Badminton ... 10
4.5 Sportler*innen-Wege (Erklärvideo) ... 11
5 Sportfunktionär*innen-Weg ... 12
5.1 Swiss Tennis ... 12
6 Beispiele: Fördermassnahmen ... 13
6.1 Swiss Golf ... 13
6.2 Swiss Rowing ... 13
6.3 Swiss Cycling ... 14
6.4 Fördermassnahmen auf Foundation-Landschaft (Erklärvideo) ... 14
7 Beispiele: Ziele ... 15
7.1 Schweizer Judo & Ju-Jitsu Verband ... 15
7.2 Swiss Volley ... 15
8 Beispiele: Weiterentwicklung und Kommunikation ... 16
8.1 Swiss Badminton ... 16
8.2 Swiss Triathlon ... 16

1 Beispiele: Verbandsstrategie im Breitensport

1.1 Swiss Rowing

Beispiel: Swiss Rowing (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 3)



1.2 Schweizerischer Handball-Verband

Beispiel: Schweizerischer Handball-Verband (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 24)

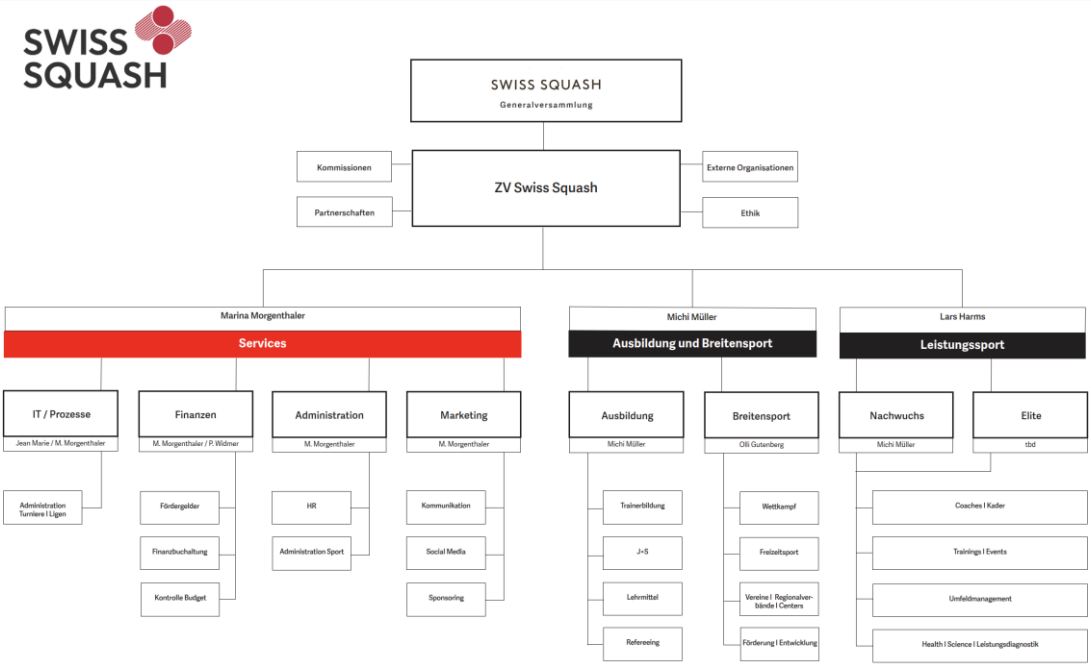
Spezifische Ziele, welche für den Breitensport im Handball gelten
«Mission»
Abgeleitet aus «Unsere Mission» sind die folgenden Punkte auf das Feld Breitensport gerichtet:
- Sport – Werte – Gesundheit – Freundschaften
-> Wir organisieren einen unseren Werten entsprechenden Teamsport zur Förderung der Gesundheit, der Resilienz und zur Schaffung von bleibenden Erinnerungen und lebenslangen Freundschaften.
*-> Einen besonderen Fokus legen wir auf unsere Schiedsrichter*innen, Trainer*innen und Funktionär*innen wie sie die wichtigsten Ermöglicher*innen und Garant*innen eines Spielbetriebs im Sinne unserer Werte sind.*
- Partizipation & Persönlichkeitsentwicklung
-> Handball ist ein Zuhause für sich – Handball prägt – Handball stärkt – Handball unterstützt.
-> Wir schaffen kontinuierlich und proaktiv neue Möglichkeiten damit alle Menschen – ganz egal welche Voraussetzungen sie mitbringen – bei uns ihren Platz finden können.
-> Mit unseren Werten Fairness, Solidarität und Wirksamkeit prägen, stärken und unterstützen wir die Menschen in unserer Gesellschaft
- Great Place To Work
-> Besonders die Freiwilligen in unseren Vereinen wollen wir durch sinnstiftende und leistbare Aufgaben und durch unkomplizierte Prozesse und schnelle Prozesse attraktiv sein.
-> Wir investieren einen relevanten Teil unserer Mittel in moderne Arbeitsmittel und -formen, die Fortbildung und die Digitalisierung unserer Organisation.

«Strategische Ziele» in Bezug auf den Breitensport
1. Wir vergrössern die Handballcommunity auf 250'000 Kontakte durch Gewinnung neuer Interessensgruppen.
2. Wir erhöhen die Anzahl Lizenzen. Bei den Frauen beträgt die Zunahme 50 Prozent.
3. Wir fördern die Vereine durch Effizienzsteigerung in administrativen Abläufen und Unterstützung bei der Transformation in die digitale Welt, welche wir vorleben.

2 Beispiele: Einbettung des Breitensports in die Verbandsorganisation

2.1 Swiss Squash

Beispiel: Swiss Squash (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 4)



2.2 Swiss Badminton

Beispiel: Swiss Badminton (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 3-5)

Organisatorische Einbettung des Breitensportes im Verband

Mit dem Erstellen des Breitensportkonzepts wird ebenfalls die organisatorische Struktur von Swiss Badminton angepasst. Die bisherige Struktur beinhaltete neben der Ausbildung noch den Bereich Vereinsentwicklung, ohne jedoch eine spezifische Verantwortlichkeit für den gesamten Breitensport zu definieren. Der Breitensport soll neu die beiden Bereiche «Vereinsentwicklung» sowie «Sportentwicklung» beinhalten und somit gezielter gefördert werden. Während der Bereich Vereinsentwicklung die gesamte Ausbildungslandschaft (J+S, ACM, etc.) beinhaltet, kümmert sich der Bereich Sportentwicklung um Wettkampfsysteme und Projekte im Breitensport und dient als Schnittstelle zwischen der Ausbildung, der Vereinsentwicklung und dem Leistungssport (siehe Abb. 1). Diese Aufteilung soll die Aufgaben der einzelnen Personen innerhalb von Swiss Badminton klarer abgrenzen und den Breitensport ganzheitlicher und gezielter fördern.

Aufgabenbereiche Dachverband, Regionalverbände & Vereine

	Swiss Badminton	Regionalverbände	Vereine
Wettkampf	• Koordination und Spielbetrieb der Nationalen und Oberen (1. & 2.) Ligen • Koordination der rankingrelevanten Turniere (Ausschreibung & Anmeldung) • Koordination der SBJS (höchste Juniorenturnierstufe) • Ranking	• Koordination und Spielbetrieb der unteren Ligen (3. & 4.) • Organisation der Regionalmeisterschaften (Turnier) • Koordination der Junioренturniere unterhalb der SBJS • Angebote für Plauschspieler:innen	• Meldung von Teams, welche am Interclubbetrieb teilnehmen • Organisation und Durchführung von Interclub-Begegnungen und Turnieren aller Stufen
Ausbildung	• Koordination der Trainerbildung (J+S & TBS) • Ausbildung von Vorstandsmitglieder (Lehrgang Club Management) • Unterstützung bei der Ausbildung von Technical Officials • Unterstützung der BSVS bei Ausbildungsthemen	• Unterstützung von Swiss Badminton durch aktives promoten der Angebote (J+S, Club Management, ...)	• Kontrolle der J+S Anerkennungen der Leiter:innen • Anmeldung an Aus- und Weiterbildungskurse • Rekrutierung von Trainer:innen, Vorstandsmitgliedern und Technical Officials
Badminton für alle	• Unterstützung der Partner (Regionen, Vereine, Center, ...) mittels Projekten wie «Supergirls play Badminton» oder «Shuttle Time»	• Vermittlung zwischen Vereinen • Unterstützung von Swiss Badminton durch aktives promoten der Angebote (Supergirls, Shuttle Time, ...)	• Organisation und Durchführung von Badmintonangeboten (Trainings, Events, ...)

2.3 Swiss Volley

Beispiel: Swiss Volley (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 12)

2.2.3.5 Partner, Rollen und Aufgaben

Tabelle 3 Partner, Rollen & Aufgabenverteilung in der Phase F3

Partner	Rolle	Aufgabe	Ampel
Swiss Volley	Koordinator, Organisator, Unterstützer	– Evaluiert die Bedürfnisse der RV und ermöglicht die Zusammenarbeit sowie den Austausch zwischen den RV (VVE). – Evaluiert die Bedürfnisse der Vereine und seiner Mitglieder (Trainer:innen, Spieler:innen, Schiedsrichter:innen, …) und erarbeitet mit den RV ein Konzept zur Mitgliedererhaltung in der Phase F3, um Drop-out zu vermeiden (VVE). – Konzeption, Evaluierung, Anpassung und Durchführung des nationalen Spielbetriebs in den Disziplinen Volleyball und Beachvolleyball (SB, VB, BVB, NAW). – Konzeption, Evaluierung, Anpassung des regionalen Spielbetriebs in den Disziplinen Volleyball und Beachvolleyball (SB). – Konzeption und Umsetzung der Easy League (VVE). – Konzeption und Umsetzung des Projekts «Smart Competitions» Das Ziel des Projekts ist es, Kindern und Jugendlichen durch angepasste Spielformen den Einstieg in den Volleyballsport zu erleichtern (AUS, NAW). – Überarbeitet sein Lizenzkonzept hinsichtlich der Vereinfachung der bestehenden Lizenzkategorien (SB, VB, BVB, VVE). – Konzeption, Evaluierung, Anpassung und Durchführung der Trainer:innenausbildung sowie des Supports der Trainer:innen (z.B. durch den Online-Trainingsplaner) (AUS). – Konzeption und Umsetzung des Projekt «Trainer:innengewinnung» Das Ziel der Projekte ist es, mehr Trainer:innen ausbilden zu können um den Bedürfnissen der Vereine gerecht zu werden (AUS). – Mitarbeit beim Konzept zur interregionalen Zusammenarbeit und Umsetzung der daraus resultierenden Massnahmen. – Mitarbeit bei der Evaluation der Vereins- und Mitgliederbedürfnisse und Umsetzung von Massnahmen zur Mitgliedererhaltung.	
Regional-verband	Koordinator, Organisator	– Mitarbeit bei der Konzeption, Evaluierung und Durchführung des regionalen Spielbetriebs in den Disziplinen Volleyball und Beachvolleyball insbesondere des Projekts «Smart Competitions», sowie in der Easy League. – Mitarbeit bei der Konzeption der regionalen Trainer:innenausbildung und Trainer:innensupport sowie Umsetzung von niederschwelligen Angeboten in ihrer Region.	
Vereine	Mitglied im RV, Organisator	– Bieten ein attraktives Trainingsangebot für ihre Mitglieder in den Disziplinen Volleyball und Beachvolleyball an. – Ermöglichen ihren Mitgliedern sich aus- und weiterzubilden und rekrutieren aktiv potenzielle Trainer:innen, Schiedsrichter:innen und Funktionär:innen. – Nehmen mit ihnen an offiziellen Wettspielen mit verschiedenen Teams in den Disziplinen Volleyball und Beachvolleyball teil. – Organisieren Turniere für regionale und nationale Wettspiele.	
Sonstige Partner	– BASPO: Sport-& Bewegungsförderung, diverse übergeordnete Aufgaben – Swiss Olympic: Dachverband,schafft Voraussetzungen, bearbeitet übergreifende Themen – J+S: Leiter:innen-Ausbildung, finanzielle Unterstützung – Primar- und Sekundarschulen: Bewegungsförderung in der Schule – STV/Turnvereine: wie Vereine von SV – Gemeinden und Kantone: Infrastruktur – Nationale, regionale und lokale Projektsponsoren: finanzielle Ressourcen		

3 Beispiele: Situationsanalyse

3.1 Mögliche Themen für SWOT-Analyse

Mögliche Themen für die interne Analyse (Stärken und Schwächen)

- Organisationsstruktur und Governance
  -> Wie ist der Breitensport in die Verbandsorganisation integriert?
  -> Inwiefern sind die Verantwortlichkeiten auf strategischer und operativer Ebene geklärt?
  -> Inwiefern ist der Verband intern und extern transparent in seinen Entscheidungen?
  -> Wie effizient und effektiv ist die Verbandsorganisation?
- Finanzielle und organisationale Ressourcen
  -> Wie viel investiert der Verband in den Breitensport im Vergleich zum Leistungssport?
  -> Welche Fördermöglichkeiten bestehen im Schlüsselbereich Foundation?
  -> Inwiefern stehen dem Breitensport Infrastrukturen und Sportanlagen zur Verfügung?
  -> Welche Verbandsressourcen werden in Ausbildungen, Wettkämpfe oder Events investiert?
  -> Inwiefern werden Regionalverbände und Vereine unterstützt?

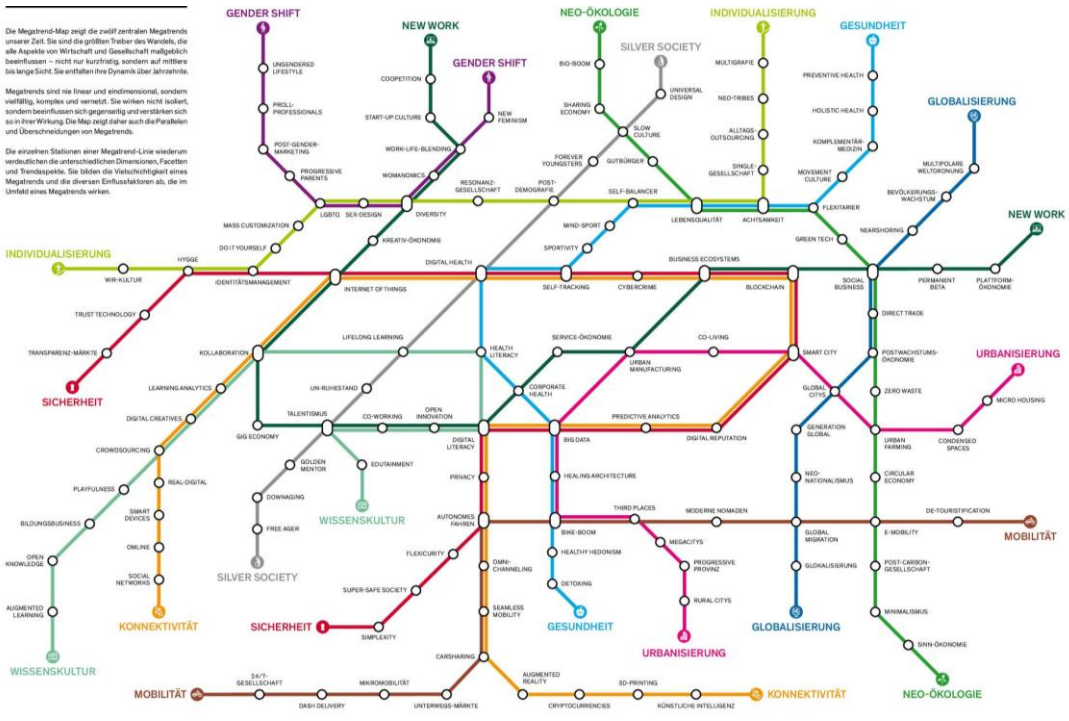
- *Kooperation und Kommunikation*
  - *-> Inwiefern bestehen bereits erfolgreiche Beziehungen zu Stakeholdern?*
  - *-> Inwiefern werden Partnerschaften mit anderen Institutionen und Organisationen gefördert?*
  - *-> Welche Kommunikationskanäle verwendet der Verband?*
- *Bedeutung des Verbandes und der Sportart*
  - *-> Inwiefern ist die Sportart in der Schweiz verbreitet?*
  - *-> Welche Bedeutung haben die Sportarten innerhalb und ausserhalb des Verbands?*
  - *-> Welcher Ruf haben Verband und Sportart?*
- *Zugang zur Sportart*
  - *-> Inwiefern stehen vielfältige Angebote zur Verfügung?*
  - *-> Inwiefern gelingt die Bindung der Sportlerinnen und Sportler an den Verband?*
  - *-> Welche Rolle spielt der ungebundene Sport?*
  - *-> Inwiefern ist ein hoher Aufwand nötig, um die Sportart auszuführen? (Zeitaufwand, Materialzugang, weitere Kosten)*

Mögliche Themen für die Umfeldentwicklung (Chancen und Gefahren)

- *Digitalisierung und Vernetzung*
  - *-> Welche digitalen Formen und technologische Innovation (für Datenanalyse, E-Learning, etc.) stehen zur Verfügung?*
  - *-> Welche Partschnerschaften, Kooperationen und Synergien können eingegangen oder genutzt werden?*
- *Professionalisierung und Ehrenamt*
  - *-> Welche Erwartungen und Anforderungen bestehen an Verband und Vereine?*
  - *-> Welchen Einfluss haben der steigende Aufwand, die Kommerzialisierung oder die Medialisierung?*
- *Individualisierung*
  - *-> Wie können neue Sportler*innen oder Mitglieder gewonnen und gebunden werden?*
  - *-> Können die Vereinsmitgliedschaftsformen oder Angebote weiterentwickelt werden (Personalisierung)?*
- *Sozialer und demografischer Wandel*
  - *-> Welchen Einfluss und welche Bedeutung haben Vielfalt, Diversität und Inklusion?*
  - *-> Wie wirken sich die gesteigerte Lebenserwartung oder die neuen Freizeitgewohnheiten aus?*
- *Einstellung zu Arbeit und Gesundheit*
  - *-> Inwiefern ergeben sich aus Remote Work und der höheren Erwartung nach Flexibilität Chancen oder Risiken?*
  - *-> Welchen Einfluss haben lebenslanges Lernen oder das Gesundheitsbewusstsein der Menschen?*
- *Umwelt und Nachhaltigkeit*
  - *-> Wie wirken sich Mobilität und Urbanisierung auf den Sport aus?*
  - *-> Welche Einfluss haben Sportinfrastruktur/-material sowie die klimatischen Veränderungen?*

3.2 Megatrend-Map

Megatrend-Map (www.zukunftsinstitut.ch)



3.3 Swiss Canoe

Beispiel: Swiss Canoe (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, Anhang)

SWOT-Matrix

***Chancen- Stärken ausbauen**: Aus welchen Stärken ergeben sich neun Chancen?*

Stärken	Chancen	
Know-how – Technische und organisatorische Kompetenz in der Sportart – Umfassendes Kurs- und Trainingsangebot schweizweit – Kurse mit tiefer Einstiegsschwelle (gegenüber professionellen Anbietern) – Angebote im Erwachsenensport – Konzept zur Jugendförderung – Möglichkeit für Abholung von interessierten Jugendlichen im Bereich von Ferienpass oder Ferienlager wie z.B. in Tenero – Diverse Wettkampfangebote – Diverse attraktive Angebote ohne Wettkampf Umwelt – Freier Zugang zu vielen Gewässern. – Diverse Infrastrukturen und Bootshäuser verteilt in der Deutsch- und Westschweiz – Sensibilität für Umweltthemen – Spezielles Erlebnis	Know-how – Fürs Paddeln braucht es ein Minimum an Know-how, um mit dem Sport zu starten Umwelt – Klimawandel (es wird wärmer) – Seit Corona Sehnsucht von Menschen sich in der Natur zu bewegen Gesellschaft – In den kommenden Jahren ist eine beschleunigte demographische Alterung der Bevölkerung zu erwarten. Die Zunahme der Lebenserwartung und der gegenwärtige Altersaufbau führen dazu, dass die Zahl der Personen im Ruhestandsalter ansteigt. Die Altersgruppe der «Jungsenioren» ist sportlich aktiv und interessiert, sich so lange wie möglich fit zu halten. – Entsprechend den Prognosen wird der relative Anteil der Kinder und Jugendlichen an der Bevölkerung leicht sinken. Wegen des Bevölkerungswachstums bleibt die absolute Zahl der Kinder und Jugendlichen indes weitgehend	Know-how – Kursangebot, um minimale Kompetenzen zu vermitteln. Schweizweit möglich. Crash-Kurs – Einsteigerangebote für Erwachsene – Paddelsport bietet ein sehr diverses Angebot. Dieses nutzten, damit jeder etwas findet. – Schweizweite Eventangebote für Jugendliche mit Wettkampfgedanken. →jugendliche binden, da sie dann auch ein Gemeinsamkeitsgedanken entwickeln. – 24/7/365 möglich. Keine Bindung an Infrastruktur oder Zeitliche/Saisonale Beschränkung. Paddelsport unterschwellig organisieren – Potenzial im Bereich der erhöhten Nachfrage von Fitnesssport: SMPC – Grosses Potenzial für Sport als Prävention: sitzend oder stehend. Umwelt – Zugänglichkeit in der ganzen Schweiz
– Abkühlung Werte – Gelebte Ethik-Charta des Schweizer Sports Gesellschaft – sehr starke ehrenamtliche Mitwirkung – Vielfältige Möglichkeiten, sich ehrenamtlich bzw. in der Freiwilligenarbeit zu engagieren – Diversifizierte Angebote (für jede etwas). à Lifetimesport – Offen Menschen mit verschiedenen Hintergründen und Voraussetzungen. – Grosse Gestaltungsfreiheit der Mitglieder und Vereine Organisation – Kurze direkte Wege innerhalb der Organisation – Keine kommerziellen Interessen – Offen für Neues	konstant. Eine Verdrängung des Kinder- und Jugendsports durch den Erwachsenen- oder Seniorensport ist nicht zu erwarten. – Für die Zukunft kann davon ausgegangen werden, dass sich der zu beobachtende Mitgliederanstieg bei den unter 14-Jährigen sowie bei den Mädchen und Frauen fortsetzt. – Die Altersstruktur der Migrationsbevölkerung wird sich – so die Prognosen – nicht in gleichem Masse verändern wie jene der Schweizer Bevölkerung. Es liegt im Interesse des Gemeinwesens, diese Bevölkerungsgruppe bereits in jüngeren Jahren an Sport- und Bewegungsaktivitäten teilhaben zu lassen. – Sport und Bewegung als präventive Elemente für einen gesunden Lebensstil und als begleitende Therapie chronischer Erkrankungen wird an Bedeutung gewinnen. – Generell ist eine weitere Ausdifferenzierung im Bereich des gesundheits- und fitness-orientierten Sports zu erwarten. Organisation – grosses Wachstum im Bereich SUP – Definition von Wettkämpfen als Breitensport, ich denke v. A. an Langstreckenrennen etc. – Nutzung der Vermietstationen unserer Swiss Canoe Partner, um den Verband sichtbarer zu machen	– Paddler sind empfänglich für Umweltthemen und sind von der Umwelt abhängig. – Paddeln kann ein aussergewöhnliches Erlebnis schaffen. Exklusivität ermöglichen. Werte – Vereine geben Personen, die vielleicht ausserhalb Schwierigkeiten haben eine Zugehörigkeit. Gesellschaft – Die einzelne Person kann bei etwas Engagement etwas bewirken → Selbstwirksamkeit – Grosse Gestaltungsfreiheit der Mitglieder → Selbstwirksamkeit – Diversifizierter Angebote für jedes Alter. Personen können über ihr ganzes Leben im Kanusport bleiben und sich trotzdem verändern. – Offenheit für Neues: wer sich Engagiert kann oft seine Projekte verfolgen. – Im Verband sind in den letzten Jahren neue Organisationen/Interessensvertretungen entstanden (FAKOs)

***Gefahren-Stärken absichern:** Welche Stärken minimieren Risiken?*

Stärken	Gefahren	
Know-how – Technische und organisatorische Kompetenz in der Sportart – Umfassendes Kurs- und Trainingsangebot schweizweit – Kurse mit tiefer Einstiegsschwelle (gegenüber professionellen Anbietern) – Angebote im Erwachsenensport – Konzept zur Jugendförderung – Möglichkeit für Abholung von interessierten Jugendlichen im Bereich von Ferienpass oder Ferienlager wie z.B. in Tenero – Diverse Wettkampfangebote – Diverse attraktive Angebote ohne Wettkampf Umwelt – Freier Zugang zu vielen Gewässern. – Diverse Infrastrukturen und Bootshäuser verteilt in der Deutsch- und Westschweiz – Sensibilität für Umweltthemen – Spezielles Erlebnis – Abkühlung Werte – Gelebte Ethik-Charta des Schweizer Sports Gesellschaft – sehr starke ehrenamtliche Mitwirkung	Know-how – Wissen wird zunehmend auch von Vereinen eingekauft Umwelt – Im Zuge der Globalisierung und der erhöhten räumlichen Mobilität wird die Mitgliedschaft der Vereine heterogener und Fluktuationen nehmen zu. Unterschiedliche Mit-gliedergruppen stellen z. T. widersprüchliche Erwartungen und Anforderungen an die Vereine. – Wasserverfügbarkeit verändert sich durch die inkonstanteren Schneemengen im Winter. Werte Gesellschaft – In jüngerer Vergangenheit nimmt die Konsumhaltung der Mitglieder zu, während das Zusammenhörigkeitsgefühl tendenziell abnimmt. – Die «Zapper-Mentalität» (vor allem bei der jüngeren Generation) und der Konkurrenzdruck professioneller Anbieter erschweren den Vereinen längerfristige Mitgliederbindungen. – Verbände und Vereine werden mit geänderten und wachsenden Erwartungen und An-forderungen von Mitgliedern, staatlichen Stellen und der Öffentlichkeit konfrontiert, die den zeitlichen Aufwand erhöhen und neue Anforderungen an die Qualifikation der Mitarbeiter stellen.	Know-how – Ehrenamtliches Know-how (z.B. Wildwasser Kenntnisse) wird zunehmend eingekauft. – Vereine sind weniger bereit in den Nachwuchs (jeglichen Alters) zu investieren. Nutzung der Erwachsenen Quereinsteiger Umwelt – Der freie Zugang zu Gewässern wird durch die veränderte Wasserverfügbarkeit und Reglementarien sowie Stauprojekte eingeschränkt. Gesellschaft – Zunehmendes Angebot führt zu Sportartenhopping. Grosses Anfangsinvestment des Paddelsports wird nicht zurückgegeben. Hopping innerhalb des Paddelsports fördern. – Durch das abnehmende Zusammengehörigkeitsgefühl nimmt die ehrenamtliche Mitwirkung ab. Selbstbestimmung fördert die ehrenamtliche Mitwirkung. – Bereitschaft zu Investieren (zeitlich oder finanziell aufgrund von Ideologie) nimmt ab. Professionalisierung von Bereichen auf Vereinsebene
– Vielfältige Möglichkeiten, sich ehrenamtlich bzw. in der Freiwilligenarbeit zu engagieren – Diversifizierte Angebote (für jede etwas). à Lifetimesport – Offen Menschen mit verschiedenen Hintergründen und Voraussetzungen. – Grosse Gestaltungsfreiheit der Mitglieder und Vereine Organisation – Kurze direkte Wege innerhalb der Organisation – Keine kommerziellen Interessen – Offen für Neues	– Bei der Wertschätzung einer Leistung wird ehrenamtliches Engagement zunehmend weniger estimiert. Fachliche Kompetenz, Qualität, Flexibilität und Innovationsgeist des Anbieters haben Vorrang. «Kunden» sind durchaus bereit, für ein professionelles Angebot mehr zu bezahlen (Beispiel Fitnesscenter). – weniger "Verpflichtung" gewünscht —> Personen wollen Sport betreiben ohne einen Verein/Verband anzugehören, Individualismus	

Chancen-Schwächen Aufholen: *Welche Schwächen müssen eliminiert werden, um neue Chancen nutzen zu können?*

Schwächen	Chancen	
Know-how – Mangel an ausgebildeten Leiterinnen und Leitern, die sich fix verpflichten ein Training zu übernehmen. – Mangel an ausgebildeten Leiterinnen und Leiter, die die Nachwuchsabteilung leiten. – Praktisch keine Angebote für Wiedereinsteiger:innen und Senioren:innen – Teils homogene, geschlossene Gruppen in den Vereinen, welche die Integration neuer Mitglieder erschweren. – Hohe Einstiegsschwelle, weil teureres Material – Extern wird die Einstiegshürde als hoch angesehen, da nicht bekannt ist, dass Vereine Material lange zur Verfügung stellen. – Umwelt – Wenig wichtig im nationalen Umfeld (Einsprachen etc.) Gesellschaft – Sinkende Bereitschaft für ehrenamtliches Engagement. – Auf viele Ehrenamtliche Mitarbeitende angewiesen Organisation – Kritische Haltung seitens der Breitensportmitglieder, die keinen Wettkampf betreiben, gegenüber dem Verband.	Know-how – Fürs Paddeln braucht es ein Minimum an Know-how, um mit dem Sport zu starten Umwelt – Klimawandel (es wird wärmer) – Seit Corona Sehnsucht von Menschen sich in der Natur zu bewegen Gesellschaft – In den kommenden Jahren ist eine beschleunigte demographische Alterung der Bevölkerung zu erwarten. Die Zunahme der Lebenserwartung und der gegenwärtige Altersaufbau führen dazu, dass die Zahl der Personen im Ruhestandsalter ansteigt. Die Altersgruppe der «Jungsenioren» ist sportlich aktiv und interessiert, sich so lange wie möglich fit zu halten. – Entsprechend den Prognosen wird der relative Anteil der Kinder und Jugendlichen an der Bevölkerung leicht sinken. Wegen des Bevölkerungswachstums bleibt die absolute Zahl der Kinder und Jugendlichen indes weitgehend konstant. Eine Verdrängung des Kinder- und Jugendsports durch den Erwachsenen- oder Seniorensport ist nicht zu erwarten.	Know-how – Für neue Paddlerinnen ist externe Know-how Vermittlung essenziell. Es braucht Leiter. – Mit dem demographischen Wandel werden zunehmend ältere Personen anfangen zu paddeln. Diese könnten vermehrt auch Funktionärsfunktionen übernehmen. Umwelt – Durch den Klimawandel steigt auch der Druk auf die Gewässer. Die Gewässernutzung ist nicht mehr selbstverständlich. Die Wichtigkeit dieser Verbandsarbeit wird bewusster. – Durch mehr Schweizer wird gibt es mehr Interessenskonflikte mit Wassernutzern eine Interessensvertretung wird wichtiger Gesellschaft – Die Bereitschaft sich Ehrenamtlich zu engagieren sinkt. Durch Einsteiger im Erwachsenenalter kommen Paddlerinnen hinzu, die aufgrund der Abgeschlossenen Karriere und Familienplanung wieder mehr Freizeit haben. – Andere Aspekte des Sports (Erholung, Regeneration, Prävention) gewinnen an Gewicht, daher können neue Mitgliedertypen erschlossen werden.
– Mitglieder sehen sich nicht als Teil des Verbands. – Nutzen des Verbands wird von wettkampflosen Breitensportler nicht erkannt. – Spezialisierung der Vereine mit teilweise eingeschliffenen, wenig innovativen Angeboten – Vereine mit rückläufigen Mitgliederzahlen (... seit Jahren) – Teilweise überalterte Vereine ohne Nachwuchsabteilung oder Strategie – Beschränkte finanzielle Mittel, die vorwiegend im Leistungssport investiert werden – Verband ist ein Leistungssportverband aus Sicht der Wettkampffremden Mitglieder – Mangelnde Vertretung und Engagement durch wettkampffremde Breitensportler in leitenden Verbandsgremien.	– Für die Zukunft kann davon ausgegangen werden, dass sich der zu beobachtende Mitgliederanstieg bei den unter 14-Jährigen sowie bei den Mädchen und Frauen fortsetzt. – Die Altersstruktur der Migrationsbevölkerung wird sich – so die Prognosen – nicht in gleichem Masse verändern wie jene der Schweizer Bevölkerung. Es liegt im Interesse des Gemeinwesens, diese Bevölkerungsgruppe bereits in jüngeren Jahren an Sport- und Bewegungsaktivitäten teilhaben zu lassen. – Sport und Bewegung als präventive Elemente für einen gesunden Lebensstil und als begleitende Therapie chronischer Erkrankungen wird an Bedeutung gewinnen. – Generell ist eine weitere Ausdifferenzierung im Bereich des gesundheits- und fitness-orientierten Sports zu erwarten. Organisation – grosses Wachstum im Bereich SUP – Definition von Wettkämpfen als Breitensport, ich denke v. A. an Langstreckenrennen etc. – Nutzung der Vermietstationen unserer Swiss Canoe Partner, um den Verband sichtbarer zu machen	

Gefahren-Schwächen vermeiden: *Mit welcher Verteidigung werden Schwächen nicht zu Risiken?*

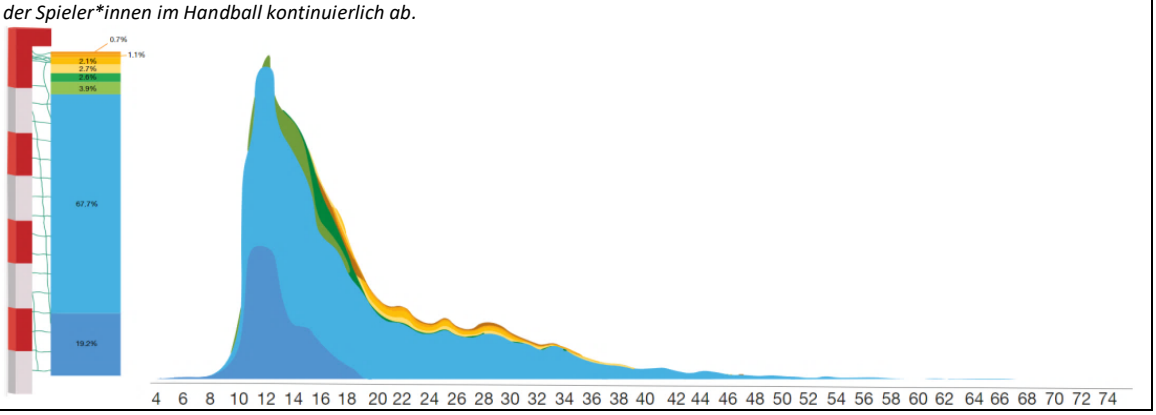
Schwächen	Gefahren	
Know-how – Mangel an ausgebildeten Leiterinnen und Leitern, die sich fix verpflichten ein Training zu übernehmen. – Mangel an ausgebildeten Leiterinnen und Leiter, die die Nachwuchsabteilung leiten. – Praktisch keine Angebote für Wiedereinsteiger:innen und Senioren:innen – Teils homogene, geschlossene Gruppen in den Vereinen, welche die Integration neuer Mitglieder erschweren. – Hohe Einstiegsschwelle, weil teureres Material – Extern wird die Einstiegshürde als hoch angesehen, da nicht bekannt ist, dass Vereine Material lange zur Verfügung stellen. Umwelt – Wenig wichtig im nationalen Umfeld (Einsprachen etc.) Gesellschaft – Sinkende Bereitschaft für ehrenamtliches Engagement. – Auf viele Ehrenamtliche Mitarbeitende angewiesen Organisation – Kritische Haltung seitens der Breitensportmitglieder, die keinen Wettkampf betreiben, gegenüber dem Verband. – Mitglieder sehen sich nicht als Teil des Verbands.	Know-how – Wissen wird zunehmend auch von Vereinen eingekauft Umwelt – Im Zuge der Globalisierung und der erhöhten räumlichen Mobilität wird die Mitgliedschaft der Vereine heterogener und Fluktuationen nehmen zu. Unterschiedliche Mit-gliedergruppen stellen z. T. widersprüchliche Erwartungen und Anforderungen an die Vereine. – Wasserverfügbarkeit verändert sich durch die inkonstanteren Schneemengen im Winter. Gesellschaft – In jüngerer Vergangenheit nimmt die Konsumhaltung der Mitglieder zu, während das Zusammenhörigkeitsgefühl tendenziell abnimmt. – Die «Zapper-Mentalität» (vor allem bei der jüngeren Generation) und der Konkurrenzdruck professioneller Anbieter erschweren den Vereinen längerfristige Mitgliederbindungen. – Verbände und Vereine werden mit geänderten und wachsenden Erwartungen und An-forderungen von Mitgliedern, staatlichen Stellen und der Öffentlichkeit konfrontiert, die den zeitlichen Aufwand erhöhen und neue Anforderungen an die Qualifikation der Mitarbeiter stellen.	Know-how – Es braucht mehr Leiterinnen, damit das wisse nicht eingekauft werden muss. Umwelt – Durch Materialsharing / Clubmaterial kann das Material erschwinglicher gemacht werden und umweltverträglicher, da nicht alle ein Boot brauchen. – Es muss vermehrt in das Monitoring investiert werden, damit Bauprojekte / Fahrverbote etc. frühzeitig verhindert/angepasst werden können. Gesellschaft – Integration von Vereins- Verbandsfremden Paddlern ist schwierig. Gepaddelt werden kann auch individuell. Die Arbeit des Verbandes muss besser aufgezeigt werden. Dieser Paddler:innengruppe bewusster gemacht werden. – Mehr Quereinsteiger und Personen, die nicht im System aufgewachsen sind und somit nur ihren Teil der Organisation sehen sind dadurch kritischer/weniger offen sind. Es muss besser kommuniziert werden. – Individualisierung der Gesellschaft führt dazu, dass der Nutzen des Verbands angezweifelt wird. – Einstiegshürde und die Zugänglichkeit für den Paddelsport muss gesenkt werden.
– Nutzen des Verbands wird von wettkampflosen Breitensportler nicht erkannt. – Spezialisierung der Vereine mit teilweise eingeschliffenen, wenig innovativen Angeboten – Vereine mit rückläufigen Mitgliederzahlen (... seit Jahren) – Teilweise überalterte Vereine ohne Nachwuchsabteilung oder Strategie – Beschränkte finanzielle Mittel, die vorwiegend im Leistungssport investiert werden – Verband ist ein Leistungssportverband aus Sicht der Wettkampffremden Mitglieder – Mangelnde Vertretung und Engagement durch wettkampffremde Breitensportler in leitenden Verbandsgremien.	– Bei der Wertschätzung einer Leistung wird ehrenamtliches Engagement zunehmend weniger estimiert. Fachliche Kompetenz, Qualität, Flexibilität und Innovationsgeist des Anbieters haben Vorrang. «Kunden» sind durchaus bereit, für ein professionelles Angebot mehr zu bezahlen (Beispiel Fitnesscenter). – weniger "Verpflichtung" gewünscht —> Personen wollen Sport betreiben ohne einen Verein/Verband anzugehören, Individualismus	– Der Paddelsport soll vielseitig präsentiert werden, so können die Zapper innerhalb des Paddelsports zappen und bleiben dem Sport erhalten. Organisation – Die Arbeit des Verbandes und deren Nutzen muss zunehmend kommuniziert und sichtbar gemacht werden. – Die Vereine müssen mit Know-how unterstützt und beraten werden, damit sie sich weiterentwickeln und die Mitgliederzahlen auch langfristig halten können und nicht überaltern. – Vereins- und Verbandsarbeiten müssen überschaubarer sein. Damit ehrenamtliche Mitarbeitende gefunden werden können und sie ihr Engagement zeitlich abschätzen können. – Ehrenamtliche und professionelle Mitarbeitende brauchen ein Kompetenz- und Pflichtenheft, damit sie wissen, was von ihnen verlangt wird und Mitglieder wissen, was der Verband macht.

3.4 Schweizerischer Handball-Verband

Beispiel: Schweizerischer Handball-Verband (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 41)

IST-Situation Aktivitäten aller Handballer*innen nach FTEM-Modell

*Diese Grafik zeigt die Anzahl der Handballer*innen nach Alter, wie sie sich prozentual nach dem FTEM-Modell bewegen. So sieht man den Einstieg in den Handballsport mit F2 über F3. Ambitionierte Handballer*innen bewegen sich dann ab ca. dem 10-11 Altersjahr in der Stufe T1, anschliessend in der Stufe T2. Ambitionierte Handballer*innen sind von ca. 16 Jahren bis max. 40 Jahren im Bereich T3-T4 bzw. E1-E2 unterwegs. Grundsätzlich kann diese Statistik auch anders interpretiert werden. Der Einstieg in die Spielsportart Handball erfolgt im Alter zwischen 8 und 14 Jahren. Auf der anderen Seite verliert die Spielsportart Handball bereits im Alter von 13 Jahren die ersten Spieler*innen. Die Ausstiegswelle im Nachwuchsbereich liegt im Alter von 15 bis 20 Jahren. Anschliessend bleibt die Anzahl Handball*innen bis zum Alter von ca. 29/30 Jahren einigermassen stabil. Danach nimmt die Anzahl der Spieler*innen im Handball kontinuierlich ab.*



3.5 Schweizerischer Judo & Ju-Jitsu Verband

Beispiel: Schweizer Judo & Ju-Jitsu Verband (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 11-22)

IST-Situation im Breitensport

Für die Analyse der aktuellen Dienstleistungen und der kritischen Würdigung der aktuellen Breitensporttätigkeiten und Visionen wurde eine Befragung der Kantonalverbände durchgeführt. Fünf der 13 Kantonalverbände haben sich dazu geäussert (ca. 39%). In einem ersten Teil wurden sie zu den Visionen des Verbandes abgeholt. In einem zweiten Teil konnten sie sich zu den aktuellen Massnahmen äussern bzgl. Erfolg und Zielerreichung. In einem letzten Teil wurden sie nach Massnahmen in den Regionen befragt. Alle Antworten wurden analysiert und ausgewertet. Im Folgenden werden Ausschnitte aus der Analyse dargestellt. Zudem wurde die Studie Sportvereine in der Schweiz für die Analyse berücksichtigt. (Darauffolgend: zahlreiche Grafiken und Analysen)

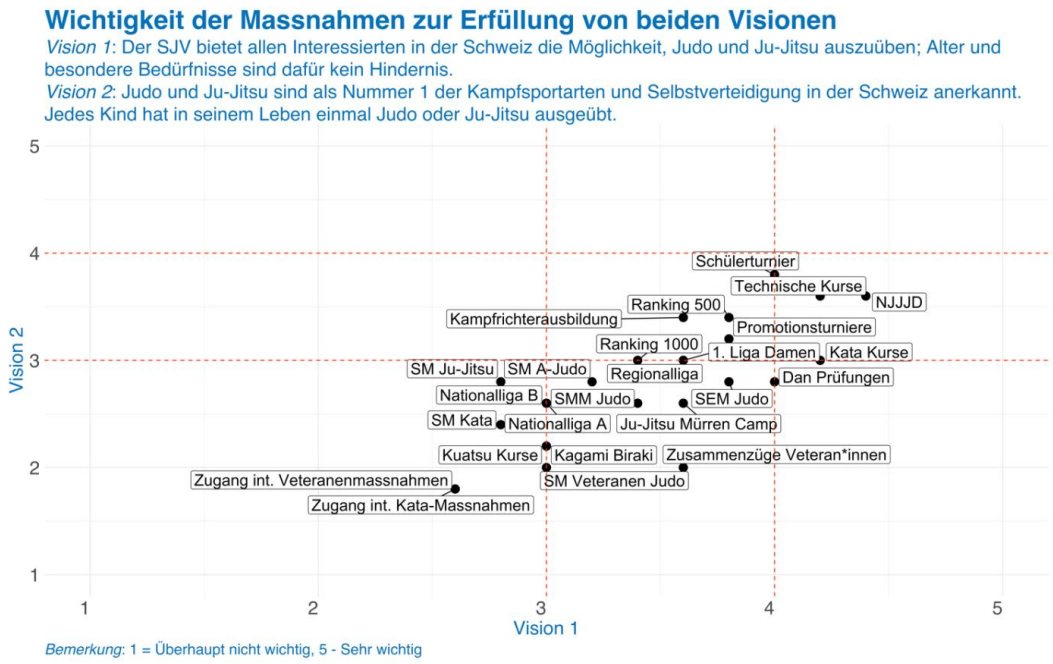


Abbildung 3: Einschätzung der Kantonalverbände zu der Wichtigkeit der Massnahmen für die Erfüllung der Verbandsvisionen. Umfrage Breitensport 2024 (Kuger, Landaïs)

(und weiere Grafiken)

3.6 Schweizerischer Alpen-Club SAC

Beispiel: Schweizerischer Alpen-Club SAC (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 21-25)

Tabelle 7: Angebote Jugend

Aktivität/Dienstleistung	AJ	Gesetzte Ziele	F-Phase/ Zielgruppe	Zielerreichung/Erkenntnisse	Optimierung?	Partner
Gecko Trophy	1	- Kinder für den Klettersport begeistern - Klettern spielerisch erlernen - Solide Grundlage für Leistungssport legen	F2-F3	- Systematisch aufgebaut - inhaltlich umfangreich und vollständig - Abzeichen sind beliebt	- Zielgruppenorientierte Aufbereitung der Inhalte - Einfachere Auswahl der Übungen	- Kletterhallen
Jugendfond	2	- JO stärken durch projektbezogene finanzielle Unterstützung - Aktivitäten gemäss unserer Vision und Werten fördern	F1-T1	- Gutes Werkzeug, um finanzielle Lücken bei Projekten aus den Sektionen zu schliessen - Wertschätzung durch Unterstützung des Verbands	- Kriterien präzisieren - Bekanntheit bei den Funktionären abhängig vom Fonds Budget erhöhen	-
climbing@school	3	- Kinder den ersten Kontakt mit dem Sport ermöglichen - Den SAC kennen	F2	- beliebtes Angebot - Wirkungskontrolle schwierig	- Französischsprachige Schweiz nicht abgedeckt	- Lehrpersonen
Co-Leiterkurs	4	- Jugendliche an eine Leitertätigkeit heranführen - Teilnehmende für die Leitertätigkeit gewinnen	F2, F3	- Wirkungsvolles und beliebtes Angebot - kommunikative Massnahmen greifen zum bekannt machen	- Winter Disziplinen integrieren	- Bergführer*innen (Kursleitung)
Work&Climb	5	- Identifikation mit SAC-Hütten - Arbeitskräfte für Hütten - Niederschwelliger Zugang Bergsport bieten	F2	- Keine Verbindung zu den Sektionen vorhanden	- Verknüpfung mit den Sektionen ermöglichen - Anschlusslösungen in Sektionen aufzeigen	- Hütten
AlpenLernen	6	- Kinder für die Natur sensibilisieren - Niederschwelliger Zugang Bergsport bieten	F1-F2	- Grosses Interesse der SAC-Hütten - Viele Wiederkehrende Schulen -	- Verknüpfung mit den Sektionen ermöglichen - Französischsprachige Angebote untervertreten - Individuelle Betreuung der Schulen aufwändig	- Hütten - Lehrpersonen - Schulen - Bergführer*in
J+S Ausbildung	7	- Leitende ausbilden für Sektionsaktivitäten.	F2-T1	- Hohe Akzeptanz und Qualität -	- Zusammenarbeit mit BASPO stärken - Lobbying für Rahmenbedingungen Bergsport	- BASPO/ Kant. Sportämter
Jugendregionaltagung	8	- Vernetzung der Sektionen - Unterstützung der Sektionsarbeiten durch Geschäftsstelle	F3	- Etabliert und bei den Funktionären bekannt	- Möglichst alle Jugendverantwortliche erreichen - Verschieden Formate beibehalten und ausbauen, um alle zu erreichen	-
Webinare	9	- Kontakt mit Sektionsvertretern herstellen und pflegen	F2-F3	- Kleine Reichweite	- Persönlicher Mehrwert für die Teilnehmenden schaffen	-
Sektion JO Anlässe	21	- Nicht bekannt	F2-F3	- Nicht bekannt	- Nicht bekannt	-
Sektion Kinderbergsteigen	22	- Nicht bekannt	F2/F2	- Nicht bekannt	- Nicht bekannt	-
Sektion Familienbergsteigen	23	- Nicht bekannt	F2/F2	- Nicht bekannt	- Nicht bekannt	-
Sektionsinterne Trainingsgruppen	24	- Nicht bekannt	F3	- Nicht bekannt	- Nicht bekannt	-
Bergsportanlässe Vereine	31	- Nicht bekannt	-	- Nicht bekannt	- Nicht bekannt	-
Bergsportanlässe Private	32	- Nicht bekannt	-	- Nicht bekannt	- Nicht bekannt	-
Erlebnispädagogische Angebote	33	- Nicht bekannt	-	- Nicht bekannt	- Nicht bekannt	-
Ferienestinationen	34	- Nicht bekannt	-	- Nicht bekannt	- Nicht bekannt	-
Schulische Angebote	35	- Nicht bekannt	-	- Nicht bekannt	- Nicht bekannt	-
Testing Day	40	- Kaderselektion	F3-T3	- Faire Verteilung der Talentcards gemäss PISTE - Sehr gutes Werkzeug Talente früh zu erkennen und in die Fördergefässe zu integrieren - Guter Verbund mit Regionalzentren/Trainingsgruppen, keine Verbindung mit Sektionen	- Lokale Testing Days mit Verknüpfung mit den Sektionen - Aktualisierung der Testbatterie	- Regionalzentren - Trainingsgruppen - Kletterhallen

Tabelle 8: Angebote Erwachsene

Aktivität/Dienstleistung	AE	Gesetzte Ziele	F-Phase/ Zielgruppe	Zielerreichung/Erkenntnisse	Optimierung?	Partner
Publikationen Ausbildung (Bücher, Merkblätter, etc.)	1	- Image als Bergsport Kompetenzinstitution - Eigenverantwortlicher Bergsport fördern - Lernen fördern - Konsens über Bergsport Standards etablieren	F1-F3	- Gute Qualität - schweizweit etabliert/Standard/Lehrmeinung -	- Digitalisierung der Inhalte - Aufbereitung in «Learning Nuggets» - Inhalte für zeit- und ortsunabhängig Lernen weiterentwickeln	- SLF - SBV - VSBK - NFS - BASPO
@Publikation Zeitschrift (bergundsteigen)	2	- Image als Bergsport Kompetenzinstitution - Internationale Wirkung	F3	- Top Qualität - Inhalte auf Spezialisten (F3) eingeschränkt	- Regelmässiger eigene Artikel publizieren – Präsenz SAC erhöhen Aktiver Einfluss auf Inhalte nehmen	- OEAV - DAV AVS
Schnupperkurse	3	- Niederschwelliger Zugang zu Bergsport bieten - Mitglieder gewinnen	F2	- beliebtes Angebot hohe Zielerreichung - Aufwändiges Produkt	- Auf andere Disziplinen ausbauen - Anschlussangebote aufzeigen (cross selling)	- Bergprofis - Detailhandel
Basisausbildung	4	- Eigenverantwortlicher Bergsport auf jedem Niveau fördern - Mitglieder für Sektionstouren fit machen	F2	- Solide Grundausbildung - Bezeichnungen der Angebote für Kunden nicht eindeutig -	- Ausbildungslandschaft bereinigen - Lernwege aufzeigen Mit neuen Lernmedien und -methoden ergänzen	- Bergprofis
Anwendungstouren	5	- Eigenverantwortlicher Bergsport fördern - Niederschwelliges Lernen - Lernen und «Ferien» verbinden - Sektionen entlasten	F2	- Schwierige Lancierung (geführte Touren) - Wird als Konkurrenzprodukt zu den Alpinschulen/Bergprofis wahrgenommen - Passt bedingt zum SAC-Image	- Positionierung weiter schärfen - Angebot auf andere Disziplinen ausbauen	- Bergprofis
Leiterausbildung	6	- Ehrenamtliche Sektionstouren (Kerntätigkeit) ermöglichen - Kompetenz «Führen am Berg» aufbauen - Hohe Qualität (Inhalt und Wirksamkeit)	F3	- Hohe Akzeptanz und Qualität - Attraktive Subventionierung für TN und Sektionen - Druck auf Ehrenamtlichkeit	- Subventionierung überdenken TL Reglement überarbeiten (Rahmenbedingungen) - Modularisierung prüfen und wo zielführend umsetzen Neue Lernmedien und -formen integrieren (zeitliche und finanzielle Entlastung)	- Bergprofis
Leiterfortbildung	7	- Ehrenamtliche Sektionstouren ermöglichen - Kompetenz «Führen am Berg» festigen und weiterentwickeln - Hohe Qualität (Inhalt und Wirksamkeit)	F3	- Bunter Blumenstrauss an Angeboten - Angebot organisch gewachsen	- Subventionierung klären Fokus setzen - Neue Lernmedien und -formen integrieren (zeitliche und finanzielle Entlastung)	- PluSport - Bergprofis
Webinare	8	- Orts und zeitunabhängiges Lernen - Niederschwelliges Lernen ermöglichen -	F2-F3	- Erste Erfahrungen gemacht	- Systematischer einsetzen - Lernen und Einsatz ausweiten	- Swisstopo
Tagungen Tourenchef:in	9	- Wertschätzung und Unterstützung der ehrenamtlichen Funktionäre - Vernetzung und Austausch (best practice) - Gemeinsam Themen diskutieren und entwickeln	F3	- Methodisch neugestaltet - TC werden zum Teil schlecht erreicht	- Interaktion (verschiedene Kanäle) mit TC weiter verbessern	-
APP, Tourenportal	10	- Erleichterung Zugang - Unterstützung Tourenplanung - Riskmanagement, eigenverantwortlicher Bergsport	F2-F3	- Reichweite vergrössert - Gute inhaltliche Qualität - Keine vollständige Abdeckung der Bergsport Disziplinen - Funktionalität mangelhaft	- Gleiche Funktionalität APP und Tourenportal - Ausweitung auf alle Bergsport Disziplinen - Offline-Funktionalität verbessern - Ausweitung Funktionalität	- Sktourenguru
Bergnotfallstatistik	11	- Sensibilisierung - Eigenverantwortlicher Bergsport	F2-F3	- Institutionalisiert - Gute Qualität - Mehrwert beschränkt	- Verknüpfung mit Ausbildung verstärken - Zielpublikum in Kommunikation erweitern	- Fachgruppe SIB (Sicherheit im Bergsport)
Kommunikationen - Social Media - Website - «Die Alpen» - Medien - Präventions Kampagnen	12	- Sensibiliserung und Prävention Bergsport - Förderung eigenverantwortlicher Bergsport - Gewinnen von Neu-Mitgliedschaften	F1-F3	- Attraktive Stories stehen vielfach noch im Fokus – Wirkung bei Zielgruppen sekundär - Themenfokussiert - Cross-mediales Denken noch in Kinderschuhen - Zielgruppen werden unterschiedlich gut erreicht	- Bessere Ausrichtung/Fokus auf Zielgruppen und Wirkung - Verknüpfung Strategie zu Kommunikation - Aus Perspektive der Anspruchsgruppen denken	-
Inklusive Ausbildung	13	- Eigenverantwortlicher Bergsport für alle	F3	- Im Aufbau	- Vergrösserung Angebot	- PluSport
Sektionsanlässe und -Touren Z.T. auch inklusive Angebote	21	- Zufriedene Mitglieder - Zusammengehörigkeit stärken - Grundzweck Bergsportverband	F1-F3	- Unterschiedliche Zielerreichung, grösstenteils positiv	- Nicht bekannt	-
Sektionsinterne Leiterweiterbildung	22	- Unfallfreie Anlässe - Lebenslanger Bergsport - Stärken/wertschätzen Ehrenamt	F3	- Unterschiedliche Zielerreichung, grösstenteils positiv	- Nicht bekannt	-
Ausbildungsangebote (ext.)	31	- Unterschiedlich (non profit wie auch gewinnorientiert) - Z.T. deckungsgleich SAC	F2-F3	- Schwierig zu beurteilen - Alpinschulen beziehen sich z.T. auf das Angebot SAC	- Nicht bekannt	- Alpinschulen - SBV - Tourismusdestinationen - UniSport

Kids Climbing Cup	41	- Wettkämpfe/Challenges für U7, U9, U11	F3-T1	- 10-13 Wettkämpfe pro Jahr in der ganzen Schweiz - 50-100 Teilnehmende pro Austragung - Spass und Klettern in der Peergruppe ist im Vordergrund - Grosses Interesse der Hallen als Event für ihre Kindergruppen	- Bessere Verbindung mit den lokalen Sektionen - Als Plattform Zentralverband-Sektionen-Kletterhallen nutzen	- Kletterhallen
Youth Climbing Cup	42	- Wettkämpfe für U13, U15, U17	T3/T4	- Sehr grosses Interesse - Bis zu 200 Teilnehmer pro Event (Quoten ab 2026) - Gefäss für Scouting Nationalmannschaft und internationale Starts	- Bessere Vernetzung mit den lokalen Sektionen für die personelle Unterstützung der Events - Motivation der Sektionen eigene Athletinnen und Athleten zu fördern	- Kletterhallen
Regionale Wettkämpfe	43	- Unterschiedliche Zielgruppen und Formate	F3	- Sichtung und Vorselektion für die nationalen Wettkämpfe (Swiss Cups)	- Bessere Verankerung im nationalen Wettkampfsystem - Flächendeckende Verteilung in der Schweiz	- Regionalzentren - Kletterhallen
Regionalzentrum Bergsteigen	44	- Förderung des klassischen Bergsteigens auf anspruchsvollem Niveau	T1/ T2	- Zusammenzüge von motivierten und talentierten Jugendlichen - Sichtungspool und Vorbereitung auf das Expeditionskader	- Regional sehr unterschiedlich verankert - Ausbildung und Zielsetzungen nicht überregional strukturiert	- Sektionen
Exped Team	45	- Gefäss für leistungsorlentiertes Bergsteigen	T3, T4	- Nutzung Marketing für Bergsport im SAC (Botschafter) - Ausbildung zu Expeditionsbergsteiger - Fördergefäss für zukünftige Spitzenalpinisten	- Bessere Verankerung im Leistungssport - Leuchtturm Projekt für ambitionierte Bergsteiger	- Regionalzentren - Sektionen
Youth Skimo Cup	46	- Wettkämpfe für U16, U18 und U20	T1-3	- 5-10 Wettkämpfe pro Jahr in der ganzen Schweiz - 25-100 Teilnehmende pro Austragung - Altersklassen und Technikwertung - Patrouille des Jeunes (300 Tn)	- Bessere Vernetzung mit den lokalen Sektionen für die personelle Unterstützung der Events - Motivation der Sektionen eigene Athletinnen und Athleten zu fördern	- Regionalzentren - Bergbahnen
Weitere Skitourenrennen	47	- Abdeckung des Wettkampfbreitensports	F3-E1	- Volksläufe von lokalen Organisationen - Animierung zum Wettkampf - Vorbereitung für die Patrouille de Glaciers	- Überführung in die Swiss Cups - Talenterkennung und Selektion	- Locale Organisatoren - Bergbahnen

(und weitere Tabellen)

4 Beispiele: FTEM (Schlüsselbereich Foundation)

4.1 Erklärvideo (Swiss Olympic)

Erklärvideo «Foundation Landschaft»

Auf der Website von Swiss Olympic: Link
Michele Carere und Nikolai Suhr (Juni 2025)

4.2 Swiss Volley

Beispiel: Swiss Volley (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 12)

Übergang: Phase F3 auf Phase T1
Der Übergang in die Phase T1 erfolgt durch die Identifikation als Talent an einer regionalen Talentsichtung (Link) und dem Eintritt in den Swiss Volley Talentpool (Link). Die Teilnahme an der regionalen Talentsichtung ist altersunabhängig und kann wiederholt werden.

4.3 Schweizer Judo & Ju-Jitsu Verband

Beispiel: Schweizer Judo & Ju-Jitsu Verband (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 10)

Verbindung zum Leistungssport (F3 – T1)
Der Übergang vom Bereich Foundation in den Bereich Talent findet mit der Vergabe einer Swiss Olympic Talent Card Regional oder höher statt. Dazu führen die Kantonalkader (U15) des SJV und der SJV selbst (U18/ U21) jährliche Talentselektionen mit Hilfe der PISTE durch. Das Konzept Kantonalkader (Link), das Förderkonzept (Link) und die PISTE-Konzepte (U15, U18/ U21) (Links) beschreiben den Selektionsprozess und damit den Übergang von F3 zu T1.

4.4 Swiss Badminton

Beispiel: Swiss Badminton (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 7-8)

Was ist der Breitensport?
Der Breitensport in der Badmintonschweiz beinhaltet alles, was sich ausserhalb des Athletenwegs von Swiss Badminton befindet. Dieser wird grundsätzlich durch die Bereiche Talent, Elite & Mastery definiert. In diesen Bereichen fördert Swiss Badminton den Leistungssport in Zusammenarbeit mit den regionalen Leistungszentren ab dem Bereich T1 Talente bis hin zu E2 oder gar M. Dies bedeutet, dass das einzige Ausschlusskriterium aus dem Breitensport die Inanspruchnahme von Leistungen des Verbandes innerhalb des Athletenwegs ist. Der Breitensport und somit auch das Breitensportkonzept Badminton, bildet somit den gesamten Bereich Foundation ab, man könnte auch von einem «Foundationkonzept» sprechen.

Welche Kategorien umfasst der Breitensport?
Wie zuvor geklärt, umfasst der Breitensport den gesamten sportartspezifischen FTEM-Bereich Foundation (F2/F3) und damit verbunden auch die Kompass-Kategorien Foundation, Development, Fun & Ambition (siehe Abb. 2). Speziell zu erwähnen sind die Kategorien Foundation & Development, welche sich zwar auf dem Athletenweg befinden, aber aufgrund der Abwesenheit von übergeordneten, verbandsorganisierten und leistungssportorientierten Fördermassnahmen dem Breitensport zuordnen lassen. Eine Sonderrolle spielt die Kategorie «Performance», in welcher starke, erwachsene Spieler:innen (nationale Spitze) eingeordnet werden, welche nicht (oder nicht mehr) auf dem Athletenweg von Swiss Badminton sind. Aus rein sportlicher Sicht könnte man diese Kategorie dem Leistungssport zuordnen, aufgrund der Definition des Breitensports (keine Inanspruchnahme von Leistungen auf dem Athlet:innenweg) gehört diese Kategorie verständnismässig aber zum Breitensport (siehe Abb. 3). Sie ist somit eine «Transition Zone» und weist sowohl Leistungs- wie auch Breitensportaspekte auf. Grundsätzlich gehört sie aus den erwähnten Gründen aber zum Bereich F3 und somit zum Breitensport. Die Grafik zeigt auf, wie gross und divers der Breitensport in der Badmintonschweiz ist. Von fünfjährigen Anfänger:innen, über ehemalige Nationalkaderathlet:innen in der höchsten Liga bis hin zu Senioren und Freizeitsportlern in Centern (Kategorie Fun). Sie alle gehören dazu und bilden das Konstrukt «Breitensport Badminton» in der Schweiz und sind somit wichtige Anspruchsgruppen des Verbandes.

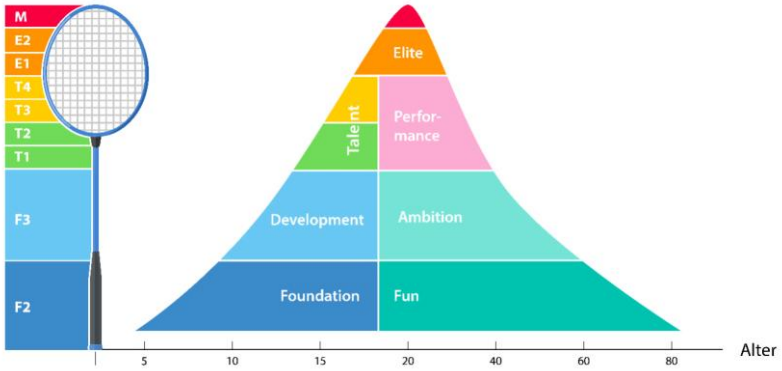
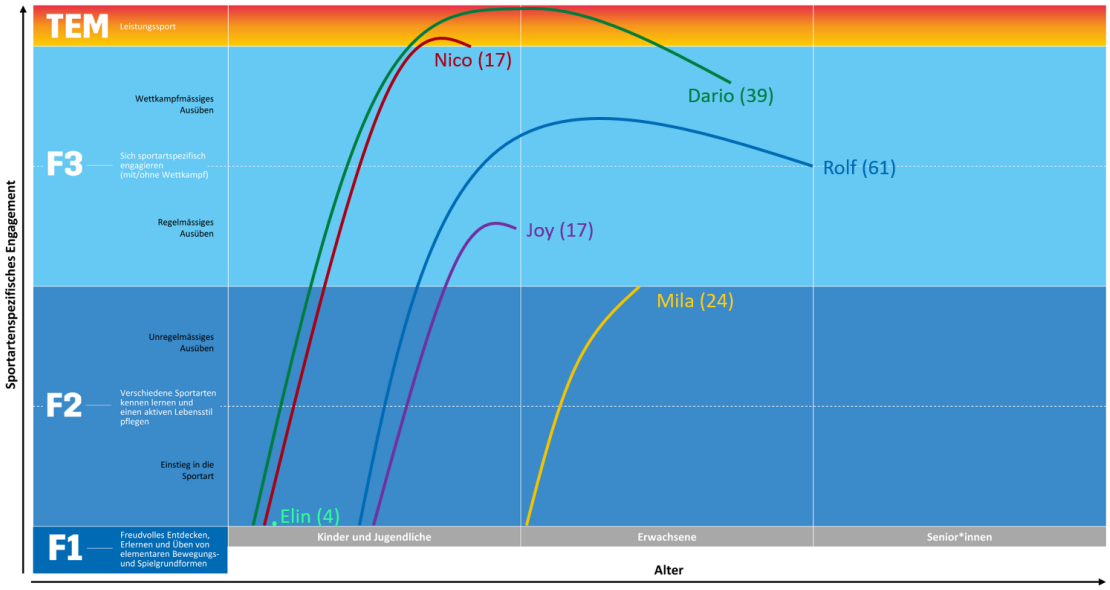


Abbildung 3: Breitensport Badminton in der Schweiz (F1-F3 inkl. Kategorie Performance)

4.5 Sportler*innen-Wege (Erklärvideo)

Beispiel: Erklärvideo Foundation (Link)

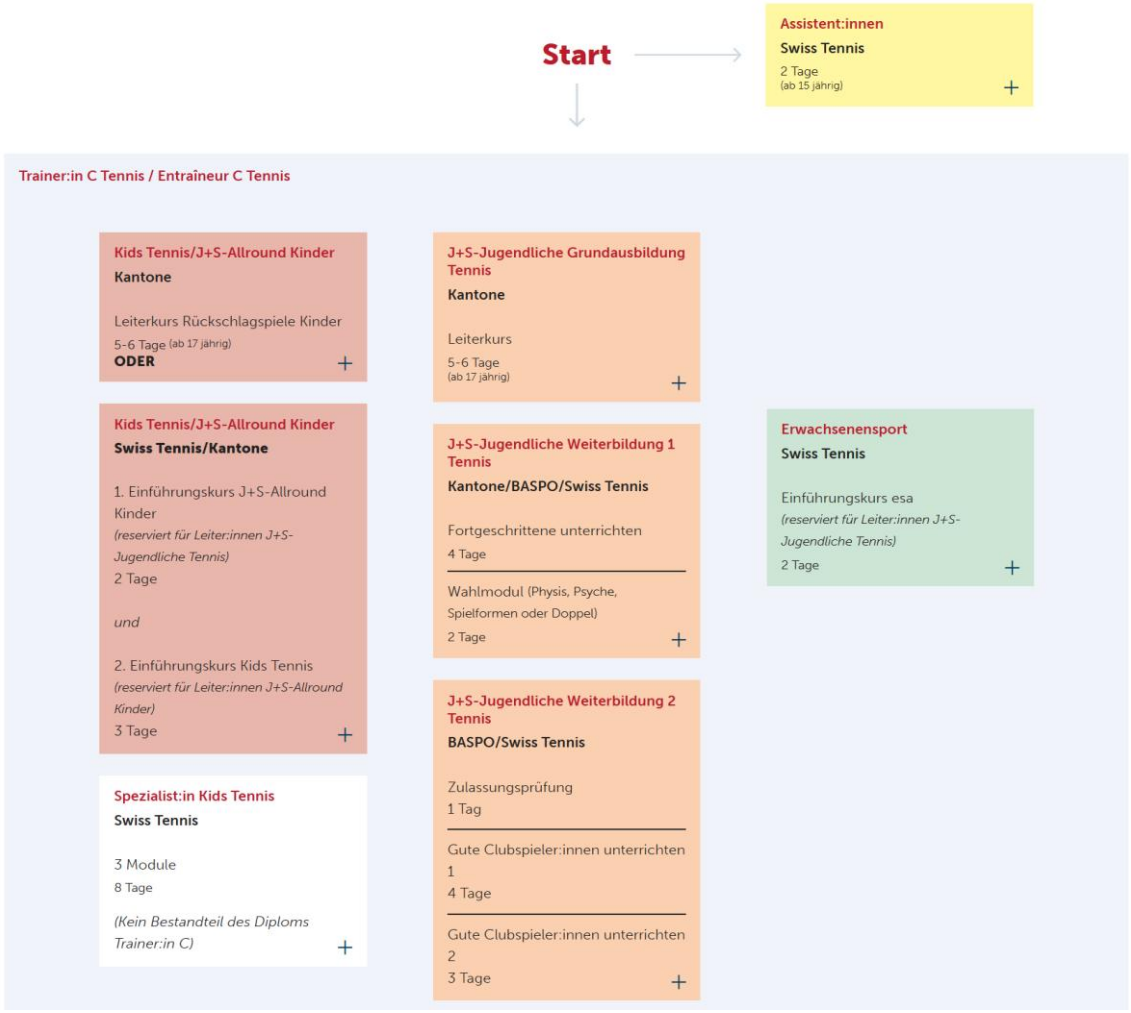
Elin (4 Jahre) *springt gerne im Wohnzimmer rum und möchte endlich gerne in das Mukiturnen im Dorf*
Nico (17 Jahre) *trainiert jeden Tag und spielt in der Auswahl, fällt jedoch wohl bald aus dem Handball-Regionalkader*
Joy (19 Jahre) *besuchte regelmässig das Tennistraining im Verein, weiss aber noch nicht, ob sie nach ihrer Matura weiterspielen wird*
Mila (24 Jahre) *entdeckte im Unisport Badminton für sich und war auch schon ab und zu mit Freunden im Sportcenter*
Dario (39 Jahre) *war früher Langlauf-Spitzensportler und startet immer noch gerne beim Engadiner Skimarathon*
Rolf (61 Jahre) *spielte früher einmal 3. Liga und weiss nicht, ob er noch weiterhin im Fussballverein bleiben soll*



5 Sportfunktionär*innen-Weg

5.1 Swiss Tennis

Beispiel: Swiss Tennis (Website, Ausbildungsstruktur Lehrpersonen)



Beispiel: Swiss Tennis (Website, Ausbildungsstruktur Funktionäre)

6 Beispiele: Fördermassnahmen

6.1 Swiss Golf

Beispiel: Swiss Golf (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 14-15)

7.1 Organisation von Aktivitäten zur Förderung des Breitensports und für die Gewinnung neuer Golfenden (F2/F3)

- Förderung und Unterstützung von "Tagen der offenen Tür" in Zusammenarbeit mit den Clubs, PGOs, DPIs und angeschlossenen Vereinigungen.
- Entwicklung von Schnupperkursen für Schulen in Zusammenarbeit mit Clubs, PGOs, DPIs.
- Teilnahme an Multisportveranstaltungen, z. B. "Semaine Olympique de la Jeunesse" in Lausanne, Panathlon Family Games und weitere regionale Sporttage und Anlässe.
- Förderung von Golf als Naturerlebnis in Zusammenarbeit mit dem Ressort Nachhaltigkeit.

7.2 Förderung und Verbreitung des Golfsports (F2-E)

- Zur Verfügungstellung von Unterlagen für die Organisation von Sportanlässen (Reglemente, Hcp-System, Best Practices, Clubs Corner) sowie z.T. personelle Unterstützung der Organisatoren.
- Informationen auf der Website für Golfende und Golfinteressierte mit News aus dem Golfsport, Informationen für Golf-Interessierte, Anmeldemöglichkeit für Turniere auf nationaler Ebene, Link zu den Regeln, Zugang zu individuellen Daten des einzelnen Golfenden, etc.
- Organisation vom Programm «Welcome to the Club» für Neumitglieder in Zusammenarbeit mit den Clubs
- Nationale Unterstützung der Mitglieder bei der Organisation von Aus- und Weiterbildung der Golfspielenden.
- Förderung von Frauen: Organisation vom Programm Golf4Girls und Signatarmacht vom Women Charta der R&A.
- Entwicklung und Bereitstellung von Hilfsmitteln für Golfende: z. B. Swiss Golf App, Swiss Golf Webseite.
- Vertretung der Interessen von Swiss Golf und dem Golfsport generell gegenüber den Medien, der Politik und weiteren Institutionen.

7.3 Organisation von regionalen und nationalen Turnieren (F3-E)

- Etablierung eines attraktiven nationalen und regionalen Turnierprogramms für alle Altersklassen und Personengruppen, unabhängig von körperlichen oder geistigen Beeinträchtigungen (siehe auch Konzept Anlässe Swiss Golf).
- Organisation der Schweizer Meisterschaften und der Schweizer Interclub-Meisterschaften für alle Altersgruppen.
- (Mit-)Organisator von Wettkämpfen auf regionaler und nationaler Ebene mit insgesamt 40 Turnier-Serien.
- Förderung, Organisation und Begleitung von generationenübergreifenden Turnieren.
- Führung der nationalen und regionalen Order of Merit für alle Altersklassen.

7.4 Förderung der Nachwuchsentwicklung (F3-T4)

- Unterstützung von Junior Captains bei der Entwicklung der Junior Sektionen in den Clubs mit verschiedenen Tools und Programmen:
  - Junior Captains Handbook
  - Junior Sections meet Swiss Golf
  - Step-Up Clubs Programm
  - Regionalen Junior Captains Treffen
  - Gesamtschweizerischen Junior Captains Meetings
  - Evaluationsprogramm mit finanzieller Unterstützung
- Festlegung und Organisation von Förderprogrammen für der Nachwuchs:
  - Juniors' Days
  - Bronze-, Silber-Goldprogramm
  - Brevet Sportif
  - Golf4Girls
  - Golf Sixes, etc

7.5 Die Ausbildung in Breitensport (F2-F3)

- Konzeption eines Ausbildungssystems für neue Golfer in Zusammenarbeit mit der Swiss PGA, das die Regeln und Etikette als Vorbereitung auf die Platzreife integriert.
- Etablierung des Programms zur Verbesserung des Spielniveaus von Golfenden und zur Förderung des Wettkampfsports.
- Organisation von J+S-Kursen und Ausbildungskursen für Leiterinnen und Leiter, siehe: https://www.jugendundsport.ch/de/golf
- Organisation von Golf-Kursen für Sport-Lehrerinnen und -Lehrer.
- Organisation und Promotion der Swiss Olympic Academy / Club Management für Golf-Volontäre.
- Ausbildung der Schiedsrichter und Bereitstellung dieser Personen für den Einsatz anlässlich grösserer Golfturniere.
- Ausbildung der Course Rater sowie Verwaltung des Course Ratings über alle Golfanlagen in der Schweiz.
- Organisation von Treffen, Foren, Symposien etc. für Clubverantwortliche und Verantwortliche für verschiedene Fachbereiche.

6.2 Swiss Rowing

Beispiel: Swiss Rowing (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 12+13)

Aktivität bzw. Dienstleistung	Gesetzte Ziele	Phase	Zielerreichung	Optimierung
J+S-Angebote	Fitnessrudern im Jugendbereich fördern	F2-F3	Geringe Nachfrage bei den Angeboten Nein	In den Club Verantwortliche für die diese Gruppe definieren Besser Vermarktung der Angebote Zugang zu Angeboten evtl. auch öffnen für Nicht-J+S-Leitende z.B. «Outdooererlebnis 2 – Wanderfahrt»
Clubmanagement	Ausbau von Dienstleistungen für Clubs und Know-how-Transfer (Grundlagen, Kurse, Tools)	F2-F3	Umfassend und lehrreich Ja	Verbandspezifische Themen einbauen (z.B. Vorstellen von Verbandsaktivitäten «Rowing together», Infrastruktur, Sicherheit)
Breitensporttagung	Förderung und Institutionalisierung der Kommunikation zwischen Verband und Clubs Koordination und Unterstützung der veranstaltenden Clubs / Regattaveranstalter	F2-F3	Grosse Nachfrage Sehr guter Austausch Ja	Themen weiter bearbeiten/weiterführen Prozesse anregen und begleiten
Bootswartekurs	Ausbau von Dienstleistungen für Clubs und Know-how-Transfer (Grundlagen, Kurse, Tools)	F2-F3	Angebot wird geschätzt Positive Rückmeldungen Ja	Kontinuität sicherstellen betreffend Kursleitung)
Bootstrimmung	Ausbau von Dienstleistungen für Clubs und Know-how-Transfer (Grundlagen, Kurse, Tools)	F2-T2	Gutes Feedback der Kursteilnehmer*innen Ja	Durchführung in anderen Sprachregionen
Instruktor*In-Ausbildung	Integration der Erwachsenen fördern Angebote im Bereich Indoor Rowing schaffen	F2	Gute Nachfrage Indoor Rowing noch nicht erreicht	Angebot schaffen für Interessierte, evtl. in Kleingruppen (Indoor Rowing)
Wanderfahrten	Integration der Erwachsenen fördern Vernetzung, Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch	F3	Regemässige Durchführung mit grosser Nachfrage Ja	Tourenportal à la SAC
Masters Camp	Integration der Erwachsenen/ Wiedereinsteiger fördern Verbesserung der Technik	F3	Sehr grosse Nachfrage Ja	Mehrmalige Durchführung pro Jahr anbieten
Äquatorband	Auszeichnung und Wertschätzung von «Viel-Ruder*innen»	F2-E	Initiierung geglückt Ja	Kommunikation und Bekanntheit weiter fördern

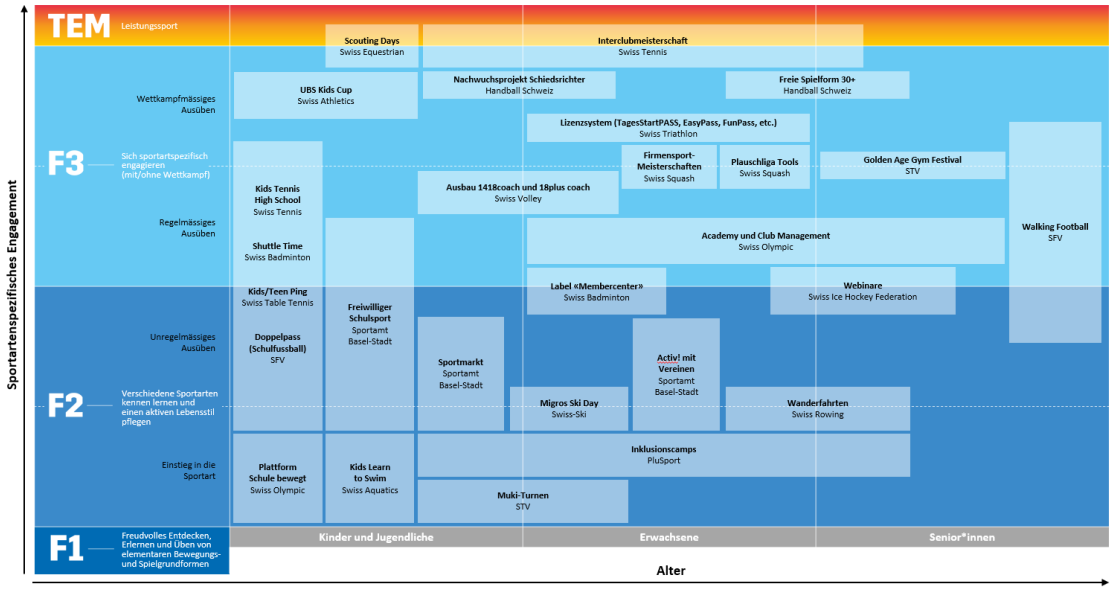
6.3 Swiss Cycling

Beispiel: Swiss Cycling (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S. 7+8)

Aktuelle Bemühungen/Projekte Verband	FTEM (Anspruchs-/Zielgruppe)	Kritische Würdigung Projekte
Kinder- und Jugendsportförderung		
bikecontrol	F2 (1)	Sehr erfolgreiches Projekt
Velopass-Sammle deine Veloabzeichen!	F2 (1+2)	Erfolgreiches Projekt mit viel Potenzial für die Gewinnung von Mitgliedern
Biken und Weitersammeln!	F3 (2)	Verbindung zu Wettkampfserien und später in den Bereich T1
Erweiterungen Strasse, Bahn, Quer	F3 (2)	Verbindung zu Wettkampfserien und später in den Bereich T1
Swiss Cycling Academy 4 Kids	F2-T1 (2-6)	Sinnvolles Label für Organisationen im Bereich F2-T1
Swiss Cycling Road Series	F3-T2 (2-4, 10)	Neue Rennserie für die Gewinnung mehr WK-Teilnahmen
Frauenförderung		
Strasse	F2-F3 (4, 7, 8, 11)	Workshops, Ausfahrten, Events – gutes Projekt
Mountainbike	F2-F3 (4, 7, 8, 11)	2024 schlecht angelaufen, 2025 mit WM pushen
Girls	F2-F3 (2-3)	Wenige Massnahmen 2024, 2025 mit WM pushen
Ausbildungen		
Jugend und Sport	F2-T2 (4)	Gute, ansprechende Ausbildung, viele TN
Swiss Cycling Guide	F2-F3 (5)	Sehr gute Ausbildung fürs Guiden auf dem Velo, muss ausgebaut werden
esa	F2 (4)	Findet 2025 erstmals statt
Lehrgang Club Management	F2-T2 (10)	Erfolgreiche Durchführung 2024, pushen auf 2025
Smart Inputs	F2-M (4, 5, 10)	Wird 2025 lanciert
Plattform Üben, Spielen, Velofahren	F2-M (alle)	Tolle Plattform mit vielen Unterlagen, allen zugänglich, Loginbereich 2025 für Mitglieder.
Freizeit, Politik, Mobilität		
Mountainbikekarte	F2 (5, 10-11)	Übersicht gut, Nutzung in der Fläche nicht klar, muss werden und Nutzen geprüft werden
Ready to Bike	F2 (5, 9, 11)	Tool das 2025 auf den Markt kommt, Potenzial gross, muss gut kommuniziert und implementiert werden
Sensibilisierungskampagne	F2-F3 (alle)	Kampagne zur Koexistenz, MTB-Kodex etc., gute Arbeit, Mitglieder wurden damit keine gewonnen → Nutzen?
MTB-Kodex	F2-F3 (alle)	Sehr wichtiges Tool für die Ausbildung etc., Mitglieder wurden keine neuen gewonnen – Nutzen?
Cycle On		
Vereinszusammenarbeiten fördern, Vereinsentwicklung	F2-F3 (4, 5, 10)	bisher eher vernachlässigt, Potenzial gross, wird 2025 mehr investiert
Jobbörse	F2-F3 (4, 5, 10)	Wurde implementiert, nicht gross kommuniziert, Potenzial gross, Nutzen im Moment noch eher tief.
Breitensport allgemein		
Engine Check	Ab F3 (7)	Erfolgreiches Tool für die Ermittlung der Leistung
Inklusion	F2-E (alle)	Verschiedene Massnahmen im Bereich der Inklusion werden vorangetrieben, bikecontrol ist seit 2024 inklusiv, Übersichtswebsite mit allen Inklusionsmassnahmen von Swiss Cycling wurde erstellt und bisher nicht evaluiert
Mitwirken in Fachgruppen	F2-F3 (viele)	Gewisse Fachgruppen sind sinnvoll und nutzbringend, bei anderen stellt sich die Frage des Nutzens
Marketing, Kommunikation und Events		
Mitgliederkampagne	F2-F3 (alle)	Eher erfolgslose Mitgliederkampagnen in der Vergangenheit
WM Fan-Kampagne	F2-T2 (alle)	WM24: 360 Fans gewonnen, 50 davon waren schon Mitglied, 4 neue Mitglieder, Kampagne WM25 erneut
TopTour und weitere	F3 (7)	Gute Events/Wettkämpfe mit vielen Teilnehmenden, Swiss Cycling lanciert auf 2025 neue Methoden um die TN abzuholen und zu erreichen

6.4 Fördermassnahmen auf Foundation-Landschaft (Erklärvideo)

Beispiel: Erklärvideo Foundation (Link)



7 Beispiele: Ziele

7.1 Schweizer Judo & Ju-Jitsu Verband

Beispiel: Schweizer Judo & Ju-Jitsu Verband (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S.33)

In Bezug auf Vision 1	FTEM-Phase
1.1. Für alle Zielgruppen des Verbandes gibt es ein Angebot Judo oder Ju-Jitsu auszuüben.	F2 - M
1.2. Die Angebote sind auf regionalem und nationalem Niveau koordiniert und strukturiert.	F2 - F3
In Bezug auf Vision 2	
2.1. Die Vereine haben eigene Werkzeuge in der Hand, um ihr Personal zu managen (Ehrenamtliche und Angestellte binden) und neue Mittel generieren zu können	Vereins-entwicklung
2.2. Die Vereine gewinnen neue Mitglieder und haben eine bessere Mitgliederbindung (Verminderung von Drop-Outs)	Vereins-entwicklung
In Bezug auf Vision 3	
3.1 Der SJV besitzt ein Kommunikationskonzept im Breitensport, um folgende beiden Ziele zu erfolgen • Bekanntmachung der SJV-Angebote bei den Mitgliedern • Bekanntmachung von Judo & Ju-Jitsu und deren Werte in der Schweizer Bevölkerung	F1 – F3

Ergänzend gilt zu erwähnen, dass der Breitensport das Fundament des Verbandes bildet, personell und finanziell. Das Ziel der Erhöhung der Mitgliederzahl ist stark mit dem Erfolg im Breitensport verknüpft. Eine grosse Anzahl an aktiven Personen bildet zudem die unterste Stufe der Pyramide für spätere Erfolge im Leistungssport (Gemäss FTEM-Athletenweg).

7.2 Swiss Volley

Beispiel: Swiss Volley (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S.13)

3. Ziele des Verbandes im Breitensport

In Bezug auf das Leitbild von Swiss Volley und die strategischen Schwerpunkte wurden operative Ziele für die verschiedenen Bereiche ausformuliert. Die nachfolgend genannten Ziele sind jene, welche den Breitensport im jeweiligen Bereich betreffen.

3.1 Ausbildung

AUSB 1: Der Zweijahresschnitt der jährlichen Anzahl Absolvent:innen der J+S-Grundausbildung Volleyball ist gestiegen.

AUSB 4: Im Vergleich zu 2024 fällt es den Vereinen einfacher, den Bedarf an Trainer:innen zu decken.

3.2 Ertragsoptimierung

EO 2: Die steigenden Aufwände für Administration, Leistungs- und Breitensport sind den Mitgliedern klar und das System der Mitgliederbeiträge ist überprüft und angepasst.

3.3 Spielbetrieb

SB 3: Der regionale Spielbetrieb erhält in der Durchführung der Spiele alters- und stufengerechte Angebote und einfache Bedingungen.

SB 4: Eine landesweite Beachvolleyball Clubmeisterschaft ist lanciert.

SB 5: Die aktuellen Strukturen des Schiedsrichter:innenwesens sind überprüft, mit den Regionalverbänden angepasst und dienen der Unterstützung der Spieler:innen.

3.4 Verbands- und Vereinsentwicklung

VVE 1: Die Zusammenarbeit unter den Regionen ist erhöht, effizient organisiert und Synergien werden genutzt. Wo sinnvoll sind die Struktur

VVE 2: Im Breitensport ist eine offizielle Mixed-Meisterschaft eingeführt.

VVE 3: Der Umgang mit der Easy League und mit anderen Parallelligen wie Détente sowie deren Zukunft sind geklärt.

VVE 4: Das Ehrenamt ist national und regional gestärkt.

VVE 5 : Die Ethik- und Präventsionsanforderungen werden sowohl auf nationaler als auch auf regionaler Ebene umgesetzt.

VVE 6: Die Zugänglichkeit der Organisation und Angebote von Swiss Volley ist in Bezug auf Inklusion geprüft.

VVE 7: Swiss Volley unterstützt seine Vereine aktiv dabei, geeignete Massnahmen zur Bewältigung der Hallenknappheit umzusetzen.

8 Beispiele: Weiterentwicklung und Kommunikation

8.1 Swiss Badminton

Beispiel: Swiss Badminton (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S.44)

Das Breitensportkonzept wurde im Einklang mit der neuen Strategie (2025-2028) erstellt und die Ziele entsprechend in dieser Zeitspanne definiert. Dank dieses Konzepts hat die Abteilung Breitensport bei Swiss Badminton ein neues Leitdokument, welches den Breitensport ganzheitlicher fördert und dadurch die Entwicklung für die nächsten Jahre definiert.

Einzelne Punkte wie beispielsweise der Badmintonkompass wurden bereits veröffentlicht und mittels E-Learning («Ich & mein Verein – Kompass für die Badmintonschweiz») auf der Academy Plattform mit den Mitgliedern geteilt. Durch diese Massnahme erhofft sich Swiss Badminton, das Rollen- und Werteverständnis der Vereine und Personen im Badminton zu schärfen und damit den Breitensport bestmöglich zu fördern. Um das Breitensportkonzept grossflächig bekannt zu machen, wird eine adaptierte Kurzform mit den wichtigsten Punkten erstellt und den Vereinen und Regionalverbänden zugänglich gemacht. Dies soll den Austausch zwischen einzelnen Personen, Vereinen, Regionalverbänden und Swiss Badminton fördern.

Die Umsetzung des Breitensportkonzepts wurde zusätzlich in der neuen Strategieperiode von Swiss Badminton verankert um dem Konzept den nötigen Stellenwert einzuräumen. Es soll laufend aktualisiert werden und gegen Ende der Strategieperiode (2028) gesamthaft erneuert werden.

8.2 Swiss Triathlon

Beispiel: Swiss Triathlon (Breitensport-Förderkonzept, Version 31.12.2024, S.29)

Das Breitensport-Förderkonzept von Swiss Triathlon bietet einen umfassenden Über blick über die strategischen Ziele und die vielfältigen Aktivitäten des Verbands im Be reich Foundation des FTEM-Modells. Es hebt die Bedeutung des Breitensports für die langfristige Entwicklung des Multisports hervor und legt den Fokus auf die Förderung des Breitensports, wobei spezifische Zielgruppen und deren Bedürfnisse klar definiert werden. Die beschriebenen Massnahmen zielen darauf ab, sowohl neue Mitglieder zu gewinnen als auch bestehende Athletinnen und Athleten langfristig zu binden. Besonders hervorgehoben werden innovative Formate wie die Regio League und Youth League, die den Übergang in den leistungsorientierten Sport erleichtern sollen.

Swiss Triathlon arbeitet eng mit Vereinen und Veranstaltern zusammen, um ein breites Angebot an Trainingsmöglichkeiten, Wettkämpfen und Camps zu schaffen, das den unterschiedlichen Bedürfnissen der Zielgruppen gerecht wird. Gleichzeitig unterstützt der Verband seine Mitglieder mit Weiterbildungs- und Förderprogrammen wie der Ausbildung von Schiedsrichtern oder dem Label-System für Ausbildungsclubs.

Die Inhalte des Breitensport-Förderkonzepts werden an der Delegiertenversammlung im März 2025 präsentiert. Je nach strategischer Ausrichtung des Verbands können Anpassungen vorgenommen werden. Nach der DV wird das Konzept in einer noch zu definierenden Form den Mitgliedern zur Verfügung gestellt, wobei die Kommunikation erst nach der offiziellen Verabschiedung erfolgen wird. Dieses schrittweise Vorgehen stellt sicher, dass das Konzept breit abgestützt und auf die Bedürfnisse der Mitglieder ausgerichtet ist.