

Strategie und Ziele des Schweizerischen Orientierungslauf-Verbandes Swiss Orienteering bis 2016



1 Vision

Orientierungslauf ist ein angesehener Lifetime-Sport in der Schweiz

2 Strategie

Um diese Vision zu realisieren, fokussiert Swiss Orienteering sein Wirken in den Jahren 2011 bis 2016 auf folgende strategische Stossrichtungen:

▪ **Verfügbarkeit der Wettkampfstadien**

Als Lifetime-Sport ist ein einfacher und selbstverständlicher Zugang zu Wettkampfstadien und vorhandene Geländekarten eine Grundvoraussetzung. Dazu sollen Netzwerke und Partnerschaften errichtet, die Zusammenarbeit mit Verwaltungen standardisiert und die Wahrnehmung von allen Wettkämpfen gesteigert werden.

▪ **Nationalteams und internationale Veranstaltungen sind Weltklasse**

Internationale Meisterschaftsmedaillen und attraktive internationale Wettkämpfe in der Schweiz sind Erfolgsfaktoren, um den Orientierungslauf regelmässig auch medial zu positionieren. Daher will Swiss Orienteering an jeder internationalen Meisterschaft Podest- und Diplompunkte erreichen, den Nachwuchs gezielt fördern, jährlich einen internationalen Grossanlass akquirieren und im internationalen Orientierungslauf-Verband weiterhin stark vertreten sein.

▪ **Einsteiger unterstützen**

Dank einfachen Wettkampfformen und dem Abbau von Hemmschwellen für Einsteiger soll erreicht werden, dass neue Bevölkerungskreise häufiger mit Orientierungslauf beginnen und so ein positives Bild unseres Lifetime-Sports multiplizieren.

▪ **Starker Breitensport**

Die Vielfalt des Orientierungslaufs wird in allen Sparten und allen Regionen gefördert und es wird ein attraktiver landesweiter Veranstaltungskalender angeboten.

▪ **„bewegen und orientieren“ breit verankern**

Über Partnerschaften (z.B. Tourismus-, Kongressorte), eigene Projekte und Kampagnen werden Möglichkeiten geschaffen, damit OL-Externe über niederschwellige Angebote einen Zugang zum OL-Sport erhalten.

▪ **Verbandsstrukturen**

Der Verband ist so zu strukturieren, dass alle strategischen Ausrichtungen optimal unterstützt und geführt werden können.

▪ **Marketing und Innovation**

Neue Technologien zur Visualisierung und besseren Präsentation unseres Sports, gute Beispiele zur Promotion von Anlässen sowie Innovationen aller Art sind zu fördern, zu verbreiten und zu vermarkten.

3 Handlungspläne und Detailziele bis 2016

Swiss Orienteering leitet aus den sechs strategischen Stossrichtungen konkrete Handlungspläne ab und setzt die bis 2016 zu erreichenden Ziele. Diese werden durch die zuständigen Organe in Zweijahresplänen weiter detailliert und umgesetzt.