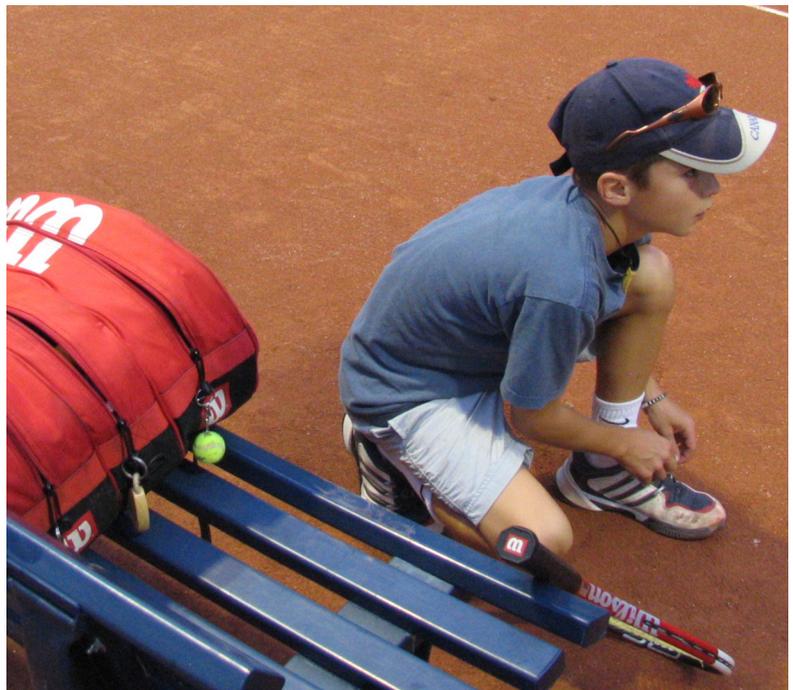


Leitbild



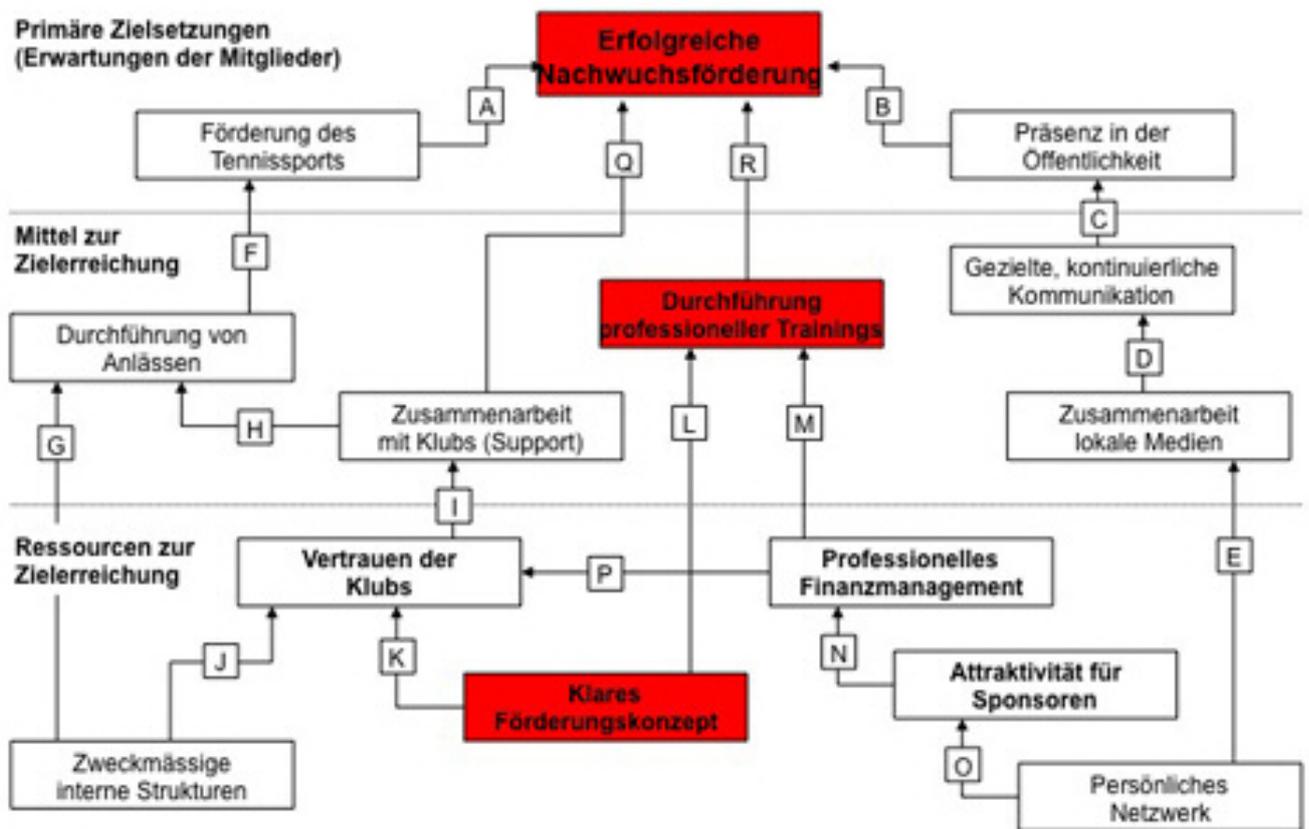
1. Vision / Leitbild	2
2. Zielsystem / Abhängigkeit der einzelnen Zielsetzungen	3
3. Strategische Stossrichtung	3

1. Vision / Leitbild

- Der RVBT will hinsichtlich der Juniorenförderung wieder – entsprechend seiner Grösse – zu den erfolgreichsten Vereinigungen in der Schweiz gehören. Die Kaderzugehörigkeit soll für die Juniorinnen und Junioren – auf Grund professionell durchgeführter Trainings – besonders erstrebenswert und eine zusätzliche Motivation bedeuten.
- Der RVBT nimmt aktiv Einfluss auf die Förderung des Tennissports und bietet den Klubs eine gezielte Unterstützung an.
- Die RVBT setzt sich dafür ein, den regionalen Tennissport über die lokalen Medien in der Öffentlichkeit bekannt zu machen.
- Die Zusammenarbeit im RVBT-Vorstand ist geprägt durch ein kollegiales, konstruktives Klima sowie ein klares Führungskonzept und ein gesundes bzw. transparentes Finanzmanagement. Obwohl die Arbeit grösstenteils ehrenamtlich ist, setzen sich die Mitglieder mit besonderem Einsatz für den Tennissport ein. Eine Entschädigung erfolgt nur, soweit dies nach dem Spesenreglement auch vorgesehen ist.
- Der RVBT Vorstand arbeitet professionell, sucht den Kontakt zu den Mitgliedern und entwickelt sich laufend weiter.

2. Zielsystem

Abhängigkeiten der einzelnen Zielsetzungen



3. Strategische Stossrichtung

Ausrichtung des RVBT

- Das primäre Ziel des RVBT ist die Sicherstellung einer erfolgreichen, professionellen und transparenten Nachwuchsförderung. Das diesbezügliche Ziel lautet wie folgt:
In vier Jahren (d.h. ab Sommer 2012) soll der RVBT an den nationalen Juniorenmeisterschaften wie folgt vertreten sein:
 - => In den Kategorien U14 und U12 mit je 2 Spieler/Innen pro Tableau.In 8 Jahren (d.h. ab Sommer 2016) soll der RVBT an den nationalen Juniorenmeisterschaften wie folgt vertreten sein:
 - => In den Kategorien U18, U16, U14 und U12 mit je 2 Spieler/Innen pro Tableau, davon einer/eine mindestens im Halbfinal.

- Mit der Förderung des Tennissports soll die Basis in den Tennisklubs vergrössert werden, so dass eine grössere Auswahl an jungen Talenten für die Nachwuchsförderung zur Verfügung steht [A]. Das diesbezügliche Ziel lautet wie folgt:
=> In zwei Jahren (d.h. ab Sommer 2010) sollen die Trainings am Mittwochnachmittag mindestens wie folgt belegt sein: Während mindestens zwei Trainings zu je einer Stunde befinden sich pro Klub und Platz vier Junioren/Innen zwischen 5 und 9 Jahren auf dem Tennisfeld. Bsp. (TC Neufeld, 8 Plätze): 8 Plätze x 2 Trainingseinheiten x 4 Junioren/innen = 64 Junioren/innen zwischen 5 und 9 Jahren.
Zusätzlich soll die Präsenz in der Öffentlichkeit verstärkt werden, damit letztlich die Attraktivität des Tennissports gegenüber anderen Sportarten gesteigert werden kann [B].
- Die Präsenz in der Öffentlichkeit wird durch eine gezielte, kontinuierliche Kommunikation sichergestellt [C]. Dazu ist eine gute Zusammenarbeit mit den lokalen Medien anzustreben [D] sowie das persönliche Netzwerk zu den Medienvertretern gezielt zu pflegen [E].
- Mit der Durchführung von Anlässen soll der Tennissport gefördert werden [F]. Dazu ist eine zweckmässige interne Struktur [G] sowie eine gute Zusammenarbeit mit den Klubs notwendig [H].
- Die Zusammenarbeit mit den Klubs basiert primär auf dem Vertrauen der Mitglieder in die Leistungen des RVBT [I]. Dieses Vertrauensverhältnis soll insbesondere durch transparente Strukturen [J], ein klares Förderungskonzept [K] sowie ein professionelles Finanzmanagement [P] gestärkt werden.
- Die erfolgreiche Nachwuchsförderung ist im Wesentlichen von der Sicherstellung professioneller Trainings durch den RVBT [R] sowie einer guten Arbeit an der Basis abhängig [Q].
- Mit einem klaren Förderungskonzept [L] sowie einem gesunden Finanzmanagement [M] soll die Durchführung professioneller Trainings sichergestellt werden.
- Damit die Abhängigkeit von nicht beeinflussbaren Finanzierungsquellen reduziert werden kann (u.a. Sportamt), will der RVBT die Attraktivität für Sponsoren erhöhen [N]. Die Ausschöpfung des persönlichen Netzwerks stellt insbesondere für die Akquisition von potenziellen Sponsoren ein wesentlicher Erfolgsfaktor dar [O].