



---

## **Integration – Empfehlung des JV an die Mitgliederclubs**

### **1. Strategische Planung**

Der Vereinsvorstand macht eine sportliche undgesellschaftliche Zukunftsplanung für den Verein, einerseits für das laufende Vereinsjahr und andererseits auf die nächsten 2 – 3 Jahre hinaus.

Es gilt zu berücksichtigen, dass sich das Verhalten der Mitmenschen (bspw.: Mitgliedschaft), Infrastrukturen Club etc. jederzeit verändern kann. Der Verein erarbeitet sich Lösungen, wie er diese Probleme / Konsequenzen erarbeiten will.

### **2. Alle Bevölkerungsschichten ansprechen**

#### a) Nachwuchs

Der Verein (nach Zuständigkeitsbereich Ausbildung, Marketing, etc.) verfasst die Werbung in den Zeitungen, Direktmailings und dergleichen gegenüber Schülern und Jugendlichen bewusst offen, so dass sich alle Gruppen und Menschen, unabhängig der Nationalität, angesprochen fühlen.

Bei den Einzelsportlern, die bereits an organisierten Kursen teilnehmen soll der Verein dafür sorgen, dass eine ganzheitliche Gruppe geformt wird, der innere Zusammenhalt gefördert wird und dadurch die Bindung zum Verein bestärkt wird.

Der Verein soll öffentliche Anlässe für die eigenene Präsentation wahrnehmen und nach Möglichkeit auch Schnupperkurse zur Förderung der Integration organisieren, bspw.:

- Tag der offenen Tür
- Kollegentraining
- Freilufttraining, bspw.: Stadtfeste, Strassenfeste etc.
- Präsentation beim Neuzügeranlass der Gemeinde oder Stadt

Die Möglichkeit besteht durchaus, dass mehrere Vereine einen Anlass in enger Zusammenarbeit dem Nachwuchs in der Region anbieten.



---

## **Integration – Empfehlung des JV an die Mitgliederclubs**

### **2. Alle Bevölkerungsschichten ansprechen**

#### b) Offene Anlässe für die ganze Bevölkerung

Die vereine bieten offene Anlässe, die Einführungskurse, Präsentationsanlässe, für alle Bevölkerungsschichten an. Speziell werden Firmen und Bevölkerung angesprochen, die mit allen oder den meisten Mitgliedern Verein- bzw. Firmenanlässe auf den Anlagen (Dojo, öffentlicher Platz) durchführen können. So werden auch Frauen und Ausländer unkompliziert und formlos mit dem Judo und Ju-Jitsu bekannt gemacht.

#### c) Indirekter Weg: Migrantenkreise direkt ansprechen

In den meisten Orten leben die Ausländer recht zurückgezogen. Ihre Vereine und Kulturgemeinschaften werden nicht öffentlich bekannt gegeben.

Um sie trotzdem direkt ansprechen zu können, fordern die Judo- und Ju-Jitsu Vereine diese Daten auf der Gemeinde-/Stadtverwaltung an. Anhand dieser Liste unterbreitet der Verein diesen Kreise seine Vereinsangebote direkt an.

Der Verein macht sie darauf aufmerksam, dass er einerseits Nachwuchskurse anbietet und sportliches Judo und Ju-Jitsu als Breiten- und Spitzensport (falls vorhanden) betreibt, andererseits aber auch Möglichkeiten für Vereins- und Firmenanlässe bietet.

Die Kontaktadressen gibt der Verien in seinem Schreiben selbstverständlich bekannt.

#### d) Zusammenfassung

Der Verein läst Ortvereine zu seinen offeen Anlässen ein, so werden alle Bevölkerungsschichten und Altersklassen angesprochen.

Die poenziellen Nachwuchsathleten von 8 – 20 Jahren werden mit Werbung und Mun zu Mund Propaganda angesprochen. MzM-Propaganda ist eine der besten Werbemittel. Die Bewerbung für über 20jährige kann via Anschreibung an die Kulturgemeinschaften und Clublokale mit gleichzeitiger Bekanntgabe des Angebotes erfolgen. Gleichzeitig macht der Verein auf seine Website aufmerksam, auf dem eine grosse Menge an Aktivitäten und Bildern vorhanden ist.