

Aantal clubs: 100

Aantal clubleden: 8.735

Inhoud

Uitslag enquête Ledenwerving

1 *Samenvatting en commentaar van: Maurice Peereboom*

5 Reactie van Rob op de enquête-uitslag

Uitslag enquête Ledenwerving

25 deelnemende verenigingen

11. Is de vereniging lid van de NBB

Lid 21

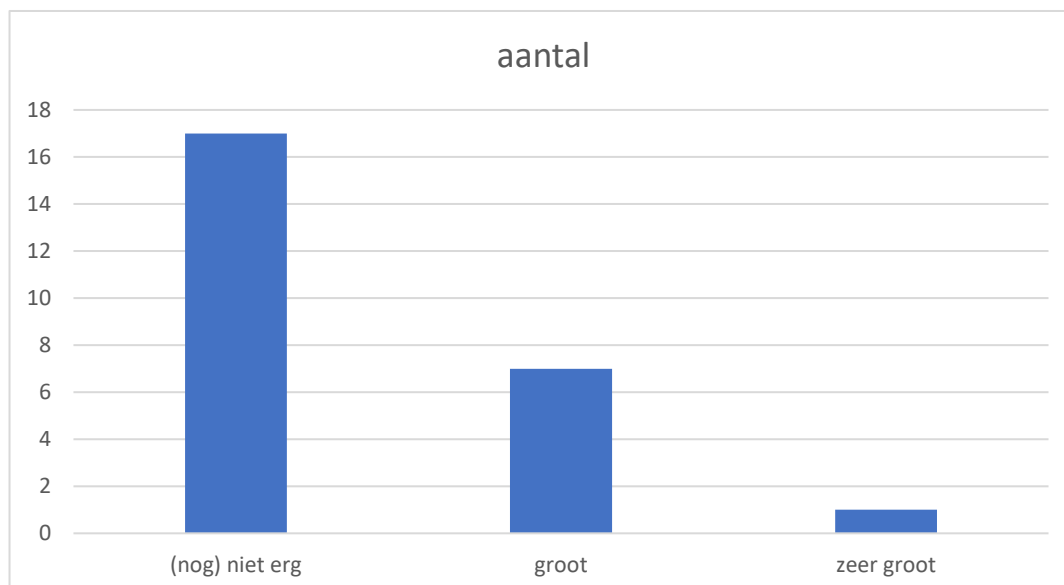
Geen lid 4

1. A. Is ledenwerving onderdeel van het verenigingsbeleid?

Ja: 18

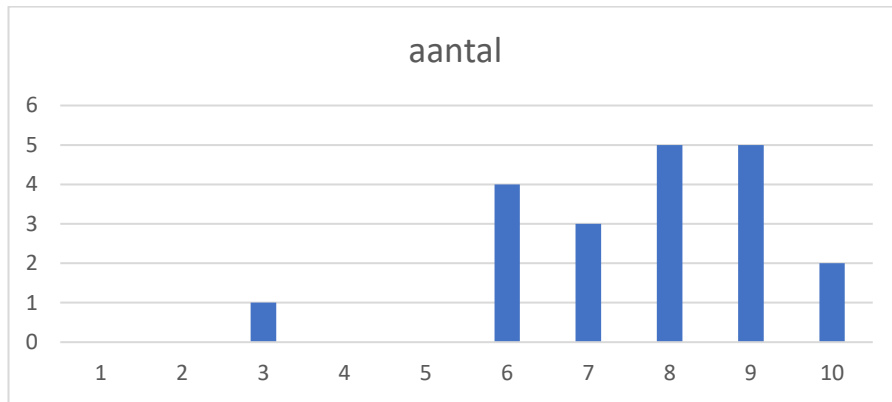
Nee: 7

B. Geef met een cijfer van 1-10 de noodzaak ervan



(1 vereniging heeft nog geen beleid maar ervaart wel de noodzaak)

9. Hoe hoog is de nood



Commentaar:

Uit vraag 1 blijkt 67% van de verenigingen die aan ledenwerving doen, dit (zeer) noodzakelijk te vinden, maar dit wordt bij vraag 9 weer wat gerelativeerd.

Nu is de (hoge)nood gereduceerd tot 50%.

Uit het commentaar van de verenigingen blijkt dat alhoewel men op dit moment nog vooruit kan, men wel problemen voor de toekomst ziet.

De voornaamste redenen hiervoor zijn onvoldoende aanwas en een vergrijzend ledenbestand.

12. Hoeveel leden telt uw club?

Gevraagd was naar het ledenbestand in respectievelijk 2017, 2019 en nu.

Commentaar

Het heeft weinig zin om naar de gemiddelde grootte van de vereniging te kijken, die loopt zeer uiteen.

Wel is het zinnig te kijken wat er gebeurd is tussen 2017 en 2019 en tussen 2019 en nu (de coronacrisis).

Tussen 2017 en 2019 is er een wisselvallig beeld te zien.

4 verenigingen behielden hun ledenaantal

10 verenigingen vermelden een (gemiddelde) toename van 13,5% (variërend van 2 tot 32%)

7 verenigingen gaven een verlies aan leden van gemiddeld 10,4% (variërend van 2 tot 17%)

Maar tussen 2019 en nu is voor de meeste verenigingen de achteruitgang (zeer) aanzienlijk.

Samengevat in drie clusters voor 21 verenigingen:

5 met een gemiddelde teruggang van 20,5 % (met een uitschieter van 30%)

9 met een gemiddelde teruggang van 16,0%

7 met een gemiddelde teruggang van 6,5%

Bij 3 verenigingen was er sprake van enige vooruitgang : gemiddeld met 7% , waarbij wel twee keer gewag werd gemaakt dat de wachtlijst (2017) was verdwenen.

Uit deze cijfers blijkt dat de waakzaamheid waarover bij de beantwoording van vraag 9 werd gesproken, niet onterecht is.

2. Op welke doelgroep wordt er gericht?

Beginners	17
Halfgevorderden	11
Gevorderden	9
Jeugd	2 (o.a. via scholen)
Thuisbridgers	2
“Afhakers”	1
“Ouderen”	3

Commentaar:

De meeste inspanning wordt geleverd in het organiseren van cursussen voor beginners, een uitzondering is één vereniging die bewust op zoek gaat naar de competitief ingestelde wedstrijdspeler.

3. Zijn er al activiteiten ontwikkeld en met welk effect?

Zoals al bij 2 is aangegeven, zijn cursussen de belangrijkste activiteit, soms in combinatie met contacten met een bridgeschool of afzonderlijke docenten. In een enkel geval met korting op het lidmaatschap voor 1 jaar, of geen cursusgeld bij lid worden.

Over het algemeen is de “opbrengst” gering.

Andere activiteiten die genoemd worden:

- Het invoeren van een middagclub (2x)
Dit verdunt echter de aantallen per lijn over middag en avond en wordt te kostbaar.
- Het organiseren van een inloopmiddag
- Het opzetten van een oefenclub /passageclub (met meerdere clubs)
- Het geven van een opfriscursus
- Adverteren of presentatie met andere sportverenigingen
- Opzetten project Denken en Doen

Eén vereniging probeert de “betere” spelers van andere verenigingen te verzamelen en te bewegen tot een 2^e speelavond

4. Waarmee onderscheidt de vereniging zich van (de) andere clubs?

De meeste verenigingen vinden zich vooral “gezellig” (15), maar 3 benadrukken dat er wel serieus, volgens de regels, gespeeld wordt.

Ook wordt een aantal keren de goede structuur en communicatie genoemd.

Eén vereniging ervaart dat het hebben van een (kleine) sterke top enerzijds aantrekkelijk is voor de betere spelers, maar anderzijds de minder sterke spelers afschrikt.

Eén club beschouwt zich “zwak” en als doorstroomclub voor de sterkere spelers.

Als andere onderscheidend factor wordt genoemd:

- enige NBB club tussen de andere bridgeverenigingen
- enige vereniging in de plaats
- het zijn van een middagclub

5. Wat wordt de nieuwe leden aangeboden?

Bij 7 is geen sprake ondersteuning.

18 verenigingen bieden in enigerlei vorm begeleiding aan.

Specifiek worden genoemd:

- themadagen
- opfriscursus
- losse lessen

6. Worden de leden betrokken bij de ledenwerving?

Slechts 1 vereniging zegt actief de leden erbij te betrekken.

Bij 12 verenigingen is er niet of nauwelijks sprake van betrokkenheid.

(de overige clubs geven hier geen reactie op)

7. Gebruikt u ondersteuning van de NBB?

Nee 15x

Indien wel, dan worden genoemd:

- gebruik van flyers/ posters
- lesbrieven en ander cursusmateriaal
- docent bemiddeling
- Denken en Doen

8. Is er concurrentie met andere verenigingen, wordt er gezamenlijk geworven?

Ja 13

Nee 12

Van gezamenlijke werving is geen sprake, wel werd er 1x een gezamenlijke

cursus gegeven en was er drie keer sprake van samen optreden op Step Bridge.

Daarnaast vindt er soms wel onderlinge afstemming plaats (4x)

(Eénmaal wordt opgemerkt dat de niet bij de NBB aangesloten club goedkoper is en daardoor aantrekkelijker).

Reactie van Rob Stravers op de enquête-uitslag

Ik lees:

- 'Over het algemeen is de opbrengst van beginnerscursussen gering' (punt 3).
- 'Ongeveer 75% van de clubs biedt de nieuwe clubleden begeleiding aan', meldt Maurice onder punt 5. Daarbij worden themadagen, opfriscursussen en losse lessen aangeboden.
- En slechts één club meldt dat de clubleden actief worden betrokken bij de ledenwerving.

Ik heb geen inzicht in de opzet van de gegeven beginnerscursussen. Daarom kan ik vrijuit spreken over mijn eigen ervaring.

In de **zestiger jaren** gaf ik met mijn baas en vriend, Jacques Boots, bridgeles aan huis voor beginners. Dat was een aanbod van onze net begonnen bridgeclub van amper 20 leden. Alle (echt)paren die we in hun eigen huiskamer bezochten, werden lid. En die bleven ook lid, waarschijnlijk omdat het overgrote deel van onze club uit beginners bestond. Geen voelbare kloof tussen sterk en zwak. Ook niet onbelangrijk: ervaren bridgers spraken toen nog dezelfde (bied)taal als de beginners. Met Stayman, 4♣ azenvragen en 2♣ als sterkste opening, had je het ook bij de clubtop wel gehad. Als je dan ook nog weet dat de oprichter van de club een afneembod eigenlijk onsportief vond, omdat je vooraf incalculeert dat je met downgaan minder verliest dan de tegenstander laten spelen, geeft dat aan hoe klein het werkelijke verschil tussen de ervaren hap en de nieuwe lichter was.

Anno 2022 is het verschil tussen de sterkste paren van de club en de nieuwe aanvoer vele malen groter. Niet alleen is het gewone biedsysteem veel complexer, denk alleen maar aan transferbiedingen, het negatieve doublet en 5-kaart hoog, waardoor de 1♣-opening opeens verre van natuurlijk is. Beginners worden echter ook geconfronteerd met een scala aan storende openingen, zoals de Multi en Muiderberg. Dat maakt het noodzakelijk om de 'gevestigde orde' van de club wel degelijk, en zéér actief, in de ledenwerving te betrekken. Ook de noodzaak daarvan moeten ze weten en onderkennen. Evenals hun vermogen om met een enkele reactie de net welkom geheten beginners voor altijd weg te jagen...

Verskil in cursusopzet en het effect daarvan

Mijn eerste cursussen begonnen met het **bieden**, dus ook met de 4-3-2-1-waarde van aas-heer-vrouw-boer. Gevolg daarvan was dat de beginners zich door deze puntenbarricade moesten vechten voordat ze aan spelen toekwamen. En áls ze dan speelden, en zagen dat een klein troefje – dat geen enkele punt waard was – een aas van de zo goed onthouden 4 punten kon arresteren, begrepen ze er geen hout meer van. In die periode was het vrij normaal dat een deel van de cursisten na enkel lessen afhaakte.

bridgeCLUBservice rob.stravers128@gmail.com Ron Jedema en Rob Stravers

Van cursistenuitval naar -toename

Die cursistenuitval tijdens een cursus veranderde in cursistentoename toen ik rond de **zeventiger jaren** de volgorde compleet omdraaide, laatste onderdeel van de cursus was: het biedsysteem!

Binnen vijf minuten na de kennismaking liet ik de beginners spelen, zonder troef, waarbij we onder veel hilariteit de eerste slag klassikaal behandelden, compleet met het toestemmende knikje bij de uitkomst ☺. De Gever was de leider. Na afloop moest het aantal gewonnen slagen worden genoteerd. Het spel werd een kwartslag gedraaid, waarna de linkertegenstander hetzelfde spel als leider mocht spelen. Al meteen een stukje competitie.

De 2e les leerden ze het fenomeen 'troef'. De Gever mocht de hand van zijn partner bekijken en de troefkleur vaststellen, waarna het spelen weer begon.

Meestal namen de cursisten de volgende lessen familieleden of vrienden mee, omdat het zo'n verbazend gemakkelijk spel was.

De 3e les kregen ze de volledige puntentelling op hun bord, compleet met manche- en slemcontracten, doubletten, etc. En ook met die kennis mocht de Gever – wederom na het bekijken van zijn partners hand – zijn contract bepalen. Een mooie les ook om BridgeMate en de Biedboxen te introduceren. Het grote voordeel van de biedbox is dat ze daarmee meteen de kleurvolgorde zien. Dat verkleint de kans op onvoldoende biedingen.

Pas in de 4e les introduceerde ik het bieden, maar volledig op gevoel, dus zónder biedsysteem. Ook die les had een hoog lachgehalte.

De 5e les mochten ze zich bedienen van een biedsysteem. T/m de les waarin volgbiedingen worden behandeld, mag na een openingsbod de tegenstanders niet tussenbieden.

Door deze volgorde wordt het biedsysteem als een bijzonder aangenaam hulpmiddel ervaren. Want door je te houden aan de punten en verdeling van je dertien kaarten, kom je automatisch op het meest aantrekkelijke contract!

Advertentietekst beginnerscursus

Grootste probleem van ons mooie spel zijn de vele negatieve (voor)oordelen over bridge.

- Moeilijk te leren
- Ingewikkeld
- Je moet alle gespeelde kaarten onthouden
- Spel voor ouwe mensen
- Tijdens het spel mag je niet praten of lachen

Je zult in je tekst deze blokkerende misverstanden moeten opblazen. En dat doe je niet met een tekst als: 'Houd je van gezelligheid? Leer bridge!'

bridgeCLUBservice rob.stravers128@gmail.com Ron Jedema en Rob Stravers

Waar je wél aan kunt denken: de luie lezer een beetje prikkelen...

Heb één keer het lef om de waarheid van bridge te ontdekken! Durf in te schrijven op onze beginnerscursus voor veertigminners!

- Uitdagend spel vooral voor jonge mensen.
- Met eenvoudige spelregels veel ruimte voor creativiteit.
- Ideaal spel om je liefde voor je partner te bewijzen.

Maar we discrimineren niet, als je veertigplusser bent, ben je eveneens welkom!

Clubleden omscholen tot huiskamerdocenten

Veel clubleden kennen maar weinig bridgende kinderen, kleinkinderen, vrienden en burens. Dat kan gemakkelijk veranderen, door alle clubleden te stimuleren ons spel aan minstens twee familieleden/vrienden te leren. Tegelijk, zodat al die thuisactiviteiten op de club kunnen worden afgerond met een speciale drive...

Van cursus naar club

Pure beginners bridge leren is één. Maar die spelers met een prettig gevoel op de club laten meedraaien is niet iets dat zomaar gaat!

Goed om als onderdeel van de cursus een paar 'lessen' tegen paren te spelen van de club. Waarbij je de cursisten in dezelfde richting laat spelen, zodat je twee uitslagen krijgt en minstens de helft van de beginners boven de 50% zal scoren.

Druk de beginners vooraf op het hart dat de eerste maanden voor hen 30% al een uitstekende score is!

Ondersteuning

Naast het aanleren van de bied- en speeltechniek is een gerichte **communicatietraining** van levensbelang!

Als je aan bridgers vraagt in welke lijn de meest sympathieke bridgers spelen: in de hoogste of in de laagste lijn, dan wordt het vaakst de laagste lijn genoemd.

Voor de goede orde: het percentage sympathieke spelers is in alle lijnen beslist gelijk. Maar... wij mensen, dus ook bridgers ☺, nemen een meer afwachtende/voorzichtige/voorkomende houding aan, als we denken dat degenen waartegen we spelen veel meer kennis en inzicht hebben dan wijzelf. Dan gaan we niet opeens tegen de ander zeggen wat hij beter had kunnen doen, of laten... Voelen we ons daarentegen in onze directe omgeving de expert, dan is de kans groot op het geven van een alternatief in meer absolute bewoordingen toch iets groter. Dat kan worden versterkt als een kampioenschap of degradatie op het spel staat, terwijl een paar in de laagste lijn onbekend is met het

bridgeCLUBservice rob.stravers128@gmail.com Ron Jedema en Rob Stravers

degradatiespook en zelfs mogelijk niet zit te wachten op een promotie naar een hogere lijn...

Dat betekent dat je als net begonnen bridger aan de clubtafels zeer waarschijnlijk veel ongevraagde docenten tegenkomt. Dat kan kan snel te veel worden, zeker als de beginner zonder steeds te moeten horen wat hij verkeerd deed, gewoon lekker vrijuit kan spelen.

Dan is het prettig als hij goedbedoelde verbeteringen op vriendelijke wijze kan stoppen. En dat geldt helemaal voor kritische opmerkingen of een houding die gemakkelijk ergernis zou kunnen opwekken.

Daarom is het goed om de beginnende bridger in enige mate te mobiliseren. Je kunt immers niet voorkomen dat een doorgewinterde clubspeler een opmerking maakt die gemakkelijk verkeerd kan vallen. Prettig als de beginner die dan met een glimlach van tafel kan vegen.

Mikken op nieuwe clubleden die al kunnen bridgen

Voordat je de eerste als wervend bedoelde letter op papier zet, moet je je verplaatsen in de doelgroep. Dat moeten in ieder geval bridgers zijn die wel naar je club **kunnen** komen. Dan moet er dus een reden zijn waarom ze die stap tot op heden niet namen.

Je kunt dan denken aan:

- Niet weten dát jullie club bestaat.
- Onbetaalbare parkeerkosten vreest of de afstand te groot vindt.

Dat zijn redenen die je met informatie en feiten kunt weerleggen.

Het wordt pas écht interessant als ze wel kúnnen, maar niet wíllen!

Dan kun je denken aan:

- Ik wil geen wekelijkse verplichting.
- Op een club spelen ze met het mes op tafel.
- Ik heb geen bridgepartner.
- Ik ben veel te zwak voor een echte bridgeclub.

In je tekst zul je die argumenten moeten wegnemen om de lezer op z'n minst aan het twijfelen te brengen.

Een leuke tussenstap kan zijn om een aangepast lidmaatschap aan te bieden voor Thuisbridgers. Daar kun je uitstekend het bekende fenomeen 'kofferbridge' voor gebruiken.

Een ander idee is: de door de club gespeelde spellen beschikbaar stellen aan thuisbridgers. Met een print van de 'scorebriefjes' zodat ze thuis kunnen ontdekken hoe leuk een clubuitslag kan werken.

Door je vooral te verplaatsen in de obstakels van de nog-niet-clubbridgers, kunnen mooie alternatieven als vanzelf ontstaan.

Ik wens je daarom veel verplaatsingsvermogen en creativiteit toe.

bridgeCLUBservice rob.stravers128@gmail.com Ron Jedema en Rob Stravers