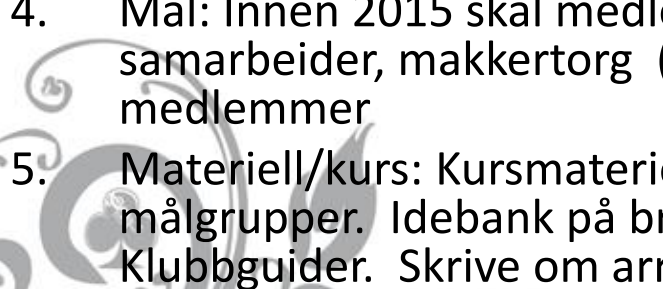


# Rekrutteringskampanjen 2013-2015



# Gruppe nr 1

1. Formål
    - Få flere yngre medlemmer /dra i samme retning
    - Øke interessen for bridge
    - For å overleve som bridgeklubber
  2. Innhold/budskap
    - Hva er bridge (lavere terskel, alminneliggjøre , ufarliggjøre)
    - Få med yngre jenter (de rekrutterer gutter)
    - Et sunt og sosialt miljø, fjerne gamle myter
    - En hobby for livet «Eldreomsorg»
  3. Navn: Tromsøbrua - Slik tar du storeslem
  4. Mål: Innen 2015 skal medlemsmassen ha økt med 10%, klubbene samarbeider, makkertorg (ansvarlige personer). Beholde kursdeltagere som medlemmer
  5. Materiell/kurs: Kursmateriell og opplegg for forskjellige årstrinn og målgrupper. Idebank på [bridge.no](http://bridge.no). Sentrale kursholdere som inspiratorer. Klubbguider. Skrive om arrangementer
- 

# Gruppe 2

## 1. Formål

- Få tak i både nye og tidligere medlemmer
- Yngre krefter

## 2. Innhold/budskap

- Lære grunnprinsippene i bridge – 10 kvelder
- Fadderordning
- Markedsføre bridgen til skoler, forsvaret, ungdomsklubber m.m.
- Bridgens dag

## 3. Navn: Et spill for fremtiden

## 4. Mål: Klubb: Opprettholde dagens medlemstall og øke det med minst 10% innen 2015.

- Krets: Opprettholde dagens medlemstall og øke det med minst 10% innen 2015.
- Nasjonalt: Opprettholde dagens medlemstall og øke det med minst 10% innen 2015.

## 5. Materiell/kurs: Gode lærebøker, kursmateriell for PC og nett.



# Gruppe nr 3

## 1. Formål:

- Vi trenger nye medlemmer
- Mer liv og mer moro i klubben

## 2. Innhold/Budskap

Hjernetrim, spenning, sosialt, nye venner. Bridgeleire, intensiv- og vanlig kurs, lynbridgekvelder som innledning for å fange folk til vanlige kurs, kontakte bedrifter med tilbud om lynkurs, ha stand på "dager" og vise seg fram på butikker og kjøpesentere, midt-timer på skoler og SFO, eldresentre, få alle uorganiserte klubber inn i forbundet

## 3. Navn: Bridge for alle (Underpunkter med morsomme bilder)

- Hjernetrim – spenning – sosialt – kreativt - for alle ambisjonsnivåer

## 4. Mål for kampanjen: En medlemsøkning på 25% fram til 2015

Ha et godt klubbmiljø hvor **alle** har ansvar for å hjelpe til med å få nye til å trives. Oppfølgingskurs en halvtime før spillekveld. Liste med temaer.

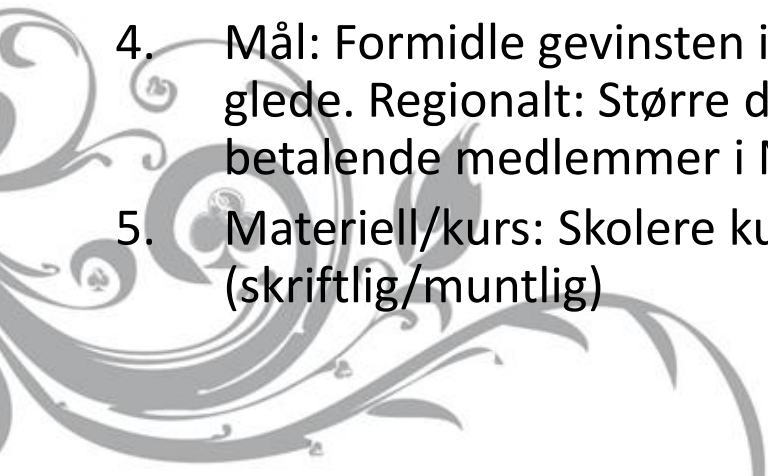
## 5. Hva trenger klubbe / kretsen....

Standard brev så ikke alle må finne opp kruttet. Gratis brosjyrer.

Kursmateriell. Skane blest i riksmedier

# Gruppe 4

1. Formål
  - Snu nedgangstrenden, øke antall medlemmer
  - Bridge som hjernetrim
2. Innhold/budskap
  - Presentere bridgen for både ungdom og andre grupper, så en spire
  - Følge opp kursdeltakere, både nye og gamle
  - Ivareta nye medlemmer
  - Kontinuerlig oppfølging
3. Navn: Livet er kort, spill bridge/Bridge for alle/Bridge – et spill for livet
4. Mål: Formidle gevinsten i livskvalitet. Lokalt: Få flere i klubben, mer glede. Regionalt: Større deltakelse i turneringer. Nasjonalt: Flere betalende medlemmer i NBF
5. Materiell/kurs: Skolere kursleder, oppfølging av kurs/kursleder (skriftlig/muntlig)



# Gruppe 5

## 1. Formål

- Øke medlemsantallet for dermed å øke grunnlag for fornying og flere turneringer
- For økt eksponering spesielt til yngre grupper av potensielle medlemmer

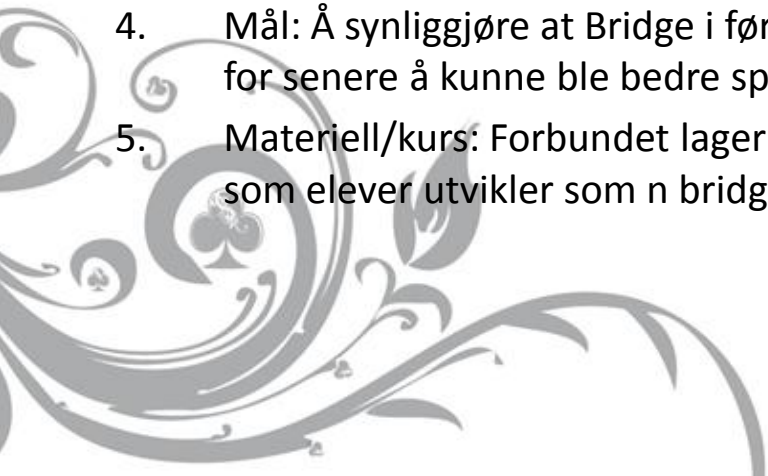
## 2. Innhold/budskap

- Et felleskap som passer alle grupper i samfunnet
- Synliggjøring av brigde i ulike sammenhenger FB spilling på offentlige steder
- Større innsats for å få Bridge inn som valgfag i U-skole og andre skole og studentmiljøer
- 

## 3. Navn: Bridge for alle

## 4. Mål: Å synliggjøre at Bridge i første omgang er morsomt for å synliggjøre mestringsfølelse for senere å kunne ble bedre spillere

## 5. Materiell/kurs: Forbundet lager et oppsett som enkelt skisserer hvilke ferdigeter/evner som elever utvikler som n bridgespillere



# Gruppe nr 6

1. Formål
  - Vise at Bridge er en gøy og sosial aktivitet, for alle.
  - Frisk blod tilførsel til Bridgen
2. Innhold/budskap
  - Ta kontakt med Skoler, Bibliotek, Bedrifter og tilby Lynkurs (sen vår/tidlig høst)
  - Aktive medlemmer samle interesserte og holder lynkurs
  - Starte nybegynner kurs over flere kvelder (høsten)
  - Oppfølging i klubben på våren, med inkludering og fadderordning.
  - Inkludere nye medlemmer i neste vårs lynkurs.
3. Navn: Navnekonkurransen (Premiert?)
4. Mål: Doble medlemsmassen lokalt, Felles kurs regionalt, nasjonalt rekruttere anerkjente personer som lærer bridge og deltar i EM!
5. Materiell/kurs:
  - Samarbeid evt. reklame i TV , Annonser, Facebook.

# Gruppe 7

1. For å øke interessen for bridge.  
-øke medlemsmassen.
2. Innhold/budskap.
  - Fadderturneringer/ordninger.
  - Grunnkurs og videregående kursutdanning.
  - Ufarliggjøre bridgen.
  - Få bort myter(ikke vanskelig/farlig-gubbesport)
  - Helgekurs.
3. "WE WANT YOU!" viderføres.
4. Øke medlemstallet.
- 5
  - Lynkurs på Powerpoint og annet materiell.
  - Gode tips fra NBF.



# Gruppe nr. 8

## 1. Hvorfor skal vi ha en rekrutteringskampanje? (og hvordan)

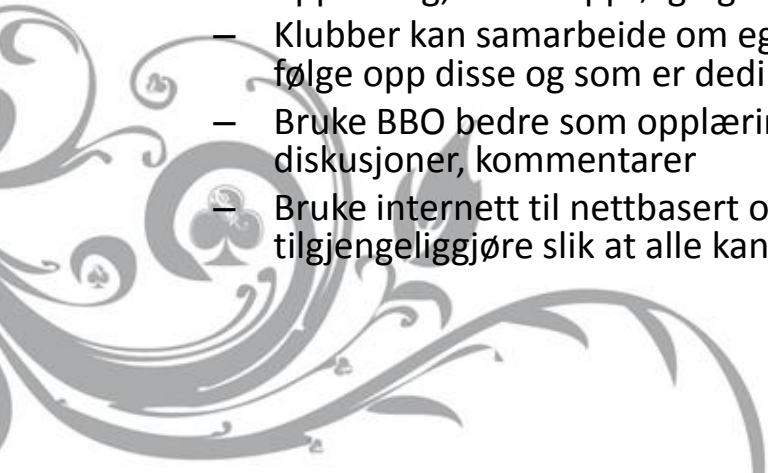
- Nye impulser, få inn yngre folk
- nye rekrutteringsmetoder for å nå ut til de vi ikke har nådd så langt - Sosiale medier
- Øke medlemstallet - spre kunnskap om bridge
- Få ned gjennomsnittsalderen
- Skape miljø for rekruttering i klubben - få alle til å ta ansvar
- Bedre anseelsen for bridgen frem mot EM
- Ansvarliggjøre hvert enkelt medlem for å rekruttere
- Gi klubbene en ny giv
- Få opp interessen blant alle - fokusere på det sosiale



# Gruppe 8

## 2. Beskrivelse av kampanjen

- Vurdere prisen for opplæringspakken - kan det sendes ut noen gratis pakker til skoler/SFO/folkehøyskoler/Universiteter osv.
- Kombinere bridge med andre aktiviteter (bridge/golf) - spille bridge i klubben (golf)
- Bruke materiellet (roll-ups) osv. fra forbundet mer aktivt.
- Skape mål og konkurransesituasjon mellom skoler
- Skape møteplasser eller oppsøke møteplasser
- Skape miljø og en plan for å ta vare på nye spillere. Alle i klubben må delta og ta ansvar.
- Hvordan klarer noen klubber å beholde nye spillere?, Egne opplæringsdager, egne rekrutteringsklubber (samarbeid mellom flere klubber), innfasing av spillere i klubben – egne puljer
- Bruke sosiale medier – Facebook mer aktivt (Bridgeapp)
- Bør kretsene være ansvarlige for å etablere egne rekrutteringsklubber, med færre spill, bedre opplæring, bedre oppfølging
- Klubber kan samarbeide om egne dager for rekrutteringsspillere - finne egne folk som kan følge opp disse og som er dedikert
- Bruke BBO bedre som opplæringsplattform - forbundet må ta ansvar for tilrettelegging, diskusjoner, kommentarer
- Bruke internett til nettbasert opplæring, tilrettelegge for gratis opplæring på nett, videoer, tilgjengeliggjøre slik at alle kan se på dette når og hvor som helst.



# Gruppe 8

## 3. Forslag til navn på kampanjen?

- Bridge for alle - hobbyen som varer livet ut
- Bridge er gøy
- Livet er kort - spill bridge

## 4. Mål for rekrutteringskampanjen?

- Senke gjennomsnittalder på bridgespillere
- Øke medlemsmassen til 12000
- Gjøre bridge mer kjent blant befolkningen frem mot EM 2015

## 5. Hva trenger klubben/kretsen fra NBF?

- Kokebok/forslag til hvordan beholde spillere i klubben
- Tilgjengeliggjøre og spre informasjon om andre klubber/kretsers suksesshistorier



# Gruppe 9

## 1. Formål

- Være inkluderende medlemmer i klubber (få medlemmer til å ta imot medlemmer, ikke ta poeng)
- Synliggjøre bridge i media

## 2. Innhold/budskap

- En hobby for livet
- Et spill for alle mennesker
- Sunnhet, mental trening
- Tidslinje: delmål 31.12.2015, ha like stort engasjement i 2016.

## 3. Navn: Bridge –for alle aldre

## 4. Mål:

Klubb: Bli inkluderende

Regionalt:

Nasjonalt: Øke medlemsmasse målsatt antall eks 1.000 spillere (ca 4 pr klubb)

## 5. Materiell/kurs:

Få et dataverktøy til kurs. Kan NBF hjelpe til med å få PR i lokalaviser?

Mer detaljert plan for gjennomføring av kurs - før, under og etter. (basert på erfaringer)

Strategi for å nå frem til nye spillere og ikke minst til de «inaktive» spillere

# Gruppe 10

1. Formål
    - Øke medlemstallet, (stoppe frafallet og rekruttere nye)
    - Beholde kursdeltagere, få tilbake gamle medlemmer
    - Gjøre bridgen kjent blant folk flest
  2. Innhold/budskap
    - Sport for alle, inkluderende sosialt miljø
    - Bevisstgjøre alle medlemmer om kampanjen
    - Bli synlige i media, bruke lokalaviser
    - INFO på skoler om bridge, få bridge inn som aktivitet under temauker
    - Lage opplegg for lag fra forskjellige skoletrinn under Bridge-EM i Tromsø
    - Samspill besteforeldre / barnebarn (besteforeldre med bridgeerfaring). Ny klasse under "Bridgeuka", Mix barnebarn / besteforeldre
  3. Navn: BRIDGE – bare et spill?
  4. Mål:
    - \* Øke medlemstallet (klubb, krets og forbund)
    - \* Øke bridgeaktiviteten (Klubb, krets og forbund)
    - \* sette BRIDGE på dagsorden
  1. Materiell/kurs:
    - \* Opplæringsmateriell (app)
    - \* Små videosnutter, snutter på "you tube" (spilleproblem, enkelt system)
- 