

Tanker rundt NBFs nye strategi

Seminardelen av kretsledermøtet ble innledet med en sesjon der NBFs nye strategi ble satt under lupen. Jan Aasen hadde tidligere på dagen skissert hvordan forbundet ønsket å spisse sitt tilbud i tre hovedsatsinger:

- Bridge som sport
- Bridge som sosial aktivitet
- Bridge på nett

Per Watz gikk gjennom sine betraktninger om hvordan denne strategien kan føre bridgen inn på nye veier i tiden framover.

Hele økten ble gjennomført som en dialog mellom deltakere og innleder, og at temaet var av stor interesse for deltagerne vitnet deres store villighet til å kommentere og komme med synspunkter underveis.

Hovedbudskapet i innledningen var at strategien har som siktepunkt at alle ledd i organisasjonen må bestrebe seg på å gi medlemmer et tilbud som er tilpasset hva medlemmene etterspør - mer enn sporten alene.

Fra deltagerne ble det gitt uttrykk for at de var positive til denne nyorienteringen, og det kom også flere eksempler på hvordan kretsleddet kan bidra i denne utviklingen.

Ikke uventet var det størst usikkerhet på hvordan bridge på nett kunne styrke krets- og klubbenes arbeide, og derfor var mange spent på utviklingen av en felles Nordisk internettklubb og opplegget rundt den. Imidlertid var det generell enighet om at det var bedre å ta tak i problemstillingen aktivt og gjøre nettspillingen til en del av den organiserte bridgen.

Det var også stor enighet om at rekrutteringssituasjonen ville kunne bedres hvis et flertall av klubbene evner å tilpasse spilletilbudet til de mer rutinerne spillerne. Disse klubbene vil måtte stå for nyrekrutteringen til bridgen, mens andre klubber med større fokus på bridge som sport må ivareta oppgaver som talentutvikling og trening av de bedre spillerne.

En konklusjon på dette emnet var at kretsene så fram til videre utvikling av strategien, og at de gjerne ville gjøre sitt til å implementere den nye strategien.

Hvorfor være medlem av NBF?

Sesjon to på søndags formiddag var det forbundets omdømme og synkende medlemstall som var i fokus, og hvordan dette representerer en trussel mot forbundets økonomi og evne til å videreføre aktiviteter med sikte på å styrke kretsenes og klubbenes arbeide.

Medlemskontingenten representerer 70-80% av forbundets inntekter, og det er derfor grunn til bekymring når medlemstallet synker til tross for at mye er gjort fra forbundets side de senere årene for å stimulere klubbene til å komme på offensiven i rekrutteringsarbeidet.

En undersøkelse i Østfold og Follo krets foretatt i våres viser at klubbene tillot at opptil 10% av spillerne delta på klubbens spillekvelder uten å være organisert i NBF. Hvis situasjonen i de øvrige kretsene er tilsvarende, vil det innebære at forbundet årlig går glipp av opp mot en halv million kroner i inntekter bare av den grunn.

Deltagerne ble gjennom et gruppearbeidet bedt å gi tilbakemeldinger på følgende 3 spørsmålsstillinger:

- Hvordan kan vi snu de negative holdninger til medlemskap i NBF?
- Kan vi forvente at kretsene aktivt vil ta denne problematikken opp med klubber og medlemmer?
- Hva vil dere at forbundet skal gjøre i denne sammenheng?

Det kom mange konstruktive tilbakemeldingene fra deltagerne på denne oppgaven. Kretsene ga uttrykk for at de hadde et medansvar for at holdningene til forbundet var positiv blant

medlemmene, og at forbund og krets måtte samarbeide for bevisst for å bedre forbundets omdømme.

Det ble påpekt at det er viktig at forbundet utarbeider en kort argumentasjonsrekke om fordelene ved å være medlem i NBF, som kretsene igjen kan bruke i sin kommunikasjon overfor klubber og medlemmer. Likeledes at forbundet bevisst utnytter alle kanaler til å kommunisere om hva det gjør og hva som oppnås. Spesielt vil Norsk Bridge og forbundets hjemmeside være godt egnet til å markedsføre gode effekter av forbundets aktiviteter.

Det ble også påpekt at de internasjonale suksesser våre landslag har oppnådd og Norges sterke posisjon i bridgeverden er relativt dårlig kjent blant de medlemmer som ikke deltar i turneringer utenfor klubben.

Det ble understreket at det var viktig at forbundet fant fram til motiverende virkemidler - ikke sanksjoner. Og at suksesshistorier fra kretser og klubber ble brukt i omdømmebyggingen.

Kretsene på sin side ville arbeide for å informere sine klubber og medlemmer om hvilket tilbud forbundet har både gjennom turneringsvirksomheten og de administrative hjelpemidler som indirekte kommer medlemmene til gode gjennom klubbens virksomhet.

På grunnlag av alle tilbakemeldingene på denne oppgaven, vil vi vurdere å utarbeide en omdømmekampanje som forbund og kretser kan samarbeide om fra neste sesongen.

Samvirke Forbund - Krets - Klubb

Siste sesjon i seminardelen var viet en diskusjon om hvordan kretsene kan arbeide for å bedre organisasjonskulturen i egen krets. Temaet ble behandlet i en dialog mellom innleder og deltagerne.

Under Organisasjonsdagene i april beskrev deltagerne hvilke krav og forventninger det var rimelig at klubbene kunne ha til sin krets og omvendt. Dette arbeidet var utgangspunktet for hvordan man påvirke organisasjonskulturen i kretsene.

Kretsene ble oppfordret til å gjøre en tilsvarende vurdering av hvilket tilbud de ville ha til sine klubber, og også beskrive hvordan de forventet at klubbene arbeidet for sine medlemmer og i relasjon til kretsen.

Ved å kommunisere sitt tilbud og forventninger til de enkelte klubber i kretsen, vil man kunne få til en forventningsavklaring mellom krets og klubb og starte prosesser som vil bidra til å underlette kommunikasjon mellom krets og den enkelte klubb. En slik avklaring vil være et godt grunnlag for den videre arbeide i kretsen, og være et godt hjelpemiddel til å utvikle en hensiktsmessig organisasjonskultur.

Intensjonen med denne økten var i utgangspunktet også å ta opp hvordan forbund og kretser kan arbeide for å forbedre sin kommunikasjon. Et stort engasjement fra deltagerne under de første to sesjonene hadde imidlertid medført at det ikke var tilstrekkelig tid til å få gjennomdiskutert denne vinklingen av problemstillingen, slik at dette aspektet får vi heller komme tilbake til ved en senere anledning.

Lars Eide takket avslutningsvis deltagerne for deres positive bidrag til gjennomføringen av seminardelen, og at det tydeligvis ble arbeidet godt i en rekke kretser.

10.juni
Per Watz

Vedlegg

Innledning:

Tanker rundt NBFs nye strategi

Innledning:

Hvorfor være medlem av NBF

Oppsummering gruppearbeid:

NBFs tilbud til medlemmene

Rapport fra Østfold og Follo krets:

Aktive Bridgespillere som ikke er medlemmer i NBF

Innledning:

Samvirke Krets - Klubb

Organisasjonsdagene:

Forventninger til Krets og klubber