

# Jeder Club kann wachsen

Wie die meisten Vereine, so war auch der BC Nürnberg Gesellschaft Museum in der Coronazeit einem spürbaren Mitgliederrückgang ausgesetzt. Im Anschluss an diese Zeit haben wir aber verschiedene Maßnahmen umgesetzt, die zu einem deutlichen Wachstum geführt haben, so dass wir prognostizieren, demnächst ein Allzeithoch an Mitgliedern zu erreichen. So haben z.B. in den letzten 12 Monaten rund 50 Neulinge mit dem Bridgen angefangen, die zum Großteil hoffentlich dieses oder spätestens 2026 Mitglied werden. Keine unserer Maßnahmen stellt irgendein Hexenwerk dar, so dass ich auf die Eingangsthese zurückkommen möchte: „**Jeder Club kann wachsen**“.

Grundsätzlich erfolgt die Ausbildung von Neulingen in drei Schritten:

1. Werbung von Interessenten
2. Ausbildung der Interessenten
3. Integration der Anfänger in den Club

Auf diese drei Schritte werde ich im Folgenden eingehen:

## Werbung von Interessenten

Es macht wenig Sinn, Bridgekurse anzubieten, ohne dass potentielle Kursteilnehmer eine ungefähre Vorstellung haben, worum es bei Bridge überhaupt geht. Eine Kursbeschreibung mag vielleicht hilfreich sein, ist aber nicht ausreichend. Wir haben auch schon Zeitungsartikel, Inserate und Flyer probiert. Diese mögen im Einzelfall auch Erfolg haben. Letztendlich haben sich aber zwei Werbemaßnahmen bewährt:

- Mund zu Mund Propaganda: Werbung durch Bridgespieler in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis ist sehr effektiv. Wenn jedes Mitglied nur einen Interessenten akquirieren würde, hätten wir mehr Anfänger als wir ausbilden können. Diese haben dann auch schon eine gute Vorstellung, was sie im Kurs erwartet und lassen sich über ihren schon bridgespielenden Bekannten nach dem Kurs auch oft einfacher in den Club integrieren.
- Schnuppertermine: Bei uns fangen dreimal im Jahr neue Kurse an. Vor jedem Kurs findet vorher mind. ein Schnuppertermin statt. Zwei davon sind auf Messen, einer auf den sogenannten Stadtverführungen, was in Nürnberg eine Art Tag der offenen Tür in Vereinen und Museen ist. Dazu kommen noch Schnuppertermine, die aufgrund von Kontakten zu Kooperationspartnern entstehen.

### Schnuppertermine:

Bei Schnupperterminen wird pro Tisch eine Person zum Erklären benötigt. Diese sollte auf Bridgeterminologie verzichten und bei einer nicht durch vier teilbaren Interessentenzahl den Dummy und bei Bedarf einen Gegenspieler übernehmen. Die Interessenten brauchen nicht zu wissen, dass wir Coeur und Treff zu Herz und Kreuz sagen. Oft habe ich schon erlebt, dass bei Schnupperterminen intensiv darauf eingegangen wird, dass ein Ass 4 Punkte zählt, ein König 3 usw. Grundsätzlich ist dies aber keine Eigenschaft, die Bridge auszeichnet. Diese Punktzählung ist nur ein Hilfskonstrukt, das bei der Reizung hilft und ist dementsprechend bei einem Schnuppertermin vollkommen überflüssig.

Viel wichtiger ist, Erklärungen kurz zu halten. Die Interessenten sollen so viel wie möglich spielen. Lasst deshalb die Reizung bei einem Schnuppertermin weg. Es reicht, wenn die Spieler erstmal nur versuchen, möglichst viele Stiche zu machen. Was ein Stich ist, kann man am Ende des ersten Stiches erklären, was der Dummy bzw. Alleinspieler ist, während des ersten Stiches.

Ganz wichtig: Im Gegensatz zur Punktezählung ist es ein wesentliches Kennzeichen von Bridge, dass Kartenglück keine (große) Rolle spielt. Dass es nicht darauf ankommt, gute Karten zu bekommen, sondern mehr Stiche als andere Paare mit den gleichen Karten zu machen, löst jedes Mal ein positives Erstaunen aus. Es ist ganz wichtig, darauf am Ende der ersten Partie einzugehen. Damit das verständlich ist, sollten die Partien so vorbereitet werden, dass gerade in der ersten Partie der Alleinspieler auf jeden Fall mehr Stiche macht als der Gegner, egal wie fehlerhaft das Abspiel ist. Generell sollte man die Partien so vorbereiten, dass keine komplizierteren Spieltechniken

drankommen. Die Interessenten sollten eine Chance haben, die max. machbare Anzahl an Stichen zu erzielen.

Grundsätzlich lassen sich zwei Arten von Schnupperterminen unterscheiden, die beide eine leicht unterschiedliche Herangehensweise erfordern:

- Schnuppertermine für Bridgeinteressenten und
- Schnuppertermine für Laufkundschaft

**Schnuppertermine für Bridgeinteressenten:** Wenn wir einen Tag der offenen Tür anbieten, dann kommen zu einer solchen Veranstaltung nur Personen, die einen Einblick in unser Hobby bekommen wollen. Solche Personen sind auch bereit, mehrere Boards zu spielen. Insofern kann ein solcher Schnuppertermin durchaus eine Stunde oder gar länger dauern.

Es hat sich ebenfalls bewährt, Kulturvereine, Golfclubs, ... anzusprechen, ob man dort Bridge vorführen kann. Wenn es gelingt, bei einem solchen Schnuppertermin ein Gruppengefühl auszulösen, dann kann das sehr effektiv sein. Bei einem Schnuppertermin in einem Golfclub hatten wir 15 Interessenten, die sich anschließend alle für einen Kurs angemeldet haben und zusätzlich noch weitere Bekannte akquiriert haben, die am Schnuppertermin keine Zeit hatten. Umgekehrt haben wir aber auch schon Schnuppertermine in Vereinen veranstaltet, aus denen keine einzige Anmeldung erfolgte.

**Schnuppertermine für Laufkundschaft:** Natürlich ist nicht jede Stadt eine Messestadt. Aber jede Stadt bietet Flohmärkte, Stadtfeste, ... an. Möglichkeiten, einen Bridgestand aufzubauen, gibt es in jeder Stadt. Wichtig ist aber: Niemand kommt auf eine solche Veranstaltung in der Absicht, Bridge zu lernen. Das bedeutet, wir müssen die Interessenten an unseren Stand locken. Dazu brauchen wir Personen, die Passanten ansprechen und an die Tische holen. Es klappt definitiv nicht, dass wir darauf warten, von Interessenten angesprochen zu werden.

Meist wollen Interessenten nur 1-2 Boards spielen, bevor sie weiterwollen. Insofern müssen wir in 10-15 Minuten unsere Message platzieren, wovon die Interessenten auch noch den Großteil spielen. Das bedeutet, es ist noch viel wichtiger, sich beim Erklären auf das wichtigste zu beschränken. Am Ende sollte auf das Kursangebot eingegangen werden. Ideal ist es, wenn man die Kontaktadressen von Interessenten bekommen kann. Eine Kontaktaufnahme im Anschluss an den Schnuppertermin erhöht signifikant die Chance, dass ein Interessent sich auch für einen Kurs anmeldet.

Um einen Schnuppertermin durchzuführen, braucht man vorbereitete Boards, einen ansprechenden Stand, pro Tisch einen Erklärer und 1-3 Personen, die Interessenten ansprechen und zwar für den gesamten Zeitraum, in der die Veranstaltung durchgeführt wird. Zusätzlich werden Personen für den Auf- und Abbau benötigt. Auch wenn solche Veranstaltungen anstrengend sind, so bringen sie doch auch Spaß. Unsere Erfahrung ist, dass dies Events sind, die neben dem Nutzen Mitgliederwerbung auch die Identifikation mit dem Verein fördern. Die Kosten für einen solchen Schnupperstand sind meist sehr überschaubar.

## Ausbildung von Interessenten

Geschickt ist es, wenn Kurse ca. einen Monat nach einem solchen Schnuppertermin beginnen. Das wird sich allerdings nicht immer realisieren lassen, da wir auf Termine von Messen, Stadtfesten etc. keinen Einfluss haben und Kurse am besten nach Sommer-, Winter oder Osterferien beginnen.

Ob man den Kurs mit Minibridge beginnt, Reizung und Abspiel gleichzeitig macht oder die Reizung erst im Anschluss an die Spieltechnik behandelt (unsere bevorzugte Vorgehensweise), möchte ich an dieser Stelle nicht behandeln. Dazu sind die Meinungen zu unterschiedlich.

Wichtig ist aber, dass Teilnehmer unterhalten werden wollen. Bridge lernen muss Spaß bringen. Das gelingt am besten, wenn möglichst viel gespielt wird und der Kursleiter sich mehr als Moderator/Entertainer denn als Referent begreift. Am Ende jedes Boards sollte der Kursleiter aber das wichtigste eines jeden Boards zusammen fassen quasi als Moral von der Geschichte. Wenn ein Kursleiter diese als Merkregeln zusammenfasst, erhöht sich signifikant die Chance, dass das ein oder

andere beim Anfänger hängen bleibt. Hierbei muss aber das Verstehen dem Auswendiglernen voraus gehen. Bridge ist so vielseitig. Jedes Board ist anders. Wenn Anfänger nicht verstehen, warum sie etwas machen sollen, wird es ihnen schwerfallen, Inhalte von einem Board auf ein anderes vergleichbares zu übertragen.

Ein zentraler Aspekt ist, dass innerhalb des Kurses ein Gruppengefühl entsteht. Um dies zu fördern und gleichzeitig einen Eindruck von Bridge als Turnier zu vermitteln, veranstalten wir einmal im Monat ein Anfängerturnier, an dem Spieler aus allen Anfängerkursen teilnehmen. Die Boards und das Movement sind so vorbereitet, dass die Anfänger auf Boards treffen, die ihrem jeweiligen Kenntnisstand entsprechen, wobei bei den absoluten Anfängern die Kontrakte vorgegeben werden. Anschließend gehen wir gemeinsam Essen. Es hat bisher wunderbar geklappt, dass auf diese Weise Kontakte und Freundschaften sogar über Kursgrenzen hinaus entstanden sind.

Wenn Anfänger einmal in der Woche am Unterricht teilnehmen und sich zwischendrin nicht mit Bridge beschäftigen, dann dauert es sehr lange, bis Anfänger Fortschritte machen. Deshalb ist es sinnvoll, die Anfänger zu animieren, sich privat zu treffen und z.B. die Boards aus dem Unterricht nachzuspielen. In der Praxis klappt das nicht so gut. Deshalb empfehlen wir den Bridge Master in der Serie 1 und verwenden daraus auch Boards im Unterricht. Diese können sie auch alleine zu Hause nachspielen. Das ist zwar für das Gruppengefühl nicht so gut, aber die Hürde, Spieltechnik zu üben, ist deutlich geringer. Die Serie 1 des Bridge Master umfasst eigentlich alles, was ein Anfänger an Spieltechnik wissen sollte. Leider wird diese Serie im Gegensatz zu anderen schwereren Ausgaben nicht kostenlos auf BBO angeboten.

## **Integration der Anfänger in den Club**

Das ist der mit Abstand schwierigste Punkt auf dem Weg vom Interessenten zu einem Clubturnierspieler. Wir haben vieles ausprobiert, um Anfänger zum regelmäßigen Spielen zu animieren. Paten, die einmal im Monat mit einem Anfänger spielen, führten dazu, dass Anfänger auch nur einmal im Monat spielten. Erfolgsversprechend sieht die App Cuebids aus, die wir seit kurzem auch im Anfängerunterricht einsetzen, die wir aber auch für erfahrene Spieler empfehlen. Ich benutze die App selber, um mit der besten Bridgepartnerin von allen zu üben.

In Cuebids reizt man Boards gemeinsam mit seinem Partner. Im Anschluss wird der gereizte Kontrakt bewertet anhand einer Double Dummy Analyse. Dadurch, dass man nicht gleichzeitig mit dem Partner reizen muss, sondern immer dann, wenn man gerade Zeit hat, ist ein solches Reiztraining wunderbar unkompliziert.

Sobald die Anfänger einigermaßen reizen können, bekommen sie einen Reizpartner. Dieser reizt 1-2x die Woche 10 Boards mit dem Anfänger und bespricht diese anschließend. Da die Reizung mit Anfängern relativ schnell zum Endkontrakt führt, ist der Aufwand recht gering, der Übungsfaktor aber sehr hoch. Wir empfehlen auch, dass die Anfänger die App nutzen, um untereinander zu reizen, auch wenn da der Übungsfaktor nicht so hoch ist wie gemeinsam mit dem Reizpaten.

Vielerorts wird gejamert, dass sich der DBV viel mehr in der Mitgliederwerbung engagieren sollte. Letztendlich hat aber jeder Verein die Möglichkeit zu wachsen. Der Weg dahin bedeutet viel Arbeit. Er ist aber machbar. Wenn die Kinder aus dem Haus gehen oder man im Job kürzertritt, dann ist genau der Zeitpunkt erreicht, zu dem die meisten Menschen mit dem Bridge anfangen. Wenn ich in unsere Kurse schaue, dann ist es kein Wunder, dass die meisten Teilnehmer genau aus der sogenannten Boomer Generation kommen, die jetzt in die Rente geht. Sprich: Wir haben jetzt den optimalen Zeitpunkt zum Wachsen. Diesen müssen wir nutzen. So günstige Rahmenbedingungen wie jetzt werden wir nie wieder haben. Es liegt an uns, diese zu nutzen.