



# Werven leden Rumor di Mare

## Inleiding

Op dit moment telt ons koor ruim veertig leden. Er is weliswaar een voorzichtige aanwas, maar over het geheel genomen loopt het aantal terug. We kennen dan ook al enige tijd geen wachtlijst meer. De geringe aanwas en de terugloop van het aantal leden dat daarmee gepaard gaat, heeft consequenties voor ons koor:

- Geringere inkomsten, terwijl de vaste uitgaven gehandhaafd blijven;
- Geen instroom van jonge leden en dus vergrijzing;
- Gebrek aan instroom van nieuwe kwaliteit.

Een kleiner koor is niet erg, maar dan moeten we wel gezamenlijk de financiële gevolgen willen dragen. Vergrijzing van ons koor leidt uiteindelijk onafwendbaar tot een nog kleiner gezelschap en is waarschijnlijk ook niet aantrekkelijk voor nieuw bloed. Het gebrek aan instroom van nieuwe kwaliteit heeft uiteraard invloed op de ambities van ons koor.

Alles bijeen genomen is er voldoende reden voor het starten van een wervingsactiviteit.

Leden werven voor Rumor di Mare kan op verschillende manieren. In deze notitie staat een aantal die we tegen relatief geringe kosten kunnen hanteren. Deze methoden zullen we voor een deel tegelijkertijd gebruiken, zodat deze elkaar versterken. We organiseren bijvoorbeeld een wervingsactiemaand.

## Mond-tot-mondreclame

De beste promotie die je kunt hebben is die van de mond-tot-mondreclame. Wanneer je een koor hebt dat staat als een huis, krijg je vanzelf mond-tot-mondreclame. Dat is de beste reclame die je kunt hebben. Daar kan geen flyer of poster tegenop.

Een goed imago van het koor is daarbij belangrijk. En we moeten laten zien dat we bestaan en wat we doen. Dat betekent dus ook dat wij onze kwaliteit moeten uitstralen: met kwaliteit trek je kwaliteit.

## Neem een nieuw koorlid mee

Koorleden worden actief uitgenodigd mogelijk geschikte kandidaten in hun omgeving mee te vragen naar een repetitie. Ieder lid is een ambassadeur van de vereniging. We kunnen een lid dat een nieuw (blijvend) lid aanbrengt, belonen met een CD-bon. Maak in ieder geval aan de leden bekend, dat er dringend behoefte is aan uitbreiding van het ledenbestand.

## Onze website

Een voor de hand liggend medium is natuurlijk onze eigen website. Nu al staat er een kleine annonce voor zangers en musici op de site. We zouden daarmee - zeker in een bepaalde periode - wat groter uit kunnen pakken.

## De openbare repetitie

De Openbare repetitie is een goede gelegenheid om mensen kennis te laten maken met onze wijze van repeteren en speelt dus een belangrijke rol in de werving van nieuwe koorleden (zie onder Communicatie) We kunnen er voor kiezen om eens een zomerse repetitie niet in de Tuinzaal te houden, maar om het Burchtplein daarvoor te gebruiken

## **Communicatie**

### **Persbericht**

We sturen een persbericht naar het Leidsch Dagblad, regionale en lokale omroepen, kabelkranten en de huis-aan-huisbladen in en rond Leiden (met een royale passer getrokken) Zo mogelijk verwerken we het wervingsverhaal in een verslag van één van onze uitvoeringen. Maar natuurlijk ook als opmaat naar de Openbare repetitie.

### **Advertenties en oproepjes**

Verder plaatsen we advertenties en kleine oproepjes in de huis-aan-huisbladen in en rond Leiden. (Niet in het Leidsch Dagblad, want dat is voor ons onbetaalbaar)

### **Flyers op de supermarkt**

Koorleden hangen kaartjes (flyers) op in hun plaatselijke supermarkt en delen deze uit tijdens optredens die zich daartoe lenen. Daar maken we een opvallend ontwerp voor. Deze flyers dienen tevens als promotiemateriaal voor het koor.

### **Website Contactgroep Leidse Koren**

We adverteren op de website van de Contactgroep Leidse Koren

### **Begroting**

Kleine advertenties in de plaatselijke huis-aan-huisbladen	€ 100
Flyers (ontwerp in eigen huis)	- 150
<b>Totaal</b>	<b>€ 200</b>

**Cees Meijer**