

# Tema: Medlemskab i Rotary

## Hvor starter man arbejdet?

Lillestrøm, 18. marts 2017

PETS & Distriktstræning D-2260



## Rotary Leadership Institute (RLI)



En Rotarian

Klubben

Rotary nätverket

### RLI – Innehåll

#### Ledarskap

Kunskap om ledarskap av frivilliga

Strategiplan och analys

Team Building

Kommunikation inom klubben

Image och PR

Effektiva ledarstrategier

#### Service

TRF

Service och projekt

Målinriktad service

Internationell service

Rotarys möjligheter

Göra skillnad!

#### Medlemskap

Mitt Rotary

Engagera medlemmarna

Etik och Rotary i vardagen

Ett attraktivt Rotary

Bygga en starkare klubb

RLI - framtida möjligheter



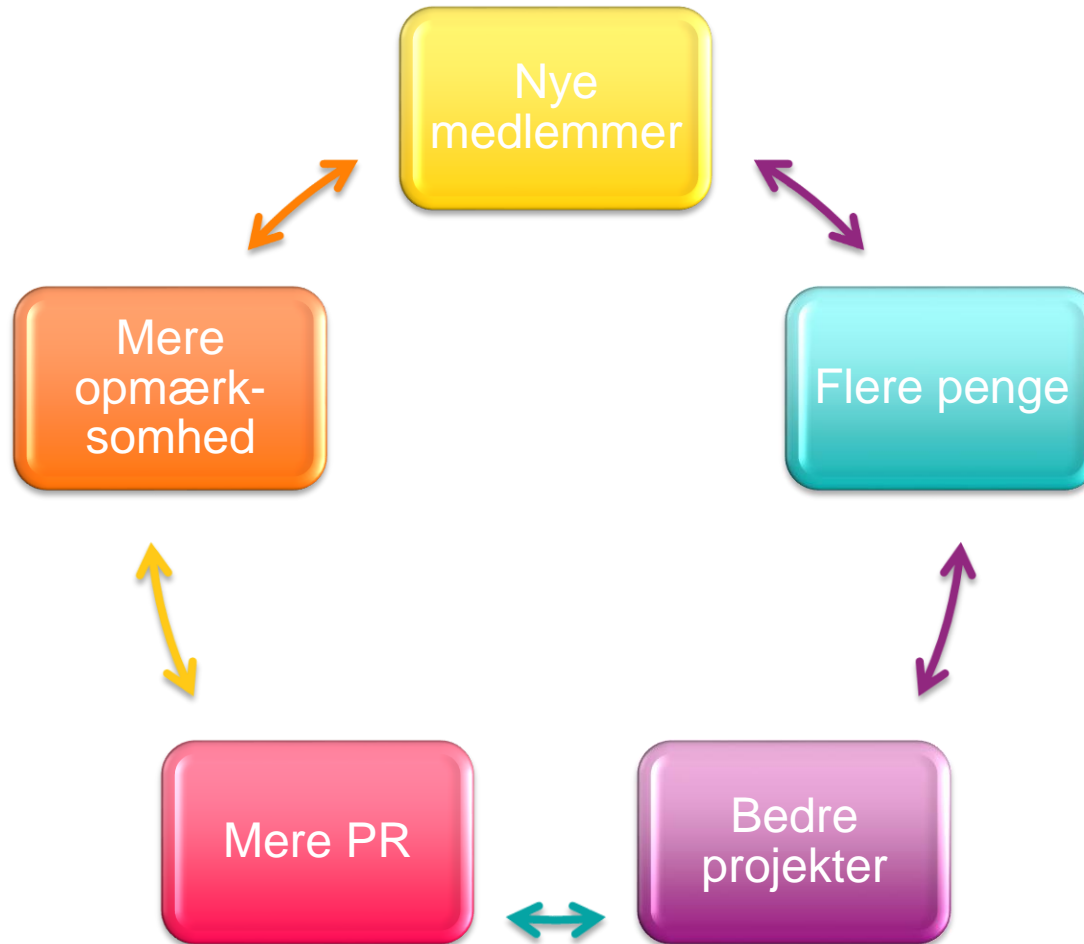
Rotary Leadership Institute  
RLI Sverige

RLI - för dig som

- önskar utvidga ditt nätverk
- vill göra skillnad i din klubb
- vill lära känna och ta del av alla de möjligheter som Rotary ger

Rotary  

# En spiral, der både er god og ond



# Rotary i 2016-17. Hvad rører sig?

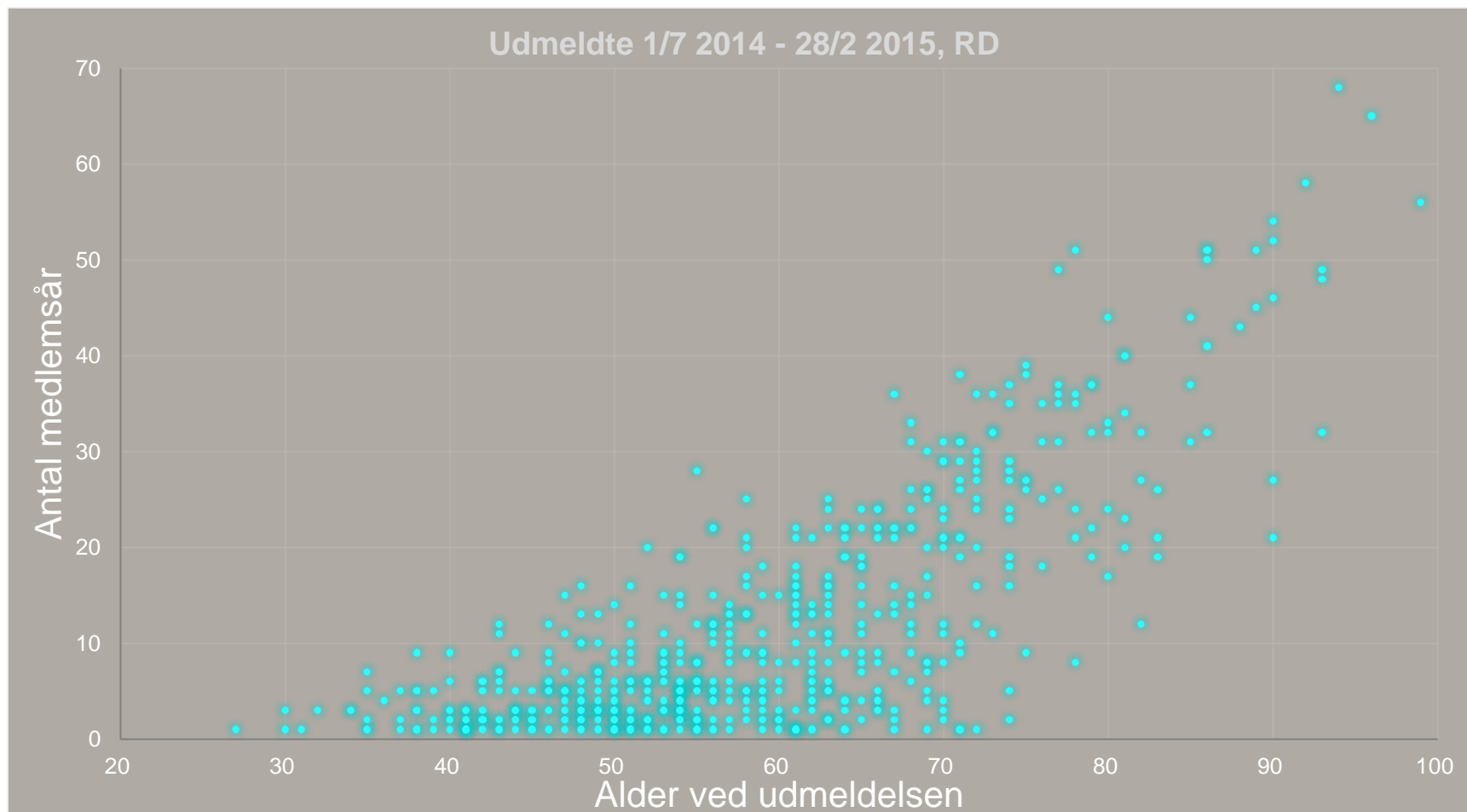
## Taler om

- Rotary Foundations 100 års jubilæum
- Samarbejde med andre organisationer
- (Strategisk) planlægning
- Øget fleksibilitet for klubber
- Sociale Medier

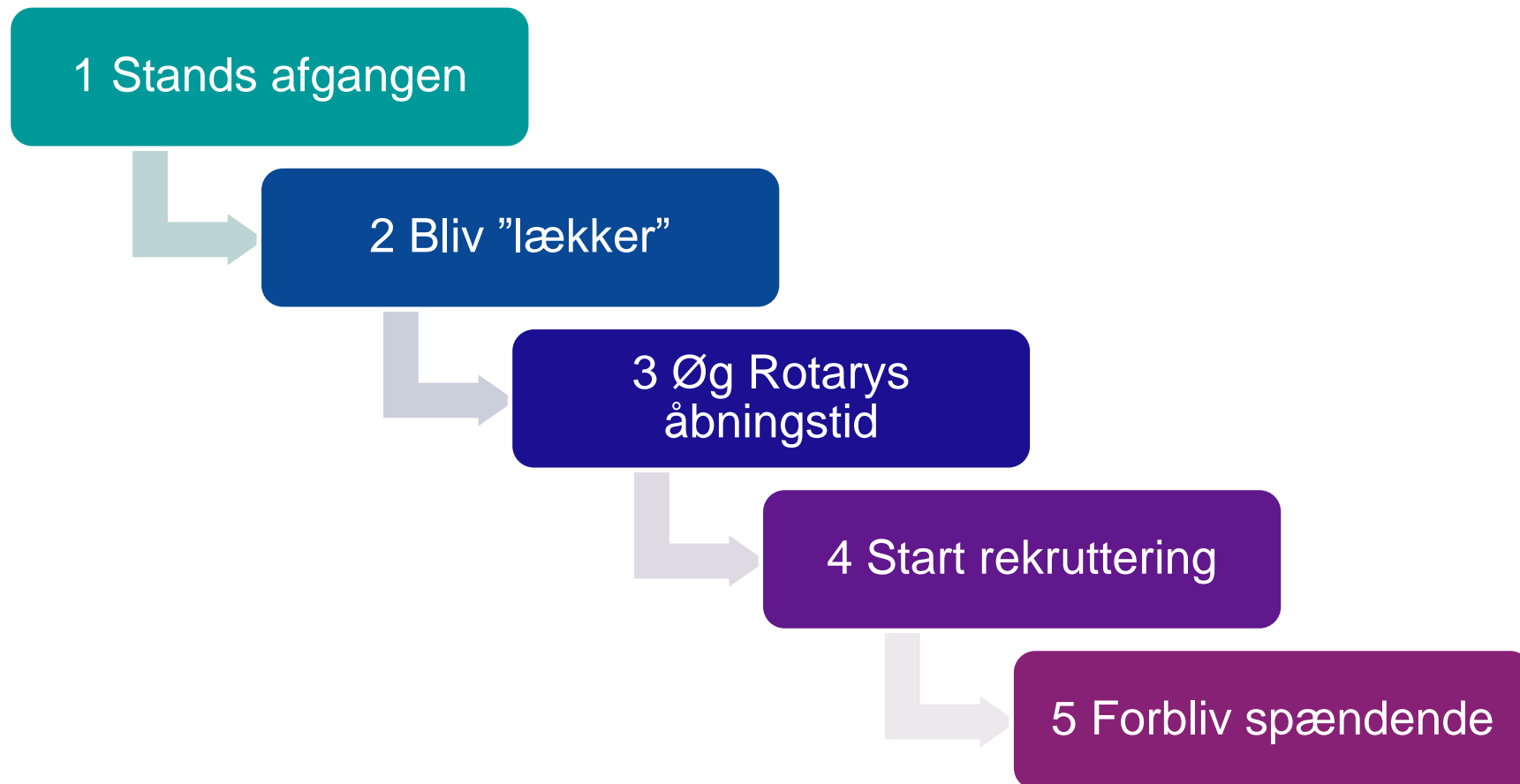
## Tier om

- Klassifikationskriteriet
- Extension og retention som adskilte emner
- Ugentlige møder
- Skift alle ledere alle år
- Rotary International

# Vi mister for mange medlemmer i den "arbejdsdygtige" alder



# En medlemsstrategi i et ny lys, Klub- og distriktsniveau



# Tre ting en klub kan gøre for at Standse afgangen

1. Spørg!
2. Sørg for et godt program
3. Fortæl om Rotary

# Opgave til Fase 1: Stop the drain

- Formulér fire-fem spørgsmål som det vil være fornuftigt at stille til klubbens medlemmer i forbindelse med en situationsanalyse (Club self assessment) for en klub
- Diskutér om I overhovedet har et ”drain-”problem i jeres klub. Mister I medlemmer som egentlig burde blive?
- Hvordan kan distriktet hjælpe jer i denne fase?
- Hvad vil du gøre i klubben når du kommer hjem for at få denne proces sat i gang?





Fase 1: Stands afgangen	Distrikter	Klubber
<p><b>Rotary er en medlemsorganisation og kan som sådan ikke klare sig uden medlemmer I det lange løb</b></p> <p><b>Medlemmer der forlader os af de forkerte grunde er det største problem I vores region. Så at standse afgangen af disse medlemmer, vil have en u-middelbar effekt på medlems-tallet fordi der er et tilfreds-stillende optag af helt nye medlemmer I regionen.</b></p> <p><b>En høj gennemsnitsalder I sig selv er ikke et problem I sig selv, men et signal om flere års forglemmelser.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distrikter har ingen medlem-mer men skal hjælpe klub-berne med at gennemføre analyser og “self-assessment” tests samt gøre opmærksom på alle de best practices som vi ved virker</li> <li>• De assisterende guvernører eller endog en dedikeret “task force” er nyttige ressourcer I dette initiativ</li> <li>• Brug de store møder I distriktet til at skabe en følelse af “brændende platform” uden at sprede panik. Fortæl dem at distriktet er der for at hjælpe klubberne med processen</li> <li>• Lav en ledeshåndbog for distriktet og opfordr klubberne til at lave en</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baserte på historiske fakta ved vi at ca 10% af medlemmerne vil forlade os inden for 1-2 år. Identificér disse medlemmer og spørg dem hvad der kræves for at få dem til at blive. Som regel er en faldende mødeprocent et tegn på at noget sådant er ved at ske</li> <li>• Gennemfør interviews eller en spørgeskemaundersøgelse med nyligt afgåede medlemmer for a lære af dem</li> <li>• Lav også en spørgeundersøgelse I klubben og stil spørgsmål a la: “Vil du være medlem af denne klub om to år hvis klubben fortsætter som nu?” eller “Ville du være blevet medlem af denne</li> </ul>

# Tre ting en klub kan gøre for at Blive attraktiv

1. Gennemfør en klubanalyse (self-assessment)
2. Identificér klubbens DNA
3. Acceptér at nogen medlemmer går

## Opgave til Fase 2: Get attractive

- Diskutér jeres eventuelle erfaringer med en mentorordning (fadderordning) i klubben
- Del jeres erfaringer med at lave lokale projekter og hvad I har fået ud af det
- Unge og gamle medlemmer har forskellig opfattelse af hvad ”attractive” er. Hvordan kan begge grupperes behov imødekommes?
- Hvordan sikrer man at alle er med i processen?

Fase 2: Bliv attraktiv	Distrikter	Klubber
<p>Inden klubben kan tænke på at tiltrække nye medlemmer skal klubben være relevant og attraktiv. Det er specielt vigtigt hvis planen er at tiltrække yngre eller unge medlemmer som fx tidligere Rotaractere, JS'ere eller Round Tablere.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Find de sorte pletter på distriktets landkort. Erfaringen siger at det at skabe nye klubber er en hurtigere vej til vækst, end det at vente på at ældre "satte" klubber skal begynde at gro</li> <li>• Hvordan er dette arbejde organiseret? Er der et medlemsudvalg I distriktet?</li> <li>• Identificér klubber i distriktet som har succes og fremhæv dem for hvad de gør, fx ved de store møder</li> <li>• Fremstil materiale som fortæller historien om Rotary på dansk og i en form som appellerer til alle medlemmer og brugbare for klubber. Bliv inspireret af "The new Voice of Rotary"</li> <li>• Se på også at etablere Rotaract-klubber i denne fase</li> <li>• Skal regelsættet have en overhaling? Mange medlemmer og klubber føler sig mere bundet af reglerne end nødvendigt er. Nedsæt et moderniseringsudvalg</li> <li>• Organisér seminarer og workshops for klubberne i brugen af sociale medier og fx videofilmning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Er klubben relevant og attraktiv eller bare en samling individer der har kendt hinanden længe og spiser sammen en gang om ugen?</li> <li>• Er klubben jeres drømmeklub eller blot resultatet af års tilfældigheder og zig-zag ledelse?</li> <li>• Kan klubben gennemføre aktiviteter som "opdages" af nogen udenfor klubben?</li> <li>• Har I set sjovt?</li> <li>• Hvordan organiserer I modtagelsen af nye medlemmer i klubben?</li> <li>• Brug tid på at identificere klubbens DNA og find ud af hvad det er der (skal) gør klubben unik i lokalområdet og blandt de nærmeste Rotaryklubber. Selv med ti klubber i lokalområdet kan en klub sagtens positionere sig selv fra de øvrige</li> <li>• Hvis I er en frokostklub kan I overveje at flytte til et – for de fleste mennesker - mere praktisk tidspunkt. Test det f.eks. i en periode på seks måneder</li> <li>• Hvor stor er andelen af kvinder i klubben. Medlemslisten bør være repræsentativ for lokalsamfundet. Ellers mister vi troværdighed</li> <li>• Fokusér mere på sammenhængskraft end på gennemsnitsalder alene. Plot medlemmernes alder ind i et koordinatsystem og led efter huller på mere end fem-syv år imellem to vilkårlige medlemmer. Luk de huller!</li> </ul>

# Tre ting en klub kan gøre for at Øge Rotarys åbningstid

1. Kend dine naboklubber
2. Etablér en satellitklub
3. Ændr mødetid

## Opgave til Fase 3: Øg Rotarys åbningstid

- Hvordan kan I finde de ”sorte pletter” på landkortet som kunne trække en ny klub
- Hvem vil påtage sig at gå i gang med arbejdet at stifte en ny klub i området

Phase 3: Increase Rotary's opening hours	Distriktet	Klubben
<p>Jo flere tidspunkter på en uge som et potentielt medlem kan vælge for at være med i en Rotaryklub, jo tørre er sandsynligheden for at han eller hun kan blive medlem.</p> <p>Tænk "Hellere to klubber med 30 medlemmer, end en med 60" når det gælder åbningstid</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Find lokalområder med potentiale for nye klubber. Morgenklubber er mest levedygtige, aftenklubber næstmest og frokostklubber er generelt truede på livet</li> <li>• Satellitklubber kan bruges de steder hvor en klub ikke længere er stor nok til at stå på egne ben eller når man ikke kan blive enige om at dele klubben op i to eller når lokalområdet ikke er stort nok til at understøtte to klubber</li> <li>• Tag skridt til at etablere en e-klub i distriktet. Den tiltrækker en anden slags medlemmer som har potentiale til at blive medlemmer i en "rigtig" Rotaryklub en dag</li> <li>• En "på-vej-hjem"-klub kan være et mere spændende alternativ til en traditionel aftenklub</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En klub kan åbne en satellitklub for at udvide dens egen åbningstid hvis behovet er der og det er en praktisk løsning</li> <li>• Frokostklubber kan planlægge at mødes om aftenen en gang imellem for at imødekomme problemet for mange med at mødes midt på dagen</li> <li>• Vigtigst er imidlertid at alle klubber må acceptere og ikke protestere til etableringen af nye klubber indenfor dens grænser. Vi er alle en del af Rotaryfamilien og den ældste klub vil sandsynligvis aldrig få fat i de medlemmer som vælger den nye klub alligevel</li> </ul>

# Tre ting en klub kan gøre for at **Starte rekruttering**

1. Sæt et mentorprogram i gang
2. Identificér den type medlemmer I vil have
3. Spørg!

PS! Yngre generationer tilslutter sig en SAG, ikke en KLUB!



## Opgave til Fase 4: Start attracting

- Hvilken type medlemmer har I jeres klub og hvilke mangler I?
- Hvordan kunne en enkelt aktivitet omkring medlemshvervning se ud i jeres klub?
- Hvilken form for PR ville I anvende forud for arrangementet?
- Hvis opgave er det at spørge de nye kandidater om deres interesse for Rotary?



Fase 4: Start rekruttering (Fase 3 og 4 kan køre samtidigt)	Distrikter	Klubber
<p>Kun når distrikter og klubber er i form og klar til at tiltrække nye medlemmer giver det mening at gøre noget aktivt for at tiltrække nye medlemmer.</p> <p>At en klub har mange medlemmer er ikke nødvendigvis et udtryk for at klubben har succes. En klub skal være i stand til at producere mere end mange medlemmer for at kunne siges at være en succes. For eksempel gode Rotary-projekter, gode møder, ledere til distriktet og derover mm</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brug PR-udvalget og værktøjerne heri til at få budskabet ud. Både budskabet om hvad Rotary gør og det faktum at I nu er åbne for nye medlemmer</li> <li>• Ved at tage initiativ til en Rotaryaktivitet der dækker hele distriktet, fx en Rotarydag, kan distriktet udfordre klubberne til at deltage</li> <li>• Hjælp klubberne ved at arrangere et møde for de nye medlemmer (1-2 års anciennitet) på tværs af klubberne. Brug det til at fortælle historien om Rotary for det er der mange klubber, der ikke formår</li> <li>• Yngre mennesker følger en sag, ikke en organisation. Konceptet "en klub for livet" gælder ikke for dem. De vil shoppe rundt mellem klubber eller andre organisationer i hele deres liv. De skal have en sag for at melde sig ind og den sag skal være Rotarys formål og stærke netværk. De kan lide konsensus, hastighed, spontanitet og handling</li> <li>• Giv støtte til de klubber der vil arrangere en Rotarydag i deres område</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificér den type medlemmer I vil tiltrække til jeres drømmeklub. Brug telefonbogen og lav en klar profil af dem I tiltrækker i indeværende planperiode. Husk at den som ser efter alle, ser ingen, mens den som leder efter slagtere, ser slagtere. Det betyder at bestyrelsen skal give direktiver om hvilken type I skal se efter nu og så bare glemme alle de andre til næste år hvor det måske er dem vi skal kigge efter</li> <li>• Gennemfør Åbent Hus-arrangementer eller åbne medlemsmøder og hav mentorprogrammet på plads inden</li> <li>• Lad være med at være for ambitiøs når det gælder om at reducere gennemsnitsalderen i jeres klub. Det tager tid, men hvis I holder jer til planen sker det efterhånden</li> <li>• Brug rigeligt med PR og se direkte efter naturlige fødekæder som de andre serviceklubber, Rotaract, tidligere udvekslingsstudenter og GSE mm</li> <li>• Arrangér publikumsmøder hvor en kendt lokal foredragsholder fortæller om et kendt lokalt problem og give mulighed for debat. Fortæl hvorfor I gør det.</li> <li>• Alt for ofte svarer et menneske "Fordi ingen spurgte mig" på spørgsmålet om hvorfor de ikke allerede er medlem af en Rotaryklub. Derfor er det vigtigste I kan gøre, at begynde at spørge.</li> <li>• Tiltræk altid nye medlemmer i grupper på 3-5. Kommunikér ved årets start ud på hvilke 2-3 datoer I løbet af året I har medlemsoptagelse. Det medvirker til at gøre klubben mere eksklusiv</li> <li>• Forstå at kun medlemmer giver medlemmer. Ingen PR-kampagne kan stå alene og få eksterne til at melde sig i Rotary og blive for evigt. Der skal mennesker til. Aktivér alle medlemmer i opgaven</li> <li>• Invitér nye medlemmer til de første møder i private hjem. Lad dem ikke vide hvem de andre deltagere er på forhånd. Det medvirker også til at gøre klubben mere personlig og vedkommende. Når I giver noget af jer selv, vil det nye medlem</li> </ul>

# Tre ting en klub kan gøre for at **Forblive spændende**

1. Læg en langsigtet plan
2. Sørg for at alle er involveret
3. Lad alle have deres eget Rotary



Fase 5: Forbliv spændende	Distrikter	Klubber
<p>Det giver ingen mening I at ofre en masse ressourcer på at blive spændende og tiltrække og integrere nye medlemmer for så at glemme det efter nogle år og derefter at måtte starte forfra.</p> <p>Klubben skal forblive relevant for medlemmerne og lokalsamfundet og afspejle deres behov</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hold aldrig op med at markedsføre Klubbens LedelsesPlan og den Vibrerende klub ved distriktets store møder. På grund af rotationen glemmes den hurtigt</li><li>• Det er ikke blot en døgnflue at markedsføre Rotary på denne måde, men forudsætnigen for det Rotary vi kender</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entusiasme betyder "Den indre Gud". Hvis et medlem mærker den indre guddom vil medlemmet bestige bjerge for at deltage i Rotarys aktiviteter. Og en gruppe entusiastiske medlemmer vil til slut udgøre en vibrerende og levende klub</li><li>• Vi har alle vort eget Rotary så en vibrerende klub er ikke en form som alle passer ned i. Der skal være plads til forskellighed og mulighed forskellige interesser i udøvelsen af det enkelte medlems Rotaryhverv. Det er derfor det er vigtigt at fortælle den fulde Rotaryhistorie og markedsføre alt det Rotary har at tilbyde</li><li>• Nedfæld og kommunikér en strategi eller langsigtet handlingsplan hvor hele generationsskiftet er dækket og eventuelle større ændringer er "signet af"</li><li>• Selv de største ildsjæle brænder ud ind imellem. Sørg for at der er andre der kan tage over og lad altid en gruppe tage sig af medlemshvervningen. Sørg for kontinuitet i denne gruppe fra år til år</li></ul>

# Opsummering

- Sæt dig ind i zonens medlemsstrategi
- Brug værktøjerne på [www.rotary.org](http://www.rotary.org)
  - Showcase, ideas, Rotary Club Central
- Vi er Rotary, men vi ejer ikke Rotary. Vi passer den til de næste tager over efter os
- Medlemshvervning angår os alle!

SPØRG  
FOR  
POKKER!!!

## Læs mere her. Links til rotary.org.

- [Klubpræsidentens værktøjskasse](#)
- [Kom let i gang med medlemsarbejdet](#)
- [Kom let i gang med PR for klubben](#)
- [Be a Vibrant Club – brochuren](#)
- [Brand-centeret: Lav Rotary-visitkort, brevpapir, pressemateriale mm](#)
- [Showcase: Vis verden jeres projekter](#)
- [Rotary Club Central: Læg mål for klubben og følg dem historisk](#)



# ROTARY: MAKING A DIFFERENCE