

**Distrikt 2260 arrangerte seminaret "Light up Rotary" - rekruttere- og beholde medlemmer gjennom synliggjøring og engasjement» hhv på Kløfta (Akershus) den 3. september og i Rakkestad (Østfold) den 4. september 2013.**

*Det var til sammen ca 60 deltakere, stort engasjement og god stemning blant deltakerne på begge seminarene.*

*(Disse notatene er skrevet som et «samlet resymè/sammendrag» etter begge seminarene)*

Se også presentasjoner lagt ut på distriktets hjemmeside, under «Rotaryskolen:

<http://d2260.rotary.no/index.php?pageid=131>

**I løpet av kvelden(e) ble det innledet-, og senere diskutert rundt følgende hovedtemaer:**

- "Light up Rotary"; rekruttere - og beholde medlemmer gjennom synliggjøring og engasjement. Åvære medlem i en Rotary-klubb vs å være en rotarianer.
- Medlemsutviklingen i D-2260 vs klubbens egne mål om engasjement og aktivisering. Klubbens planer og mål (KPM) for inneværende Rotary-år. Hvordan skal vi nå målene våre? Hvorfor/hvordan lykkes noen klubber og andre ikke? Hvilke medlemmer ønsker våre klubber å ha? Hvordan inkludere og gi opplæring til de nye medlemmene/rotarianerne?
- Rotaryskolens hjelpemidler m.h.t. medlemsutvikling
- Vi er engasjerte og gjør mye godt for lokalsamfunnet, nasjonalt og internasjonalt i Rotary, men hvem vet om det? Forteller vi om verdenen om Rotary? Hva forteller vi – og hvordan gjør vi det?
- Hvordan synliggjør vi våre klubber i lokalsamfunnet? Hvordan kan vi bruke synliggjøring, f.eks «Rotary Day», som et verktøy til å engasjere, rekruttere og beholde medlemmer? Hva er det som gjør at vi har/får engasjement i klubbene / blant medlemmene?

Diskusjon og erfaringsdeling var en viktig del av seminarene. I det neste følger stikkord fra innleggene og de derpå følgende diskusjoner/meningsutvekslinger.

**Distriktsguvernør (DG) Jan Sverre Hanssen, Råde RK åpnet seminaret med følgende innledende ord:**

- Viktig av at vi klarer å endre utviklingen i antall medlemmer, da antall medlemmer i vårt distrikt dessverre har vist en jevn nedgang de siste årene. Mange klubber har prioritert «rekruttering & medlemsutvikling» på topp i dette Rotary-året. Ønskelig med nye medlemmer, men også viktig å sikre at vi beholder de vi har – viktig for å trygge miljøet i klubben.
- Ønsker resurssterke, yngre, yrkesaktive medlemmer.
- Men – hva er Rotary? Hva har rotary å tilby nye medlemmer?

- Bruk RI-president Gary Huang's tema for året: «Light Up Rotary» til å sette fokus på hva vi er, og vise andre hva- og hvem vi er.
- Det er til klubben nye medlemmer rekrutteres – det lokale engasjement.
- Arranger en Rotary dag for å gjøre Rotary kjent i nærmiljøet
- Alle klubber er særegne og det er viktig at nye medlemmer får kjennskap til hvordan klubben arbeider.
- Oppfordrer alle til å opplyse i lokalsamfunnet hva Rotary er. Vær et stolt Rotarymedlem!

**Leder av distriktets medlemsutviklingskomité, Åge Bjor, Tune RK innledet med å vise oss litt statistikk og fakta rundt utviklingen av medlemsantallet i klubbene i distrikt 2260. Veldig mange yngre kommer inn i Rotary, men slutter (for) raskt igjen. Vi må forsøke å holde på disse medlemmene.**

For å redusere avgang

- Tenk gjennom innholdet i klubbens møter og aktivitetsprogram. Engasjerer det medlemmene? Er forklaringen til de som slutter at de ikke har tid korrekt?

For å få nye medlemmer

- Være klar på at det er alle medlemmers ansvar å skaffe nye medlemmer.
- Medlemskomiteen skal være presidentens redskap for å holde oversikt over aktiviteten på området og at vi får den yrkesbredde blant medlemmene som klubbens lokalmiljø har.
  - Gi innspill til president og klubb om rekruttering
  - Gi innspill til presidenten om aktivitetsnivået i klubben mot rekruttering
  - Sørge for opptaksmøter
  - Ha fokus på hvordan utviklingen i medlemsbestanden går og orientere / minne medlemmene om dette og viktigheten med jevne mellomrom.

**Odd Paulsboe (seminaret på Kløfta) og Even Jahren fra Rakkestad RK (seminaret i Rakkestad) som har hatt en stabil utvikling av medlemsantallet, god yrkesfordeling, aldersfordeling og kjønnsfordeling innledet med å fortelle hvordan Rakkestad RK «gjør det» mht medlemsverving (se også pp presentasjonen):**

Bakgrunnen for Rakkestad RKs fokus på- og målrettede arbeid mht medlemsverving, var at situasjonen for klubben ikke var så «lys» for noen år siden. Nye medlemmer falt fra, det var for kort tid fra «første møte» og medlemsopptak, så medlemmene var ikke blitt «varme i trøya». Noe måtte gjøres for å sikre klubbens fremtid!

- Hvis man ikke har kvinner i klubben er det en god strategi å ta opp flere på en gang. Rakkestad har 30% kvinner.
- Rakkestad Rk inviterer til å være gjest i begynnelsen av året. Den inviterte får beskjed om at det vil bli opptak i april og at vedkommende er velkommen på møtene i denne perioden. På denne måten får den inviterte gjøre seg kjent med klubben og vet hva man deltar i når opptak skjer.

- Det er viktig å vise den «daglige drift» av klubben.
  - Kjenne tilhørighet
  - Kjenne Rotary
  - Få nye med i klubbarbeidet men ikke lesse dem ned
- Rakkestad RK har laget sin egen fadderveiledning. Forpliktende men ikke for omfattende.
- Klubben har god balanse mellom interne og eksterne foredrag (som også sees på som rekrutteringsmulighet)
  - Det er store ressurser i klubben og det er viktig å utnytte disse.
- Inviterte personer inviteres også inn i festkomite og programkomite
- Medlemskomiteen arrangerer møte hos fadderen
  - Gjennomgang av hva klubben er
  - Gjennomgang av hva Rotary er
  - Sosiale forhold i klubben
- Rakkestad RK har laget følgende framdriftsplan for året:
  - «Tidlig i Rotary-året»:
    - Gjennomgang av medlemsmassen med innspill fra medlemmene
    - Det inviteres til medlemsforslag
    - Styrebehandling av forslag
    - Forslag presenteres i klubben m/frist for innsigelser
  - November
    - Møte med aktuelle faddere
    - Kandidater forespørres
  - Desember =>
    - Kandidater møter på klubbmøter
  - April/mai
    - Opptaksmøte med sosialt arrangement.

Rakkestad har ikke mistet medlemmer fordi det har tatt for lang tid fra invitasjon til opptak. De inviterte er gjort kjent med «tidsperspektivet».

Momenter/innspill fra de påfølgende diskusjoner:

- Viktig å finne interessante nye medlemmer
- Hver klubb må lage seg sin plan, men det er viktig å realisere
- Det må være plass både til Rotarianere og medlemmer av Rotary
- Viktig å invitere til medlemskap tidlig i året
- Utfordring at det er så mange klubber med gamle medlemmer
- Rekruttering må være en kontinuerlig prosess.
- Vi må ikke legge frammøtelista for høyt for nye medlemmer
- Gjennom Rotary kommer man «bort i ting» som man ellers har liten mulighet til å komme borti.

- Må være et interessant forum
- Legg opp aktiviteter slik at det passer alle aldergrupper (er du yngre og har 2 barn er det ikke tid til mange dugnader)
- Viktig å få liv i Rotaract igjen, også som rekrutteringsbase.
- Hver klubb er ulik/unik, «alle» jobber på ulik måte.
- Klubben må selv gjøre seg «attraktiv» - det skal være interessant og meningsfylt å være medlem.
- Klubben må selv forme sine medlemmer
- Ambivalent mht å «reklamere» for Rotary, i og med at man ikke kan melde seg inn i Rotary, men må bli forespurt.
- Medlemsverving, trivsel og medlems-/klubbutvikling er alle medlemmenes ansvar!
- Viktig å ikke «overselge» Rotary v/rekruttering; det må være samsvar mellom det vi sier vi er, og det vi er.
- Invitér potensielle medlemmer som gjester, særlig dersom det er møter som ventelig interesserer vedkommende.
- Invitér potensielle medlemmer som foredragsholdere – da får en også se om det «er noe hold» i vedkommende.
- Alle medlemmer har «ulike årsaker» for å være medlem
- Dugnader, prosjekter, kulturopplevelser mv er med på å skape klubbkulturen, det sosiale miljøet og kameratskapet i klubben.
- Hva med å forsøke å (re)starte flere Rotaractklubber i vårt distrikt – et potensiale for senere rekruttering til Rotary.  
Også Rotaractklubber må initieres «nedenfra»/lokalt. «Distriktet» kan hjelpe & bistå de Rotaryklubbene som ønsker å starte en Rotaractklubb.
- De som skal ut og rekruttere medlemmer må være «selgere»
- Viktig å snakke om Rotary til andre («alle»).
- Vi må ikke prøve å skape et behov hos potensielle medlemmer, men «vekke» det behovet som allerede finnes i personen(e).
- Utarbeide en «medlemsmatrikel» for klubben; bilde, navn, yrke/klassifikasjoner, interesser osv.

**Distriktets opplæringsleder, Lena J Mjerskaug, Enebakk RK informerte om hvilke hjelpemidler mht medlemsutviklingsarbeidet som er utlagt på D-2260s «Rotaryskole»**

Rotaryskolen finner dere på <http://d2260.rotary.no/index.php?pageid=131>

Likeledes er det under fanen «Klubb og medlemsutvikling» lagt ut ulike dokumenter med forslag, tips og ideer relatert til medlemsutvikling. Disse dokumentene kan benyttes som de er, eller som «idégrunnlag» for klubbens eget arbeid:

[Analyseskjema \(Word 100 kB\)](#)

[Registrering av potensielle medlemmer \(Word 80 kB\)](#)

[Eksempelbrev til potensielle medlemmer \(Word 70 kB\)](#)

[Fadderveiledning \(Word 70kB\)](#)

[Seremoni medlemsopptak \(Word 90 kB\)](#)

[Klubbevaluering \(Excel 65kB\)](#)

I tillegg ble «Top 25 Membership Growth Ideas», utarbeidet av past president Satya Mitra, The

Worcester Rotary Club (USA), utdelt. Klubben hadde fått 85 nye medlemmer i Rotary-året 2013-14, hvor Mitra som president selv hadde vervet ca 55 medlemmer! Dette viser at det nytter, dersom en bare vil!

Husk: Rotaryskolen blir ikke bedre enn det vi alle gjør den til. Dersom dere har tips og råd, har utarbeidet presentasjoner, skjemaer el: send det til Opplæringsleder ([lmjerskaug@gmail.com](mailto:lmjerskaug@gmail.com)). Da kan vi legge det ut på Rotaryskolen, slik at flere kan få benytte det – enten som det foreligger, eller som et «utgangspunkt» for videre arbeide i egen klubb.

(Når det gjelder informasjon om Rotary (til nye, og «gamle» medlemmer), kan «Introduksjon til Rotary» (ligger under fanen «Kurs for klubbkvelder») anbefales. Bjørn Dufseth, Oppegård Rk har utarbeidet en presentasjon som blir revidert/oppdatert hvert år, slik at innholdet til enhver tid er aktuelt og korrekt. De fleste av sidene er «generelle», men på side 5, er det mulig å legge inn litt informasjon om egen klubb.)

Ideer til medlemsutvikling finner du også på [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

**Distriktets media- og PR-koordinator Bent-Ole Groos, Fredrikstad RK, innledet rundt temaet «Hva forteller vi om verdenen om Rotary – og hvordan synliggjør vi våre klubber i lokalsamfunnet?»:**

Mange klubber har synliggjøring og økt oppmerksomhet rundt og kjennskap til Rotary som mål for klubben. Derfor er det et mål i seg selv at klubbene i større grad samarbeider også om hvordan klubbens aktiviteter kan profileres lokalt og regionalt. Jeg håper også at distriktets kommunikasjonsgruppe, som skal bestå av meg selv, samt en representant fra hvert område, kan bidra gjennom støtte og bistand til klubbene.

Først: Vi må ikke være redde for å bruke vårt nettverk i klubbene. Formålet med Rotary er å samle ledere, utveksle ideer og gjøre en innsats.

Hvordan synliggjør vi oss? Nesten alle klubbene i distriktet har aktive og oppdaterte web-sider. Hovedprioriteringen på sidene synes å være oppdatert informasjon om programmene i klubbene. Mange klubber har også informasjon om hva Rotary er og gjør. Men det er usikkert i hvilken grad web-sidene brukes av noen andre enn oss selv. Det er naturlig at fokus er rettet mot program og de ukentlige møtene, for det er på møtene de fleste medlemmene opplever gleden og nytten av å være i Rotary.

Klubbene har også informasjon om hvilke prosjekter de er engasjert i. Både lokale og internasjonale. Her er mitt inntrykk at enkelte klubber er flinke til å fortelle om dette. Mens andre klubber muligens kan hente inspirasjon fra andre.

Et spørsmål er om vi er flinke til å presentere oss selv på web-sidene. De fleste web-sider er lite visuelle men har mye god informasjon om Rotary. Spørsmålet er mer om hvor tilgjengelig denne informasjon er for andre. Dette bør vi også tenke på når vi sammen skal arbeide for å øke kunnskap og bevissthet om Rotary.

Det er flere klubber som er flinke til å annonsere om sine aktiviteter (møter og prosjekter) i lokalaviser, mens andre sliter med å komme i kontakt med lokale representanter for media. Virkeligheten her at vi selv «må» skrive artiklene og ta de aktuelle bildene, slik at lokalavisene mer eller mindre bare har en redigeringsjobb. Inntrykket fra de som har erfaringer med dette, er at klubben prioriterer dette.

Enkelte klubber bruker også Facebook, men de fleste av oss er bare med på Facebook med en personlig profil. Her er et redskap som kan benyttes mer systematisk for å skape oppmerksomhet om klubbens møter og aktiviteter ellers. Det er forholdsvis enkelt å kopiere innhold fra web-sider og over på Facebook. Vanligvis er det også slik at klubbens medlemmer er venner med hverandre på Facebook. Dersom Facebook brukes mer aktivt, kan man aktivt dele oppdateringer og nyheter som publiseres. Dette vil både bidra til å øke kjennskap i lokalsamfunnet om hva klubbene jobber med lokalt og til at vi som medlemmer synliggjør vårt medlemskap og engasjement i Rotary. En liten hake er imidlertid at man må være oppmerksom på uønskede innlegg (sjikane, mobbing, mv.)

Bruk av LinkedIn, Twitter: Her er det noe kunnskap fra enkeltmedlemmer. Her kan både distriktet og klubbene bli flinkere.

Alle klubber oppfordres til å ta kontakt med distriktets media- og PR-koordinator, Bent-Ole, som ikke alene kan «øke allmennhetens kunnskap og bevissthet om Rotary» (ett av Rotary Internationals tre strategiske mål). Dette er en oppgave som vi alle må jobbe etter. Distriktet er til for å hjelpe klubbene!

- Husk informasjonsbrosjyre for nye medlemmer «Invitasjon til Rotary» (ny) (se <http://rotary.no/innhold/228/publikasjoner>)
- Viktig å arbeide for samarbeid mellom klubber
- Husk at web-siden er klubbens presentasjon utad – oppdater den jevnlig...
- Vurdér å bruke Facebook, Twitter og Linked In, spesielt for nye medlemmer, og for å få klubben kjent for yngre personer.
- Bruk dine sosiale media-kanaler til å fortelle dine «venner» hva du gjør i Rotary, for eksempel: «Er på Rotarymøte og hører et innlegg av xy – kjempeinteressant», «Utfører dugnadsarbeid med Rotary – inspirerende og givende» osv...
- Klubbens prioritet nr 1 bør være å prioritere klubben

(I Rakkestad kjørte vi «skarpt» på internett; var gjennom/viste eksempler på/diskuterte hjemmesider (klubb, distrikt, Rotary International), Facebook (medlem, klubb og Rotary International), Twitter, LinkedIn osv.)

### **«Light up Rotary» i lokalsamfunnet / Rotarydag:**

Det er en rekke av distriktets klubber som har gjennomført, eller planlegger å gjennomføre en «Rotarydag» i lokalsamfunnet, eller på annen måte vise at klubben finnes. Som eksempler kan nevnes:

- Kolbotn RK (i samarbeid med Oppegård RK og Gjersjøen RK): Den årlige «bokmessen» i Kolben. Profilering av Rotary og enkelte prosjekter (f eks ShelterBox) i tillegg til boksalg til inntekt for gode formål.
- Skedsmokorset RK: Planlegger en kulturvandring i Geodalen/Geoparken(?). Profilere Rotary samt lyssette rundt løypa med fakler: «Light up Rotary»... Planlegges gjennomført neste år.
- Gardermoen RK: En egen «Rotarydag» på Jessheim.
- Enebakk RK: Deltok på kommunenes bygdedag. Hadde egen stand med profilering, salg av «Rotaryvann», fokus på lokale prosjekter og deltaker til RYLA.

**Guvernør Jan Sverre Hanssen avsluttet med en liten oppfordring/gulrot:**

**«Klubber som pr april i Rotaryåret 2014 – 2015 har en vekst på mer enn 10% vil få champagne av guvernøren. Personlig overlevert!»**

**Se for øvrig presentasjoner fra foredragsholdere (vedlagt og utlagt på «Rotaryskolen».)**