

Nye tider – Nye tiltak

Strategi for Rekruttering og Medlemspleie

Rotary Region 4 - Distrikt 2310.



Til Rotary Region 4 – Distrikt 2310

Arbeidsgruppen for rekruttering og medlemspleie ble opprettet i Regionrådets møte 22.10.2015. etter forslag fra AG Torbjørg Hogsnes. Arbeidsgruppen skulle utarbeide en strategi med forslag til tiltak for rekruttering og medlemspleie, drøfte utfordringene for Rotary region 4 klubbene i et 10 års perspektiv, avklare struktur og sammensetting og fremme forslag til nye muligheter. Arbeidsgruppen legger med dette fram sitt forslag til strategi "Nye tider - Nye tiltak"

Nesbru, mai 2016

Anthony Kallevig
Leder

Arnulv Lemme

Kjell-Erik Werge Johansen

Kristian Jensen

Lisbet Iuell Dahl

Innhold

1. Sammendrag

2. Arbeidsgruppens mandat og sammensetting

- 2.1 Mandat og sammensetting
- 2.2 Bakgrunn for nedsettelse av arbeidsgruppen
- 2.3 Arbeidsgruppens arbeid

3. Hva er Rotary

- 3.1 Rotarys verdier, mål og visjoner
- 3.2 Kilder

4. Utfordringer i et 10 års perspektiv

- 4.1 Innledning
- 4.2 Utfordringer

5. Medlemsrekruttering

- 5.1 Innledning
- 5.2 Utfordringer
- 5.3 Tiltak

6. Medlemspleie

- 6.1 Innledning
- 6.2 Utfordringer
- 6.3 Tiltak

7. Nye muligheter

- 7.1 Innledning
- 7.2 Nye Tiltak





Kapittel 1

Sammendrag

Dette strategidokumentet er basert på praksis, erfaringer og ideer fra klubbene i Rotary region 4.

Hensikten med denne strategien er å belyse noen utfordringer som kan berøre klubbenes egen utvikling, deres rekruttering og medlemspleie. Samtidig er det ønskelig om denne strategien kunne stimulere til refleksjon og videreutvikling av klubbenes egne strategier og handlinger.

Strategien er bygd opp rundt fire sentrale forhold; Utfordringer i et 10 års perspektiv, Medlemsrekruttering, Medlemspleie og Nye muligheter.

Hvert kapittel har korte innledninger etterfulgt av punktvisе forslag til tiltak og relevante elektroniske henvisninger.

Kapittel 2

Arbeidsgruppens mandat, sammensetting og arbeid

2.1 Arbeidsgruppens mandat og sammensetting

Arbeidsgruppen for rekruttering og medlemspleie ble opprettet i Regionrådets møte 22.10.2015. Etter forslag fra AG Torbjørg Hogsnes fattet Regionrådet følgende vedtak:

Enig om at lederne i klubbenes medlemskomite i Region 4 møtes for å lage en strategi for verving av nye medlemmer. Navn (leder medlemskomite) + e-postadresser sendes snarest til AG fra alle klubbene – AG-kontakter leder av medlemskomiteen i Nesbru RK for drøfting av opplegg og invitasjon.

Arbeidsgruppen ble gitt følgende mandat:

«Arbeidsgruppen skal utarbeide forslag til en strategisk plan for hvordan Rotaryklubbene i Region 4 bør utvikle seg de nærmeste årene, med hensyn til rekruttering og medlemspleie.

Forslaget skal presenteres for alle klubbene og arbeidet må ferdigstilles innen 1. juni 2016.»

Mandatet ble gitt følgende utdypning av AG

- Tydeliggjøre hva Rotary er og utfordringene knyttet til endringer i samfunnet, organisatorisk og strukturelt. Drøfte strategier for medlemspleie- og rekruttering.
- Aktivisering av nye yrkesaktive medlemmer sammen med eldre medlemmer, stiller klubbene overfor aldersmessige utfordringer. Kan vi fortsette som nå, med samme antall klubber? Skal klubber slås sammen eller på sikt avvikles? Kan eller bør vi satse på nyetableringer?

- Sosiale medier er viktige formidlings- og rekrutteringskilder.
Hvordan bruker vi sosiale medier til medlemspleie- og rekruttering?
- Samarbeidspartnere, alliansedannelser og nettverk er viktig med hensyn til rekruttering av nye medlemmer, men hvem samarbeider vi med?
- Dersom gruppen foreslår tiltak som krever ekstra kompetanse/økonomisk bistand, vil dette bli drøftet nærmere med Distrikt 2310.
- Det er ønskelig at arbeidsgruppen kommer fram til forslag som klubbene opplever som realistiske og gjennomførbare med sikte på måloppnåelse innen kommende 10 års periode.

Arbeidsgruppen fikk følgende sammensetting:

Anthony Kallevig, Nesbru Rotary klubb, Leder
 Lisbet Iuell Dahl, Asker Rotary klubb
 Kjell-Erik Werge Johansen, Hurum Rotary klubb
 Arnulv Lemme, Røyken Rotary klubb
 Kristian Jensen, Skaugum Rotary klubb

2.2 Bakgrunn for nedsettelse av arbeidsgruppen

Medlemstallet i Rotary Norge synker, medlemmenes alder øker og stadig færre medlemmer er yrkesaktive, hvilket i seg selv er en utfordring for Rotary som en yrkesbasert organisasjon.

I Rotary region 4 er 80 % av de 207 medlemmene i våre 6 klubber, over 60 år og 50 % 70 år og eldre.

Alderssammensetningen påvirker klubbenes engasjement og prosjektoppfølgning. Det synes å være flest aktive medlemmene blant de under 75 år og avtagende engasjement blant de over (75 år).

Sett i et ti års perspektiv kan det være grunn til å anta at flere av klubbene i region 4 og deres ulike samfunnsprosjekter, ikke vil kunne opprettholdes i 2026.

Utfordringene er omfattende og vil kreve en felles målrettet innsats fra klubbene til å utvikle sine aktiviteter, profilere seg bedre i nærmiljøet og igangsette aktiv rekruttering av nye og yngre medlemmer.

Med bakgrunn i disse forholdene ble Arbeidsgruppen opprettet til å utarbeide en felles strategiplan for hvordan klubbene i Region 4 enkeltvis og sammen skal søke å utvikle seg framfor å avvike.

2.3 Arbeidsgruppens arbeid

Arbeidsgruppen har avholdt 3 møter med mellomliggende innspill og kommentarer også fra medlemmenes respektive klubbers medlemskomiteer. Utgangspunktet for Arbeidsgruppen, i henhold til mandatet, har vært å identifisere hvilke forhold som kan være av betydning for klubbens videre utvikling. Derneft har gruppen fokusert på strategirapportens form, struktur og innhold.

Arbeidet med strategirapporten bygger dels på medlemmenes erfaringer fra sine respektive klubber og fra gode erfarings- og meningsutvekslinger i gruppen. Formålet med den foreliggende strategirapporten er å gi innspill som kan stimulere og engasjere klubbene til å se på seg og sitt utviklingsarbeid på nye måter. Hvem de er til for, hva de leverer og hvordan?



RYLA samling

Kapittel 3

Hva er Rotary

Rotary er en internasjonal yrkesorganisasjon med formål å fremme en høy etisk standard i yrke og fag.

”Service above self”

Vi er 1,3 millioner naboer, venner og samfunnsledere som møtes for å skape en positiv og varig endring i vårt samfunn og i verden. Våre ulike yrker, kulturer og land, gir oss et unikt perspektiv. Vårt felles ønske om å gjøre en tjeneste for andre, hjelper oss til å oppnå det bemerkelsesverdige.

I klubbene er vi engasjerte mennesker som bidrar aktivt i våre lokalsamfunn. Vi etterlever Rotarys verdier og vi er opptatte av å gjøre en forskjell og noe godt for andre mennesker.

En gruppe i Distrikt 2310 har utarbeidet en ny og forenklet beskrivelse av hva Rotary er:

Rotary er et globalt nettverk av Rotaryklubber hvor medlemmene, menn og kvinner, kommer fra ulike yrker. Klubbene er medlem av Rotary International, vår verdensomspennende organisasjon.

Vi deler kunnskap og erfaring med hverandre, og sammen gjør vi en innsats til nytte for andre. Vi har et etisk fundament og våre grunnverdier er; Fellesskap, Integritet, Mangfold, Ledelse og Service.

Våre innsatsområder er Klubben, Yrke, Samfunnet, Internasjonalt og Ungdom.

Vårt motto er: ”Vi deler med hverandre og sammen gir vi til verden

Hva betyr Rotary for deg?

” My fellow Rotarians, ask not what Rotary can do for you, ask what you can do for Rotary”.

John F. Kennedys kjente formaning – Fritt omarbeidet.



Kilder:

Håndboka 2015-2016 distrikt 2310

<http://d2310.rotary.no/file-manager/file/Handbok%20rev%20A%2020.08.2015.pdf?context=mosdoc>

Hva er Rotary?:

http://www.d2310.mysiteshop.com/file-manager/file/Rotary%20Akademiet/D2310_RA_DT_Hva_er_Rotary_.pptx120315.pdf?context=mosdoc

Om Rotary 20 gode grunner

<http://d2310.rotary.no/no/20-gode-grunner#.Vt53iDb2b2w>

4-Spørsmålsprøven

<http://d2310.rotary.no/no/4sp%C3%B8rsm%C3%A5lspr%C3%B8ven#.Vt54SDB2b2w>



Kapittel 4

Utfordringer i et 10 års perspektiv

4.1 Innledning

Medlemsutviklingen i Region 4 klubbene har vært relativt stabil, men gjennomsnittsalder på medlemmene er høy og yrkesdeltakelsen avtagende. Antallet medlemmer i Rotaryklubbene i Norge er på vei ned.

Det gjennomføres organisasjonsmessige tilpassinger i flere klubber og noen har måttet opphøre og andre har fusjonert, da de ikke lenger kunne drive aktivt.

Stadig flere Rotary medlemmer tilbringer lengre perioder av året utenfor Norge, også det bidrar til at aktiviteter og aktive medlemmer begrenses. Rekruttering vil derfor fortsatt være et prioritert mål for klubbene, regionen og distriktet, med fokus på yngre medlemmer.

Utbredelsen av sosiale medier har skapt nye kommunikasjonsformer og Rotary har, i enkelte land, begynt med nye former for medlemskap gjennom såkalte E-klubber uten fysisk oppmøte.

Mye tyder på at klubbene kan bli mer aktive på sosiale medier for å opprettholde og utvikle kontakten med eksisterende medlemmer og tiltrekke seg nye.

Det samme kan gjelde for samarbeidet mellom klubbene i og på tvers av regioner, distrikter og land og med andre samarbeidende organisasjoner.

Lokalsamfunnet trenger hjelp til humanitære prosjekter fra frivillige organisasjoner, og klubbene har behov for å synes og delta mer aktivt i lokalsamfunnet. Dette kan gi Rotary økt fokus og påvirke klubbenes rennome positivt.

Det kan også bidra til at eksisterende medlemmer blir ivaretatt på en mer utviklende måte og at økt oppmerksomhet også tiltrekker seg nye.

**Oversikt over medlemsutviklingen i Region 4 klubbene og distrikt 2310,
pr. 21.01. 2016**

Rotary Alderstrend - Region 4 (1)

NESBRU

	2013-14 Total	2014-15 Total	2015-16 Year To Date
29 and under	0% (0)	0% (0)	0% (0)
30 - 39	0% (0)	0% (0)	0% (0)
40 - 49	2% (1)	2% (1)	2% (1)
50 - 59	5% (2)	7% (3)	7% (3)
60 - 69	33% (14)	34% (15)	34% (15)
70 and over	60% (26)	57% (25)	57% (25)
Unreported	0% (0)	0% (0)	0% (0)

SKAUGUM

	2013-14 Total	2014-15 Total	2015-16 Year To Date
29 and under	0% (0)	0% (0)	0% (0)
30 - 39	0% (0)	0% (0)	0% (0)
40 - 49	5% (2)	8% (3)	11% (4)
50 - 59	32% (12)	32% (12)	25% (9)
60 - 69	30% (11)	27% (10)	31% (11)
70 and over	32% (12)	32% (12)	33% (12)
Unreported	0% (0)	0% (0)	0% (0)

A.Kallevig

Rotary Region 4 21.01.16.

32

Rotary Alderstrend - Region 4 (2)

ASKER

	2013-14 Total	2014-15 Total	2015-16 Year To Date
29 and under	0% (0)	0% (0)	0% (0)
30 - 39	2% (1)	2% (1)	2% (1)
40 - 49	5% (3)	5% (3)	5% (3)
50 - 59	23% (13)	23% (13)	23% (13)
60 - 69	33% (19)	33% (19)	34% (19)
70 and over	37% (21)	37% (21)	36% (20)
Unreported	0% (0)	0% (0)	0% (0)

HURUM

	2013-14 Total	2014-15 Total	2015-16 Year To Date
29 and under	0% (0)	0% (0)	0% (0)
30 - 39	0% (0)	0% (0)	0% (0)
40 - 49	0% (0)	0% (0)	0% (0)
50 - 59	6% (2)	6% (2)	3% (1)
60 - 69	21% (7)	19% (6)	20% (6)
70 and over	74% (25)	74% (23)	77% (23)
Unreported	0% (0)	0% (0)	0% (0)

A.Kallevig

Rotary Region 4 21.01.16.

33

Alderstrend i Region 4 (3)

RØYKEN

	2013-14 Total	2014-15 Total	2015-16 Year to Date
29 and under	0% (0)	0% (0)	0% (0)
30-39	0% (0)	0% (0)	0% (0)
40-49	0% (0)	0% (0)	0% (0)
50-59	0% (0)	0% (0)	0% (0)
60-69	39% (7)	35% (7)	36% (8)
70 and over	61% (11)	65% (13)	64% (14)
Unreported	0% (0)	0% (0)	0% (0)

RAUKVIN

	2013-14 Total	2014-15 Total	2015-16 Year to Date
29 and under	0% (0)	0% (0)	0% (0)
30-39	0% (0)	0% (0)	0% (0)
40-49	0% (0)	0% (0)	0% (0)
50-59	20% (4)	14% (3)	14% (3)
60-69	35% (7)	43% (9)	43% (9)
70 and over	45% (9)	43% (9)	43% (9)
Unreported	0% (0)	0% (0)	0% (0)

A.Kallevig

Rotary Region 4 1.01.16

34

Alderstrender i samlet

Distrikt 2310

	2013-14 Total	2014-15 Total	2015-16 Year to Date
29 and under	0% (1)	0% (1)	0% (2)
30-39	2% (40)	2% (47)	2% (47)
40-49	4% (102)	5% (111)	5% (115)
50-59	16% (366)	16% (364)	16% (372)
60-69	30% (681)	30% (681)	30% (682)
70 and over	48% (1,109)	47% (1,075)	46% (1,047)
Unreported	0% (1)	0% (1)	0% (1)

Region 4

	2013-14 Total	2014-15 Total	2015-16 Year to Date
29 and under	0% (0)	0% (0)	0% (0)
30-39	0,5% (1)	0,5% (1)	0,5% (1)
40-49	2,9% (6)	3,3% (7)	3,8% (8)
50-59	15,9% (33)	15,7% (33)	13,9% (29)
60-69	31,2% (65)	31,5% (66)	32,5% (68)
70 and over	49,5% (103)	49% (103)	49,3% (103)
Total	100% (208)	100% (210)	100% (209)

A.Kallevig

Rotary Region 4 1.01.16

35

Kjønnsfordeling i Region 4 klubbene

District 2310 pr. 10. April 2016

Zone	District	Club Group	Club Name	Member Count	Female		Male	
16	D2310	Region 4	Asker	57	9	15.8%	48	84.2%
	D2310	Region 4	Hurum	30	0	0.0%	30	100.0%
	D2310	Region 4	Nesbru	43	7	16.3%	36	83.7%
	D2310	Region 4	Raukvin	21	0	0.0%	21	100.0%
	D2310	Region 4	Røyken	22	0	0.0%	22	100.0%
	D2310	Region 4	Skaugum	36	10	27.8%	26	72.2%
	Totalt			209	26	12,5%	183	87,5%

4.2 Utfordringer

Hva skjer om 10 år? Ingen vet, og de fleste antagelser vil heller ikke være riktige.

Går vi 10 år tilbake så hadde heller ingen forutsett dagens virkelighet:

- Smarttelefonen som har skapt nye kommunikasjons og samværs måter.
- Finanskrisen, stigende arbeidsløshet, oljens avtagende betydning.
- Krig og konflikter med den største flyktningkrisen siden 2. verdenskrig.
- Tiltakende klima- og miljøødeleggelser.
- Økende digitalisering, tap av eksisterende arbeidsplasser, skaping av nye.
- Elektriske biler.

Mest sannsynlig vil mye av dette fortsette i kommende ti år, men det kommer mye annet i tillegg som vil påvirke hva vi gjør, hvor og hvordan vi gjør det, med hvem og for hvem.

Hva skjer så om 10 år i Region 4, og hva skjer i klubbene?

Møtes vi fortsatt fysisk eller bare gjennom elektroniske møter ?

Vil Rotary fortsatt bare omfavne de få, eller vil alle kunne delta ?

Vil vi fortsatt snakke om klubber, medlemmer og rekruttering?

Vi vet ikke, men om klubbene har en visjon om hva og hvem de vil være og målrettede og engasjerte handlinger, så vil deres egen framtid formes av dette.

- Hva gjør vi da for å unngå en rekruttering som ikke holder tritt med den naturlige avgangen av medlemmer?
- Hva gjør vi for å opprettholde engasjementet blant stadig eldre medlemmer for å unngå at klubbene og deres prosjekter og aktiviteter bygges ned?
- Hva gjør vi for å få en bedre kjønnsfordeling i klubbene?

Hvis det er ønske og vilje til å unngå nedleggelser og fusjoner av dagens seks klubber i region 4 om 10år, da må det satses bredt og målrettet på rekruttering og medlemspleie.

Likevel bør kanskje klubbene og Regionen vurdere behovet for en felles organisasjonsplan, som kan omhandle prosessene rundt nedleggelser, fusjoner, opprettelser, e-klubber, Rotaract klubber, samarbeidsavtaler, mm.

Størrelse og aktive medlemmer, der oppgavene i klubbene roterer på alle, har betydning for å skape meningsfylte aktiviteter, samfunnsnyttige prosjekter og levende klubber som medlemmene kan trives og utvikles i.

Klubbene og medlemmenes evne til å tilby mye moro, vennskap og merverdi for seg selv og sine partnere, gir god trivsel og et godt renommé.

Størrelse og aktive medlemmer bidrar til at klubbene synes bedre i lokalmiljøet og kan utgjøre en forskjell.

Ingen klubb kan være tjent med for mange passive medlemmer. På sikt vil slike klubber heller ikke kunne eksistere.

Ansvar for klubbens videre utvikling, har alltid ligget på den enkelte klubb, godt støttet av Distrikt og Region.

2016:

- 6 klubber - 209 medlemmer
- 87,5% menn - 12,5% kvinner
- 50 % over 70 år!
- Aktive – passive medlemmer?

2026:

- Antall klubber ? – antall medlemmer?
- Kjønnfordelingen?
- Antall over 70 år?
- Aktive – passive medlemmer?
- Antall yrkesaktive?

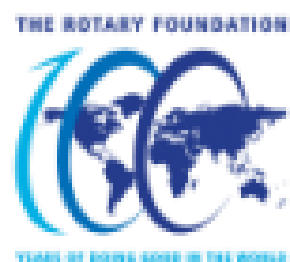
Kilder

Om Rotary e-klubber:

<http://rotaryclubs.com/index.html>

Om My Rotary:

<https://www.rotary.org/myrotary/en>



Kapittel 5

Medlemsrekruttering

5.1 Innledning

Medlemsrekruttering er klubbens og medlemmenes ansvar og starter med erkjennelsen av at man må rekruttere, dersom man vil opprettholde og utvikle klubben og Rotarys mål og verdier i lokalmiljøet.

Rotaryklubbene i Distrikt 4 har ulike rekrutteringsbehov, men alle har fokus på rekrutteringsarbeidet. Noen klubber har også en medlemstilvekst som bidrar til at de har et relativt stabilt medlemstall.

Rotarys grunnleggende ide om felleskap innenfor yrker, kan bli vanskelig å ivareta om alle er pensjonister. Rotarys legitimitet som en yrkesbasert organisasjon kan bare opprettholdes dersom det finnes yrkesaktive medlemmer. Tilgangen på nye medlemmer og mangfold (Yrke, kjønn, alder og etnisitet), vil alltid være viktig for å kunne opprettholde og utvikle klubbens aktivitetsnivå. Men ingen rekrutteringsstrategi alene vil noen gang kunne erstatte nødvendigheten av at vi alltid må streve etter å være en kvalitets Rotaryklubb.

5.2 Utfordringer

I en hver sammenheng får Rotary medlemmer høre at de må rekruttere nye og yngre medlemmer. Hvor mye yngre, og rekruttering til hva?

Ingen tiltrekkes til Rotary bare på grunn av navnet, men på grunn av hva vi gjør og hvordan vi gjør det.

Klubbene bør jobbe målrettet for å få flere kvinner som Rotary medlemmer.

Høy kvinneandel - gir større muligheter for rekruttering av kvinner.

Gode aktiviteter, fornøyde og engasjerte medlemmer og et godt renommé i lokalmiljøet er selve fundamentet i en kvalitets Rotaryklubb.

Det er dette som bidrar til at vi kan beholde våre medlemmer og tiltrekke oss nye.

Hva er en kvalitets Rotaryklubb?

Det er en klubb som:

- *er bevisst hva medlemmenes og andres krav og forventninger er til "oss".*
- *gjennom gode analyser, strategier og planer vet hvordan de skal imøtekomme dette.*
- *har et styre og tillitsvalgte som er bevisst sitt ansvar og sine forpliktelser overfor medlemmene, klubben og andre.*
- *utfører god styring av interne prosesser og god kommunikasjon.*

Det er en klubb som er bevisst på:

- *hva de har, gjør og trenger å gjøre*
- *hva og hvor de er gode og mindre gode.*
- *hva og hvor de skal gjøre forandringer*
- *hvem de skal gjøre det med og når det er ferdigstilt.*

En kvalitets Rotaryklubb skaper en utvikling som bygger på Rotarys grunnverdier og som tilfredsstiller medlemmenes behov, uten å begrense fremtidige medlemmers muligheter til å tilfredsstille sine.

5.3 Forslag til tiltak

- Klubbenes rekrutteringsplaner inngår i deres KMA, som følges opp i styre, komiteer og medlemsmøte. Det settes realistiske rekrutteringsmål med frister, som følges opp utover i Rotaryåret.
- Identifisere hvilke typer medlemmer: Kvinner/menn, alder, etnisitet og yrker/bransjer/virksomheter, som ellers kan være lite representert i klubben.
- Rekrutteringen avpasses til det antall medlemmer klubbene ønsker og bør ha for å kunne opprettholde og utvikle et godt prosjekt- og aktivitetsnivå
- Styret og hver komite bør ha som mål å rekruttere minst et nytt medlem hver, i Rotary året.

- Hvert medlem bør ha et ansvar til å foreslå navn på mulig nye medlemmer og bidra til å verve de.
- Bruk nettverkene til medlemmene som rekrutteringskilde. Spesielt kvinnenenes og de "yngre".
- Tidligere medlemmer bør motiveres til å komme tilbake.
- Det bør utarbeides egne rekrutteringsskjema som inneholder opplysninger om vedkommende, som kan sendes de/den rekrutteringsansvarlige i klubben.
- Det bør utarbeides et informasjonshefte til medlemmene om verving. Hva det er og hvordan man gjør det.
- Aktive klubber med gode samfunnsnyttige prosjekter, sosiale sammenkomster også med ektefeller, gode foredrag, godt kameratskap osv. er viktig for å kunne rekruttere nye medlemmer.
- Klubbene bør ha en egen brosjyre som forteller om seg selv, Rotary og hvilke fordeler og opplevelser et Rotary-medlem har i klubben. Brosjyren bør også utvikles med sikte på rekruttering og bør kunne brukes sammen med materiell fra sentralt hold.
- Medlemmene bør oppfordres til å invitere kjente og potensielle medlemmer til klubbmøter og samtidig gi dem informasjon om Rotary, som et startpunkt i rekrutteringen. Alternativt kan potensielle medlemmer inviteres til egne Rotary informasjonsmøter.
- På et klubbmøte i hver måned avsettes det tid til en rask appell og oppdatering om nye medlemmer, evt. forslag.
- Aktiv bruk og oppdatering av hjemmesidene er viktig
Potensielle medlemmer bør oppfordres til å besøke vår hjemmeside, for fakta om klubben/medlemmene/program/med mer, og "Hvorfor bli medlem av Rotary."
- Være aktive overfor bedrifter og yrkesaktive. Aktive relasjoner til næringsråd kan også sikre dette.

- Invitere 3 personer i alderen 50-60 år til å være "Rotary Gjest" i tre måneder uten forpliktelser, for å gjøre evt. kandidater bedre kjent med flere sider av klubben og medlemmene. Det kan sikre en riktigere rekruttering av medlemmer som blir værende.

Verdens viktigste vervetips.

- Du må tørre å spørre!
- Den vanligste grunn til at folk ikke er medlem er at ingen har spurt om de vil bli medlem.
- Vi må derfor bli flinkere til å spørre om de vil bli medlemmer.

Kilder:

Diverse håndbøker fra NORFRO:

<http://www.rotary.no/no/publikasjoner#.VxOHC6uQl3Y>

Fadderveiledning:

<http://skaugum.rotary.no/file-manager/file/Documents/Fadderveiledning%20Rotary%20febr%202016.pdf?context=mosdoc>



Kapittel 6

Medlemspleie

6.1 Innledning

Alle klubber og foreninger opplever at det er lettere å ivareta eksisterende medlemmer framfor å rekruttere nye . Det forutsetter imidlertid at klubbene evner å skape et godt kameratslig og utviklende klubbmiljø, og ivareta medlemmenes behov.

God medlemspleie tilfredsstiller medlemmenes lyst til å opprettholde medlemskapet og engasjere seg mer aktivt. Det styrker fellesskapet og skaper stolte Rotarymedlemmer.

Fornøyde medlemmer, og gode klubbprosjekter gir godt rennomme og er klubbenes beste rekrutteringstiltak.

6.2 Utfordringer

De fleste klubbene er forhåpentligvis bevisste på at det de gjør for medlemmene i dag, kan gjøres bedre i morgen. Mange av medlemmene har omfattende samfunnsmessige engasjement og klubbene må konkurrere om deres oppmerksomhet gjennom det de tilbyr. Å tilpasse klubbene til nye og skiftende behov hos medlemmene er derfor utfordrende og krever bred medvirkning fra alle. Men hva dreier dette seg om og hvordan gjør man det?

Forslagene til tiltak kan kanskje gi en starthjelp til klubbenes systematiske forbedringsarbeid med nåværende og framtidige medlemspleie?

6.3 Forslag til tiltak

- Ta vare på nye medlemmer. De må følges opp sosialt og faglig i klubben av aktive og engasjerte medlemmer. Det anbefales å etablere en formell fadderordning, og utarbeide en fadderveiledning.(se link under Kilder)
- Nye medlemmer må gis nødvendig informasjon og opplæring. De må settes raskt inn i komiteene og bidra til arbeidet i klubben. Slik blir de fortere kjent med folk, oppgaver og Rotary.
- Bryt sittemønsteret på medlemsmøtene, unngå klikkdannelser. Ved aktiv rotasjon får vi bedre og mer inkluderende kommunikasjon og bedre miljø innad i klubben.

- Alle medlemmene har ansvar for å bidra til at møtene våre er hyggelige. Klubben bør ut fra sine verdinessige og etiske mål utarbeide tydelige rammer og regler for hvordan vi tar hensyn til hverandre, våre foredragsholdere og besøkende.
- Om mulig, ha fokus på et temabasert program med et samfunnsengasjement, som går som en rød tråd gjennom hvert semester. Skap engasjement internt og interesse fra eksterne, gjennom gode foredrag fra både interne og eksterne foredragsholdere.
- Bedriftsbesøk og sosiale utflukter/ekskursjoner, med og uten partnere, er alltid populært. Dersom disse kan settes i sammenheng med resten av semesterprogrammet gir det ytterligere mening.
- Det er viktig at medlemmene holder ego- eller ego-mini-foredrag og 3-minutter for å tydeliggjøre hvem de er, deres historie, yrkesbakgrunn, interessefelt, mm. for å bevisstgjøre medlemmene om hvilke ressurser de utgjør for klubben.
- Større engasjement som f.eks. Semiaden, bidrar til bedre "sammensveising" av medlemmene i og på tvers av klubber. Det gir også økt oppmerksomhet og synlighet i lokalsamfunnet om hva Rotaryklubbene er og gjør.
- Oppdaterte hjemmesider /rikholdige månedsbrev om det som har skjedd eller skal skje i klubben, er viktig i medlemspleien.
- Oppfordre medlemmene til å komme 15 minutter før møtet starter slik at vi får tid til litt kameratslig samvær og at vi er på plass til at møtene kan starte presis.
- Prøve å finne prosjekter som medlemmene kan engasjere seg i, både lokale og mulige internasjonale
- Styrk relasjoner og vennskap. Legg komite- og styremøter hjemme hos hverandre.
- Bruk medlemmenes ressurser, gi de utfordringer og la de blomstre.
- Arrangere halvårlige utviklingsmøter.
 - Om Høsten: Engasjer medlemmene til egenanalyse og idé dugnad om hvordan vi kan bli bedre. Lag en handlingsplan av innspillene. Skap eierskap og oppfølgingsansvar blant medlemmene.

- Om Våren: Oppfølging - medlemmene og styret gjennomgår status, veien videre og reviderer handlingsplanen.
- Kontinuerlig og systematisk utviklingsarbeid i klubbene, gir gode innspill til innkommende presidenter og styrer.
- Anvend også noen klubbkvelder til å gi medlemmene informasjon og kompetanseheving i regi av; egen eller andre klubber, regionen, distriktet, Rotary-Akademiet, eller også fra eksterne miljøer/organisasjoner.
- Vis oppmerksomhet, omsorg og støtte overfor hverandre og til medlemmenes familie ved:
 - Bursdager, jubileer, sykdom, o.l.
 - Bortgang i nær familie
 - Bortgang av medlemmer
 - Eller også når noen trenger hjelp og noen å snakke med
 Vi må vise at vi bryr oss om og setter andres ve og vel foran oss selv, i beste Rotary ånd.



Rotary skaper framtid for barn

Kapittel 7

Nye muligheter

- Gjøre Rotary kjent i lokalsamfunnet. Oppnevne en PR. ansvarlig.
- Benytt avisene aktivt til å fortelle om Rotary. Annonser i lokale aviser (ofte gratis) om særskilte og spennende møter og hva vi har som program.
- "Kjente foredragsholdere" trenger flere tilhørere, fra andre klubber, venner og kjente. Annonsering av åpne møter kan også vurderes.
- Klubbens programmer bør vise møter 3 måneder frem i tid.
- Vurdere medlemskap/samarbeid i lokale næringsråd. Annonser om Rotary og særskilte spennende møter i lokale næringsråds medlemsblad og publikasjoner.
- Anvender klubbene Distriktets kompetanse og tjenester godt nok?
- Kan klubbene sammen med distriktet bidra til å skape "mer liv" om våre prosjekter og arrangementer?
- Vi må skape nysgjerrighet om hva vi er og gjør ved å invitere oftere.
- Gi det jevnlig informasjon i klubbene om hva RI og TRF holder på med og hva den enkelte av klubbens egne komiteer gjør?
- Kan klubben gjøre noe for våre "Nye landsmenn" (spesielt kvinner) på utdanning/språk?
- Viktig at naboklubber går sammen om større arrangement både på foredragssiden og tilsvarende Semiaden. Vi ser at Semiaden drar medlemmene tettere sammen.
- Mer aktiv bruk av sosiale medier kan være pluss for yngre medlemmer.
- Vi kan bli flinkere til å bruke hjemmesidene våre slik at de som søker på nettet får oppdatert informasjon som vekker interesse.

- Et av våre fortrinn er at vi er en yrkesorganisasjon, og vi kan bli bedre til å få frem verdien av dette nettverket. Å være medlem gir mulighet til å utvide eget nettverk og få nyttig kunnskap både for yrkesliv og privatliv.
- Benytte lokalavisene aktivt til å informere om Rotary, klubbens møter samt omtale av særskilte prosjekter og møter inkludert bilder og med henvisning til hjemmesiden.
- Bruke klubbens hjemmeside aktivt. Alltid ha oppdatert programoversikt samt skrive omtale av samtlige møter inkludert bilder.
- Opprette/opprettholde kontakt med videregående skole for å kunne benytte medlemmenes yrkeskompetanse til info om yrkesvalg og bistå i prosjekt ungt entreprenørskap/ungdomsbedrifter.
- Jobbe mer aktivt mot medlemmer av lokale næringsråd, både firmaer og enkeltpersoner, for å skape forståelse for de muligheter Rotary medlemskap kan gi.

Samarbeid og allianser

- Kommune (*museer, bibliotek, sykehjem, friluftsetat*)
- Næringsråd (*etabler et «Lederforum»*)
- Bedrifter (*tjenester, arrangement, erfaringsutveksling, etc.*)
- Videregående skoler (*etabler et «Yrkesforum»*)
- Frivillige organisasjoner (*Røde Kors, idretten, m.fl.*)
- Rotary klubber i og utenfor Region 4 (*Semiaden*)
- Våre «møtelokaleiere»
- Andre?

E-Kommunikasjon

- Hvordan anvender vi sosiale medier til å kommunisere med hverandre? (in, FB, Twitter)
- Hvordan utvikler vi vår egen facebook side?
- Hvordan utvikler vi våre hjemmesider til å bli en viktig informasjonskilde for medlemmer og omverden?
- Utvikle og anvende klubbens e-post
- Utvikle og anvende en E-kommunikasjonsplan

Markedsføring:

- Spør om lov til å :
- Legge ut klubbens informasjons brosjyre på diverse venteværelser, hoteller, turistkontor.
- Henge opp månedlige informasjonsark om klubbens aktiviteter, på butikker og kjøpesentre.
- Montere Rotaryskilt på utsiden og inne i våre møtelokaler.
- Sørge for at lokalisering av møtelokaler er oppdatert i Rotary app'er, etc.

PR og Kommunikasjon

- Har klubbene en kommunikasjonskomite?
- Ivaretar (CICO) all teknisk IT kunnskap og drive opplæring av klubbmedlemmer ved behov?
- Bør klubbene vurdere å oppnevne en PR ansvarlig i klubben?
- Har klubbene en kommunikasjonsplan/strategi med fokus på intern og ekstern kommunikasjon/informasjon.
 - Internt; til medlemmene(innhold på FB , egne nettsider, e-club, streaming av møter/foredrag osv. maler for epost, brev etc)
 - Eksternt produsere innhold for lokale media, Rotary Norden, FB sider for distrikt mm. Samt presentasjoner på distriktssamlinger eller andre arenaer hvor klubben og Rotary presenteres

Erfaringsinnhenting:

- Hva gjør andre klubber i og utenfor Rotary, hva kan/bør kopieres?
- Hvordan kan dette bidra til å fornye det vi gjør. Gjøre det samme på nye måter eller gjøre noe helt nytt?
- Hvordan samarbeider vi med andre klubber om eksisterende arrangement (Semiaden) eller nye – nasjonale/internasjonale?
- Hvem bør vi samarbeid med?
- Vet vi hva vi skal se etter og hvorfor?

Feb. 23, 2016



111 YEARS

