

# Die DisKo – jährlicher Höhepunkt für jeden Rotarier?

**STANDPUNKT** Die Distriktkonferenz von D 1940 war mit über 200 Teilnehmern gut besucht. Allerdings lag das in erster Linie an den vielen Rotaractern, NGSE-lern und Inbounds

Von den knapp 3900 Mitgliedern des Distrikts 1940 haben insgesamt 150 Rotarierinnen und Rotarier an der eigentlichen Konferenz am Samstag teilgenommen. Das sind weniger als vier Prozent. 20 Clubs hatten gar kein Interesse, zehn Clubs haben nur einen Teilnehmer zur Tagung entsandt und an keinem der beiden abendlichen Treffen teilgenommen. Einzelne Clubs legten sogar ihre Veranstaltungen wie Golfturniere, Sommerfeste oder einen Tagesausflug genau auf das Wochenende. Zudem kam trotz wiederholter Erinnerungen mehr als die Hälfte der Anmeldungen verspätet, die letzten erst kurz vor Beginn der Tagung.

Die Vermutung liegt nahe, dass an der rotarischen Basis die Anziehungskraft der DisKo sehr unterschiedlich wahrgenommen wird. Es fängt oft schon mit der clubinternen Kommunikation des Termins und des Programms an. Nicht selten stößt man als Governor auf großes Erstaunen, wenn die Sprache auf die in Kürze bevorstehende DisKo kommt.

## „Strafgebühren“ helfen nur bedingt, vielleicht sind ...

Aufgrund der vielen verspäteten Anmeldungen haben wir vor zwei Jahren beschlossen, von allen Clubs je 70 Euro einzuziehen und damit die Finanzierung der langfristig gebuchten Räumlichkeiten zu sichern. Der Betrag wird nach der Konferenz zurückerstattet, wenn wenigstens zwei Mitglieder des Clubs teilnehmen. In diesem Jahr mussten wir feststellen, dass diese Regelung längst nicht ausreicht, um alle zur Teilnahme zu motivieren. Einige Clubs zahlen lieber die 70 Euro, als zwei Mitglieder zu entsenden.

Bei alledem kann man erfreulicherweise feststellen, dass wir kein Qualitätsproblem haben. Die überaus positive Beurteilung der Konferenz selber und der Abendveranstaltungen ebenso wie des Ausklangs am Sonntagvormittag haben gezeigt, dass auch in diesem Jahr alles richtig gemacht wurde. Sonst gäbe es nicht so viel begeisterten Zuspruch, zahlreiche Wiederholungstäter und viel Lob auch von den DisKo-Neulingen. Daher müssen wir uns

**Wir sollten die Werbung für DisKos nicht allein dem Governor überlassen, sondern zur Aufgabe von Vielen machen**



**GERHARD LÖGTERS**  
RC Berlin-Alexanderplatz  
ist Past-Governor 2016/17  
von D 1940



auf diejenigen konzentrieren, die noch nicht mitbekommen haben, wie gut die Distriktkonferenzen bei den aus nah und fern angereisten Rotariern und ihren Partnern ankommen. Die jährlich wiederkehrenden Appelle des Governors bei seinen Clubbesuchen werden wohl nicht überall mit offenen Ohren aufgenommen. Man muss nur die Wochenberichte in den Wochen und Monaten vor der DisKo lesen, um den geringen Stellenwert des angeblichen Höhepunktes im rotarischen Jahreskalender bei einzelnen Clubs zu erkennen.

## ... Rabatte für Erstbucher sinnvoller?

Nicht nur hier, sondern zum Beispiel auch in Australien haben sich die Rotarier mit der nachlassenden Teilnahme an ihren DisKos beschäftigt und festgestellt, dass

bei ihnen bislang zu wenige Rotarier den besonderen Reiz einer Distriktkonferenz selbst erlebt haben und dass es einer gewissen Initialzündung bedarf. Deshalb denkt man dort darüber nach, den ersten Besuch einer DisKo zu vergünstigten Konditionen anzubieten, um den Kreis der Interessierten zu erweitern.

Die Erfahrung in D 1940 zeigt, dass die Teilnahme von Club zu Club stark variiert. Es gibt Clubs, bei denen es zum guten Ton gehört, regelmäßig zwischen drei und acht Mitglieder zur DisKo zu schicken, egal wie weit der Weg ist. Die Clubs, die dem Ereignis keine Beachtung schenken, tun dies egal wo die Konferenz stattfindet und auch programmunabhängig.

Am sinnvollsten erscheint es mir, dass jeder, der eine DisKo miterlebt hat, seine Freundinnen und Freunde frühzeitig auf die nächste DisKo anspricht. Past Governors sind besonders dafür geeignet, unter den Mitglieder des eigenen Club für die DisKo zu werben. Aber auch die zukünftigen Governors, die Assistant Governors und natürlich die Präsidenten sind gefordert, gezielte Überzeugungsarbeit zu leisten. Wenn wir die Werbung für die DisKo nicht dem Governor allein überlassen, sondern zur persönlichen Aufgabe von Vielen machen, sehe ich gute Chancen, das Produkt Distriktkonferenz zukünftig besser zu vermarkten. Dabei sollten wir vor allem auch auf die Clubs zu gehen, die beim letzten Mal gefehlt haben.

Distriktkonferenzen haben sich über Jahrzehnte als Höhepunkt des rotarischen Jahres etabliert und bewährt. Sie sind ein attraktiver Treffpunkt für alle Mitglieder des Distrikts. Lassen Sie uns gemeinsam dafür sorgen, dass die Bedeutung von Distriktkonferenzen wächst und es zukünftig weniger darum geht, ob der Club überhaupt teilnimmt, sondern eher, wer alles hinfährt.

