

# Mitgliedschaftsentwicklung

Distriktleitung 4.

GETS Berlin 06. – 07.11.2014, Peter Iblher , Rotary Coordinator



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Lernziele

- Mitgliedschaftsziele im Distrikt
- Strategien zur Realisierung der Mitgliedschaftsziele
- Argumente für die Kommunikation mit den Clubs
- Eintrittsargumente für M-Kandidaten



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Wer sind wir?

Serviceclub-Organisation ?

Internationales Clubnetzwerk  
von **Berufsleuten** und gesellschaftlich  
herausgehobenen Personen,  
die auf freundschaftlicher Basis  
**Fachkompetenz, Ressourcen und  
Kontakte**  
ehrenamtlich  
für **soziale Dienstleistungen**  
weltweit zur Verfügung zu stellen.



# Mitgliedschaftsentwicklung

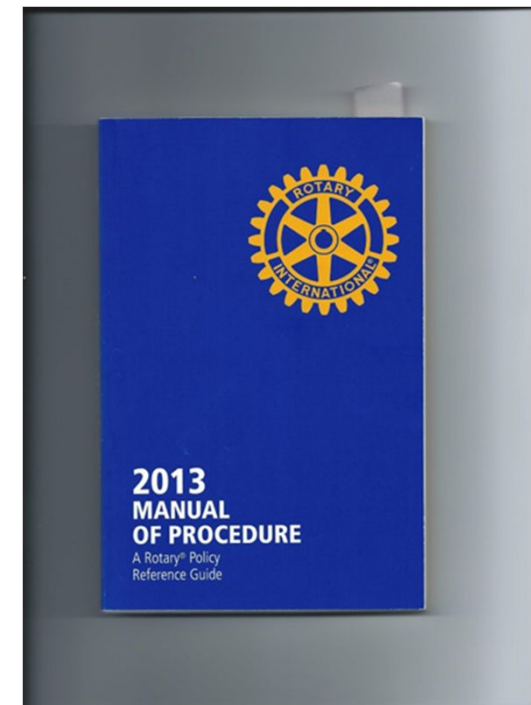
## Was tun wir?

Die **Verfassung** von Rotary sagt dazu:

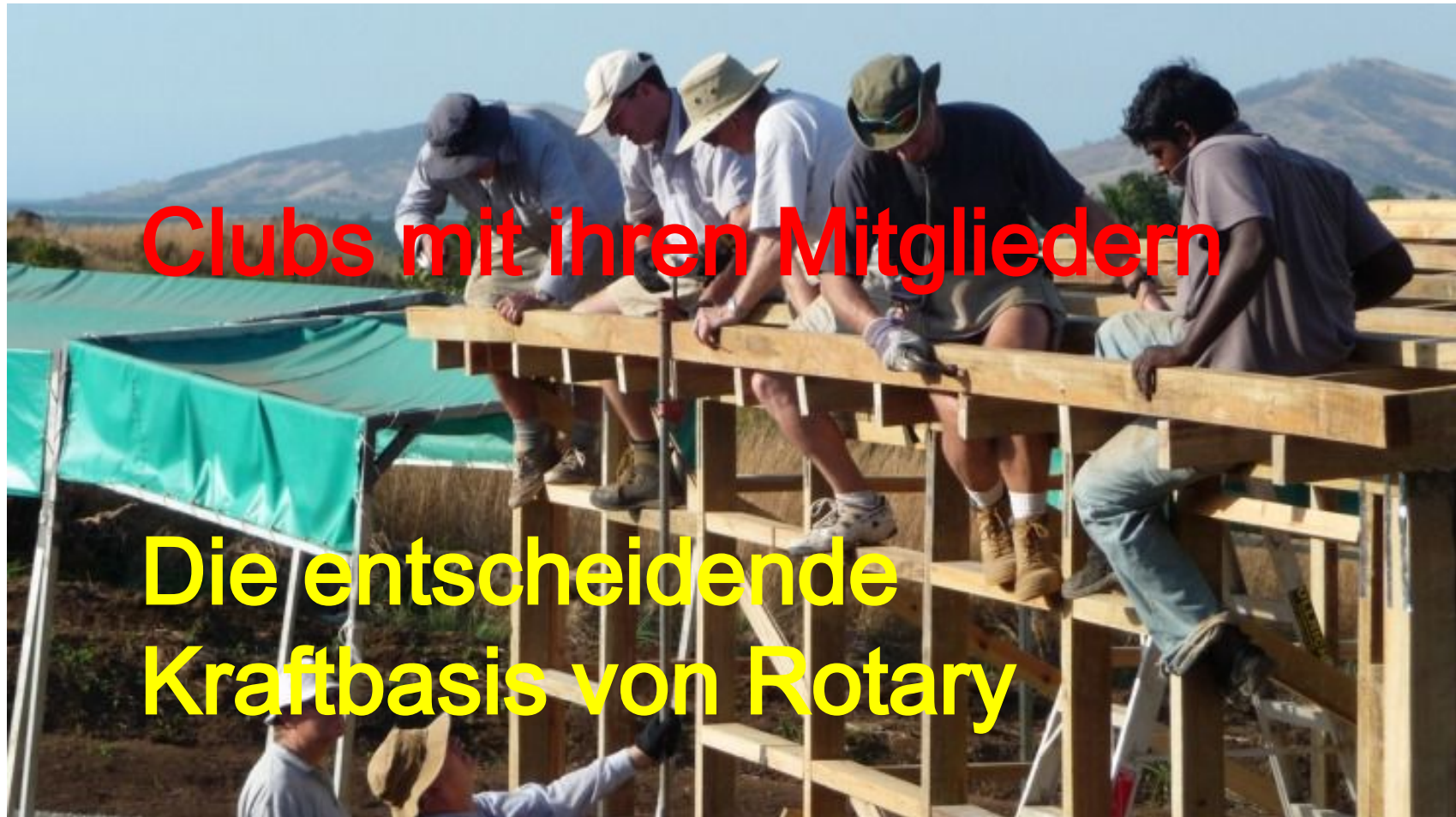
### Artikel 4 Ziel

Ziel von Rotary ist das Fördern und Unterstützen **sozialer Dienstbereitschaft** als Basis wertvollen Unternehmens, insbesondere durch:

1. Entwicklung von Freundschaft und Bekanntschaft als eine Gelegenheit, sich anderen nützlich zu erweisen.
2. Verwirklichung hoher ethischer Grundsätze im Privat- und Berufsleben, Anerkennung des Werts jeder nützlichen Tätigkeit sowie die Wertschätzung aller Berufe von Rotariern als Möglichkeit zum **Dienst für die Gesellschaft**.
3. Verwirklichung der **Dienstbereitschaft** jedes Rotariers in seinem persönlichen, beruflichen und gesellschaftlichen Leben.
4. Förderung der Völkerverständigung und Einsatz für den Weltfrieden in einer Weltgemeinschaft berufstätiger Männer und Frauen, die in rotarischer **Dienstbereitschaft** vereint sind.



# Mitgliedschaftsentwicklung



Der Rotary Club Meppen baut Häuser für Obdachlose auf den Fidschi-Inseln 2014, Osnabrücker Z.



Governors Elect Training Seminar Mailand, 20. – 21.10.2015 Peter Iblher, Rotary Coordinator Zonen 14/19



# Mitgliedschaftsentwicklung



## Wunschdenken

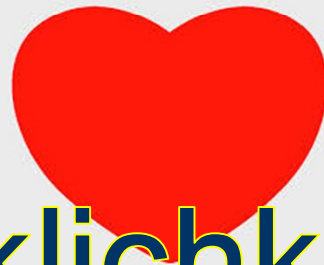


**Mitglieder**

oder

**Freundschaft**

**Service**



## Wirklichkeit?

# Mitgliedschaftsentwicklung

Für unsere Dienste brauchen wir **vielfältige Mitglieder**

**Kompetent**

**Kreativ**

**Innovativ**

**Einsatzfreudig**

**Weltoffen**

**Motiviert**

**Optimistisch**

**Hilfsbereit**

**Teamworking**

**Zielgerichtet**

**Zuverlässig**

**Nicht nur Position,  
sondern**

**Persönlichkeit  
beachten**

**Effizient**

**Lustig**

**Kommunikativ**

**Zukunftsorientiert**

**Praktisch**

**Schlaue Clubs  
suchen/nutzen**

**Vielfalt**

**für ihre**

**Attraktivität und  
Serviceprojekte**



# Mitgliedschaftsentwicklung

**Wen brauchen wir?**

**Vielfalt, Mischung, Diversität**

von

- **Berufen und Gesellschaftsbereichen**

- aktuell z. B. Erziehung, neue Techniken, IT, Kommunikation, soziale Dienste, laufend neue Bereiche

- **In- und Ausländern**

- aktuell z. B. Unternehmen von Migranten

- **Alt und Jung**

- aktuell zügiger Nachzug von Personen unter 40 Jahren

- **Damen und Herren**

- aktuell z. B. Unternehmerinnen, Ingenieurinnen, Richterinnen, Medien-Frauen, Wissenschaftlerinnen, Pädagoginnen



**Sind wir  
offen  
und  
attraktiv  
genug??**





# Mitgliedschaftsentwicklung

## Wen brauchen wir?

## Wo neue Mitglieder suchen?



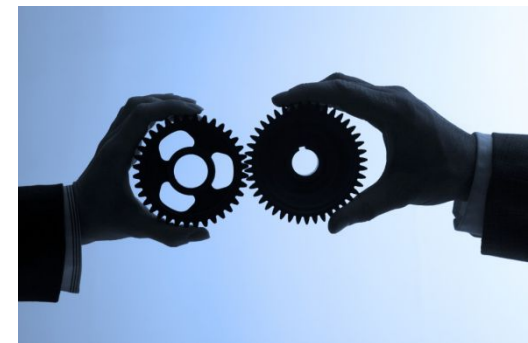
- Innovative und wichtige Unternehmen und Institutionen
- Fach- und Berufsorganisationen
- Wesentliche soziale und kulturelle Ereignisse
- Diskussionsanreger und Meinungsbildner in Kultur, Presse
- Kooperationspartner in Projekten
- Rotaryerfahrene Personen, Alumni, spouses, Jugend
- Netzwerk der vorhandenen Mitglieder auch aus anderen Clubs
- Kenntnisse von Governor und AG nutzen

# Mitgliedschaftsentwicklung

## Wen brauchen wir?

### Strategische Bedeutung kontinuierlicher Neuaufnahmen

- Neues Wissen
- Neue Fähigkeiten
- Neue Methoden, Konzepte
- Neue Ideen
- Neue Lebensformen
- Neue Energie
- Neue Kontakte, Netzwerke, Freundschaft
- Neue Symbiosen, Kooperationen im Club
- Neue Aufmerksamkeit, Spannung
- Synchronisation mit gesellschaftlicher  
Entwicklung



# Mitgliedschaftsentwicklung

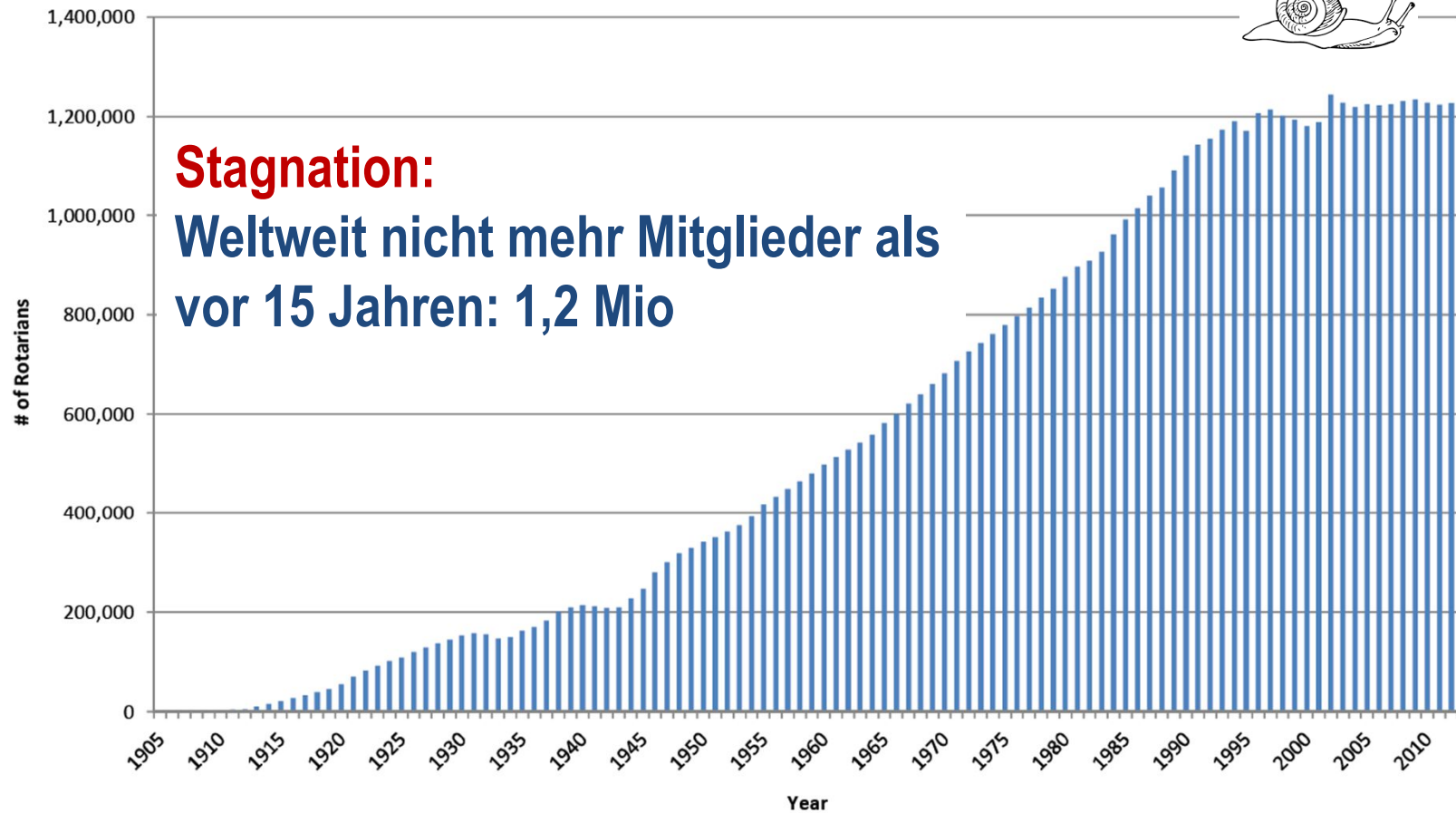
## Wen brauchen wir?



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Gesamtentwicklung

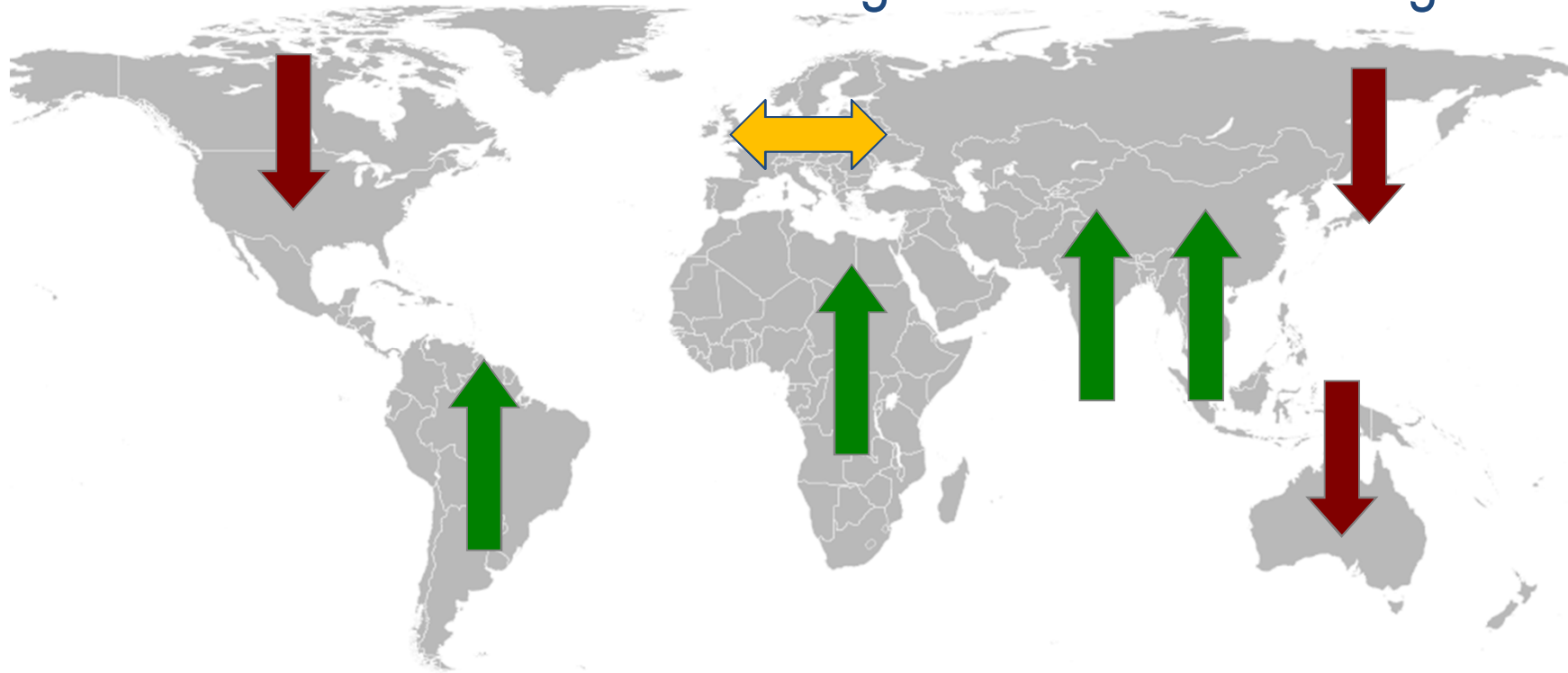
Membership Growth 1905 to Present  
30 June totals



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Weltweite Tendenzen

### 10 Jahrestrend der weltweiten Mitgliedschaftsentwicklung



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Entwicklung im deutschsprachigen Bereich

Gebiet	M Ende 2014/15	2008/13 %	2013/14 %	2014/15 %	M/10000 E
D	53061	2,1	1,3	1,1	6,6
A	7676	2,4*	1,5	0,5	9,0
CH	12640	1,0	1,3	1,1	15,5!

\* Nur 1920 wegen Abgabe von Gebieten an neue Distrikte in 1910

Bei uns alles in Ordnung?

- Deutschsprachiges Gebiet besser?
- Zeitverschiebung zu Nachbarn oder konkrete Gründe?
- **Zukunft gesichert?**

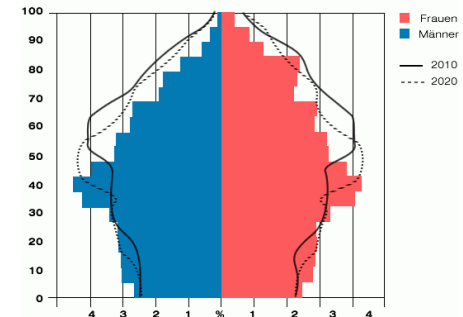




# Mitgliedschaftsentwicklung

## Blick in die Statistik - **Alter**

- **35%\*** der deutschen und österreichischen Mitglieder sind **über 65**
- **Neuaufnahmen** werden zu über einem **Viertel** von **Todesfällen** aufgezehrt
- Mitglieder **bis 40** Jahre sind mit **4,2%** wenig beteiligt



\*30.09.15



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Wer fehlt?

### Nicht missverstehen:

Wir schätzen und benötigen unsere älteren Mitglieder und nehmen auch gern weitere auf



Auch Rotarier, die im höheren Alter umziehen

Es gibt kein Aufnahmealter für Rotary

Aber für unsere **Zukunft** brauchen wir

**Nachwuchs, also mehr Jüngere**

und müssen alles dran setzen, diese zu **halten**



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Wer fehlt?

### Blick in die Statistik – **Frauen**



- **27%** der Schweizer, **32%** der deutschen und über **53%** der österreichischen Clubs haben noch **keine Frauen** aufgenommen (\*30.09.15)

- Der **Frauenanteil** beträgt in

D 9,68%

A 9,44%

CH 9,91%

international 20,15%

USA 28,21%

(07.10.2015)



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Wer fehlt?

### Großes ungenutztes Potential!

obwohl seit 26 Jahren weibliche Mitglieder aufgenommen werden

Doch hier keimt **Hoffnung**:

### 27 deutsche Clubs

haben seit 09/14,

**12**

im neuen Quartal

begonnen, Frauen aufzunehmen

Mehr als die Hälfte des gesamten Nettowachstums ist auf Frauen zurückzuführen



Die erste rotarische  
Präsidentin der Welt,  
Dr. Sylvia Whitlock,  
RC Duarte, PDG 5300  
mit Jenifer Jones, RIDE



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Wer fehlt?

Blick in die Statistik - **Mitgliederverluste**  
in D und A



	2013/14	2014/15
Neuaufnahmen	100	100
Austritte	43,0	45,7
Todesfälle	24,3	27,8
M-Gewinne	32,7	26,5
Fälle	2332	2198

Drehtür?

Quelle: Rotary Magazin Personalia



Governors Elect Training Seminar Mailand, 20. – 21.10.2015 Peter Iblher, Rotary Coordinator Zonen 14/19

# Mitgliedschaftsentwicklung

## Wer fehlt?

### Austritte

in D 2014/15

- „fraßen“ **45%** der Neuaufnahmen
- **68%** davon waren **nach 2000**
- **51%** **nach 2005**
- **22%** **nach 2010** eingetreten





# Mitgliedschaftsentwicklung

## Erkenntnisse:

- Die **Entwicklungsdynamik** von Rotary hat sich auch in deutschsprachigen Raum **abgeschwächt**
- Um **ein Mitglied** zu gewinnen, benötigen wir in D und A mehr als **drei Aufnahmen**
- Wir haben große **Schwierigkeiten, jüngere Personen** zu gewinnen
- Der **hohe Altenanteil** bewirkt allein durch Todesfälle einen starken Verlust
- Die **Austritte** sind höher als erwartet, steigen und betreffen gerade jüngere Mitglieder.
- Die **Bindung** („Einmal Rotary, immer Rotary“) scheint **nachzulassen**



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Umstellung auf andere Interessenlage

Was ist wichtig für

### jüngere Kandidaten ?

- Mehr hands and brains on
- Bedeutsamere Serviceprojekte
- Willkommenskultur
- Nachhaltige persönliche Einbindung mit Familie
- Mehr gesellschaftliche Diversität und Internationalität
- Mehr Gleichgesinnte
- Keine Altherrendominanz
- Schnellere Abläufe , weniger Formalismus
- Mehr digitale Kommunikation
- Stärkere öffentliche Sichtbarkeit, besseres Image
- Mehr Spaß



# Mitgliedschaftsentwicklung

Der Wind dreht sich

von

„Wen brauchen wir?“

zu

„Wer braucht uns?“



Kandidaten prüfen Mitgliedschaft bei Rotary  
als für sie passendes attraktives Angebot der  
Lebensgestaltung



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Schlüssel

zur **Gewinnung von Aufmerksamkeit**

Entsprechend verlässliche



„Nutzenversprechen“ (value propositions)

„Gerade für Ihre Interessen (Serviceengagement, Kontrast zur Arbeitswelt, freundschaftliche Integration, keine formalen Pressionen) bietet dieser Club gute Möglichkeiten!“

Lippenbekenntnis reicht nicht .Clubs müssen zu erforderlichen effektiven Veränderungen bereit sein



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Nutzenversprechen

Bei der Mitgliedergewinnung und -bindung ist es wichtig, verschiedene Ansätze zu verfolgen. Verschiedene Zielgruppen haben verschiedene Bedürfnisse. Regen Sie als Governor Ihre Club dazu an, für jede Zielgruppe ein Leistungsversprechen zu entwickeln.

Ziehen Sie folgende Fragen in Betracht, wenn Sie ein Leistungsversprechen formulieren:

- Welchen Dienst oder welches Produkt bietet Ihr Club an?
- Was sind die Vorteile dieses Dienstes oder dieses Produkts?
- Wer ist die Hauptzielgruppe?
- Wie unterscheidet sich Ihr Produkt/ was macht es einzigartig?

Nutzen Sie folgende Formel, um Ihr Leistungsversprechen zu formulieren, welches Sie dann auf Ihrer Website, Postern, Flyern etc. einsetzen können.

- **Überschrift.** Vermitteln Sie in einem kurzen Satz den Vorteil, den Sie bieten.
- **Zweite Überschrift oder ein Paragraph über zwei bis drei Sätze.** Spezifische Erklärung, was Sie tun oder anbieten, für wen Sie es anbieten und warum es nützlich ist.
- **Drei Aufzählpunkte.** Liste der Hauptvorteile oder -merkmale.
- **Bild.** Bilder sagen häufig mehr als Worte. Zeigen Sie das Produkt oder ein Bild, das Ihre Hauptbotschaft unterstreicht.

### AKTIVITÄT

Formulieren Sie gemeinsam mit Ihrer Gruppe ein Leistungsversprechen für die Ihnen zugeteilte Zielgruppe. Nutzen Sie nachfolgende Fragen zur Unterstützung.

Zielgruppe 1: Junge Berufstätige

Zielgruppe 2: Ehemalige Teilnehmer an Rotary-Programmen (Rotary Alumni)

Zielgruppe 3: Frauen

Zielgruppe 4: Rotaracter

Zielgruppe 5: Lokale oder regionale ethnische Gruppierung, die in Ihrem Club unterrepräsentiert ist oder Personen, die jüngst in den Ruhestand traten

Quelle: Distriktsleitung 4.5



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Zukunftsorientierung (Welche Veränderungen sind nötig?)



### Fragen an unsere Clubversammlung

- Sind wir offen und aktiv genug für **neue Entwicklungen und Lebensbereiche**?
- Kennen wir unsere **Konkurrenz**?
- Harmonieren wir mit dem **Lebensstil der jüngeren „Macher“** unserer Gesellschaft?
- Treffen wir das **Interesse, sich zu engagieren** und etwas zu bewegen, u. a. durch richtungsweisende, nachhaltige Serviceprojekte?
- Stehen wir in guter Verbindung mit heutigen **Kommunikationsnetzwerken**?
- Nehmen wir **schnell genug neue Kräfte** auf und lassen Sie ans Ruder?
- Planen und handeln wir **systematisch und langfristig** genug?



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Was sollten wir tun?

Kontinuierliche, selbstkritische **Beobachtung unseres Clublebens**

- Vielfalt, Nachwuchs
- Außenkontakte, Projekte
- Kontakte untereinander
- Spaß
- Unzufriedenheit, Streitigkeiten in Clubs
- Beteiligung
- Schwierigkeiten beim Finden neuer Mitglieder
- Austritte
- **Zusammenhang zwischen den verschiedenen Erscheinungen!?**



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Was können wir tun?

### Vorschläge für systematische Klärungen

Klassifikationsumfrage

Umfrage zur Mitgliedervielfalt

25-Minuten-Umfrage

Modell für die Mitgliederbindung

Profil für den Mitgliederabgang

Umfrage zur Zufriedenheit der Mitglieder

Umfrage zu austretenden Mitgliedern

**Befragungen  
anpassen**

#### Club Assessment Tools – Hilfen zur Clubeinschätzung

Begleitpublikation zu den  
Materialien zur Mitgliedschaftsentwicklung



Quelle: Hilfen zur Clubeinschätzung, <http://www.rotary.org/myrotary/de/document/618>



Governors Elect Training Seminar Mailand, 20. – 21.10.2015 Peter Iblher, Rotary Coordinator Zonen 14/19

# Mitgliedschaftsentwicklung

Was  
können  
wir tun?

Austritt

## Fragebogen für austretende Mitglieder

Wir bedauern, dass Sie unseren Club verlassen. Dieser Fragebogen hilft uns bei der Einschätzung Ihrer Zufriedenheit als Clubmitglied. Ihre Informationen kommen den jetzigen und zukünftigen Mitgliedern unseres Clubs zugute. Bitte übermitteln Sie den ausgefüllten Fragebogen dem Clubsekretär oder Clubpräsidenten. Ihre Angaben werden vertraulich behandelt.

1. Verlassen Sie den Rotary Club, weil Sie umziehen? ☐ Ja ☐ Nein

2. Haben Ihnen die wöchentlichen Meetings unseres Clubs gefallen? (bitte eine Zahl einkreisen)

1 2 3 4 5 6  
Überhaupt nicht Vollständig

### Meeting-Logistik

	Ja	Nein	Nicht zutreffend
Günstiger Treffpunkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angenehmer Treffpunktort (Dekor, Service)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Günstige Meeting-Zeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angemessene Meeting-Länge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gut geführte und organisierte Meetings	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Meeting-Aktivitäten

	Übertrieben	Angemessen	Nicht angemessen
Länge der wöchentlichen Programme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
RI Programmschulungen/-infos (Rotaract, Youth Exchange, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TRF Programmschulungen/-Infos (GSE, Stipendien etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Club-Öffentlichkeitsarbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fundraising/Spendenarbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Waren die Club-Meetings sinnvoll verbrachte Zeit? (Bitte eine Zahl einkreisen)

1 2 3 4 5 6  
Überhaupt nicht Vollständig



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Was können wir tun?

### Faktoren der Clubattraktivität

- Klare, konsensgetragene **Ziele**
- **Transparente** Organisation und Zuständigkeiten
- Attraktives **Veranstaltungsprogramm**, Späßevents
- **Wesentliche, nachhaltige Projekte**
- **Vielfalt** der Mitglieder nach Gesellschaftsbereichen, Berufen, Alter, Familien, Hobbies, Einsatzfreude, Teamfähigkeit, sozialem Engagement
- **Breite Beteiligung**
- Gute **Kommunikation** im Club, Persönliche Kontakte, Vertrautheit, Verlässlichkeit, gute Stimmung
- **Zufriedenheit** der Mitglieder mit dem Clubleben



# Mitgliedschaftsentwicklung

Was können wir tun?

M-Planung:

## Nutzung von Rotary Club Central

mit differenzierten Zielüberlegungen

(wie bei Strategischer Planung besprochen, Trainingsvideo

<http://www.youtube.com/embed/krpmgR3xJU0?vq=hd720>)



# Mitgliedschaftsentwicklung

## M-Planung: M-Ziele deutschsprachiger Distrikte 2015/16

Distrikt	Mitglieder* 30.06.2015	Z 30.06.2016 absolut	Frauen* 30.06.2015	%*	Z 30.06.2016 absolut	<41 Jahre* 30.06.2015	Z 30.06.2016 absolut	Clubs* 30.06.2015	Z 30.06.2016	E-Clubs 30.06.2015	Z 30.06.2016	Distrikt
1800	3.886	3950	364	9,4%	395	131	Ziel überholt (112)	77	78	0	1	1800
1810	4.255	4301	379	8,9%	400	156	Ziel überholt (129)	77	79	1	1	1810
1820	3.686	3748	284	7,7%	305	147	154	69	70	0	0	1820
1830	3.157	3210	272	8,6%	290	99	110	54	56	0	1	1830
1841	2.733	2825	276	10,1%	290	144	150	55	56	1	1	1841
1842	3.163	3220	382	12,1%	keine Angaben	194	keine Angaben	55	keine Angaben	0	keine Angaben	1842
1850	3.142	3175	280	8,9%	Ziel überholt (285)	127	Ziel überholt (100)	67	67	1	1	1850
1860	4.263	4290	378	8,9%	Ziel überholt (380)	125	100	80	81	0	0	1860
1870	4.121	4175	370	9,0%	392	174	Ziel überholt (75)	75	76	1	1	1870
1880	3.337	3386	275	8,2%	294	136	Ziel überholt (110)	68	69	0	1	1880
1890	3802	3830	397	10,4%	Ziel überholt (398)	114	Ziel überholt (82)	73	75	0	0	1890
1900	4.333	4360	356	8,2%	365	184	Ziel überholt (160)	81	81	0	0	1900
1930	3.335	3343	310	8,7%	Ziel überholt (315)	130	150	60	64	1	1	1930
1940	3.802	3800	495	13,0%	Ziel überholt (494)	177	Ziel überholt (152)	85	88	2	2	1940
1950	2.836	2888	234	8,3%	249	216	Ziel überholt (179)	63	64	2	2	1950
1910	4.360	4445	482	12,0%	505	201	keine Angaben	92	keine Angaben	0	keine Angaben	1910
1920	3.411	3480	245	7,1%	265	115	keine Angaben	65	keine Angaben	0	keine Angaben	1920
1980	4016	4040	423		Ziel überholt (430)	134	160	65	65	1	1	1980
**1990	4459	4510	320		keine Angaben		keine Angaben	73	keine Angaben	0	0	1990
**2000	4332	4385	513	11,7%	530	198	236	77	78	1	1	2000
Zusammen	74429		7035	2		2902		1411		11		

Quelle: Eigene Daten



Governors Elect Training Seminar Mailand, 20. – 21.10.2015 Peter Iblher, Rotary Coordinator Zonen 14/19



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Was können wir tun?

### Deshalb auch 2016/17 ...

- Sorgen Sie für vielfältige neue Mitglieder gerade aus bisher nicht vertretenen, auch ungewöhnlichen Bereichen
- Gewinnen Sie nachhaltig mehr jüngere Mitglieder
- Verstärken Sie die Frauenaufnahme
- Setzen Sie konkrete qualitative und quantitative Mitglieder-Ziele
- Bleiben Sie dran, bis sie verwirklicht sind
- Gründen Sie neue Clubs
- Lassen Sie sich nicht von Sonderinteressen bremsen



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Was können wir tun?

## Gründung neuer Clubs

(Führt erfahrungsgemäß oft zu stärkerem Gewinn als Aufnahmen in vorhandenen Clubs)

Bedarfsanalyse

Gründungsbeauftragter, Patenclub

Mitgliedersuche (z. B.)

Mitgliedermischung

Konzeptentwicklung (Treffpunkte und -zeiten)

Programm, Schwerpunkte, Projekte)

Training

Transparenz für Nachbarn

**Konflikte zielbewusst durchstehen**

Gründung und Charter



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Was können wir tun?

### Ressourcen für Ihre Tätigkeit

Statistiken vom Coordinator zu distriktweiser  
Entwicklung von

- M-Zahlen
- M-Struktur
- M-Verlusten
- Austrittsstruktur



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Was können wir tun?

### Ressourcen für Ihre Tätigkeit

Für einen detaillierteren Überblick über wesentliche Elemente der

### Mitgliedschaftsentwicklung

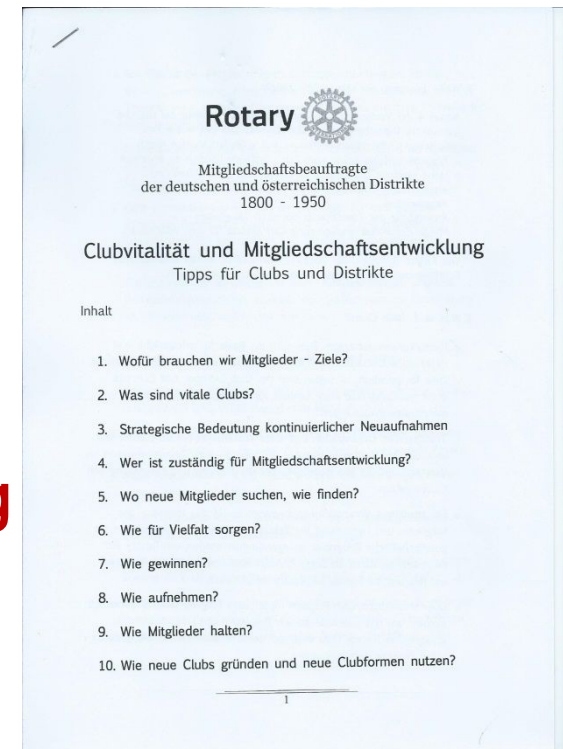
nutzen Sie unsere

### Handreichung

## Clubvitalität und Mitgliedschaftsentwicklung Tipps für Clubs und Distrikte

Erarbeitet von den

Distriktsbeauftragten für Mitgliedschaftsentwicklung



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Publikationen

Stärkung der  
Mitgliedschaft

Gründung neuer Clubs

Orientierung für  
Neumitglieder

Connect for Good

Leitfaden zum  
Distriktseminar  
Mitgliedschaft



# Mitgliedschaftsentwicklung

## Mein Rotary

Regionale Pläne

Membership Assessment  
Tools

Diskussionsgruppen

Webinare

Rotary Club Central



# Mitgliedschaftsentwicklung

Rotary steht mehr denn je in **Konkurrenz** zu anderen Lebensbereichen



Unsere frühere **Anbieterposition** schwächt sich ab  
Wir brauchen **mehr Offenheit** für Interessenten, sollten Kandidaten auch von sich aus kommen lassen

Wir müssen uns mit **gesellschaftlichen Veränderungen** **synchronisieren**, um nicht an den „Rand“ zu rücken

Wir benötigen eine entsprechend

**vorausschauende, nachhaltige**  
**Mitgliedschaftsdiskussion und -perspektive**





# Mitgliedschaftsentwicklung

## Lernziele

- Mitgliedschaftsziele im Distrikt
- Strategien zur Realisierung der Mitgliedschaftsziele
- Argumente für die Kommunikation mit den Clubs
- Eintrittsargumente für M-Kandidaten



# Mitgliedschaftsentwicklung



für Eure Mitarbeit  
und viel Erfolg

