

# STÄRKUNG DER MITGLIEDSCHAFT



## ARBEITSBUCH EINHEIT 4

**RESSOURCEN:** Stärkung der Mitgliedschaft, Orientierung für Neumitglieder, Mein Rotary, Rotary Club Central, Diskussionsgruppe "Membership Best Practices"



# ROTARY COORDINATOR & ARC FÜR DGE/DISTRIKT

Wie können wir **zusammen** arbeiten:

1. Unterstützung bei **PETS** und **DTV**
2. Mitgliedschaftsausschuss DGR (DMCs)
3. Werkstätten, Seminare, Webinare
4. **IMPULSE** (Links und Hilfsmaterialien)
5. **Neugründungen** (klassisch, Hybrid, E-club)
5. Clubbesuche
6. Telefon und E-Mail

# UNSERE THEMEN

- **Trends** in der Mitgliedschaft (global / lokal) samt ihren Herausforderungen
- Ansprache definierter **Zielgruppen**
- **Merkmale** starker Clubs und **Stärkung** von Clubs

# MITGLIEDER-DASHBOARDS (ROTARY CLUB CENTRAL und ROCAS)



# MITGLIEDERENTWICKLUNG (TRENDS)

- **Weltweite Stagnation** seit > 15 Jahren (1,210 Mio. plus)
- **Per Juni 2016**
  - Wachstum in **Indien, Südostasien, Afrika**
  - **Positive Stabilität** in **DACH** (+/- 1-3%) und Japan
  - Rückgang **Nord- und Südamerika** und **Teile Europas**
- **Zone 14 und p19/13 mit stabil geringem Wachstum**
  - Alter < 40 wächst auf geringem Niveau +/-4% stetig
  - Frauenanteil wächst (Anteil mit +/- 10% niedrig)
  - Anteil aktiver Austritte nimmt stetig zu (Interviews)

# MITGLIEDERENTWICKLUNG (aktuell)

- **Per 31. Okt. 2016**

- Weltweit “gestärktes” Wachstum (Asien & Afrika)
- Süd- und Nordamerika aktuell wieder stärker
- Eher verlangsamte Entwicklung DACH und EU

- **Zone 14 und p19/13 mit stabil geringerem Wachstum**

- Alter < 40 wächst auf geringem Niveau +/-4% stetig
- Frauen sind in EU-Vgl. mit +/- 10% (zu) schwach
- Anteil der aktiven Austritte bleibt

# REGIONALER MITGLIEDERPLAN 16-17

- **Stärkung der Clubs**
  - Alle Distrikte mit Amt für Club- und Mitgliederausbreitung
  - 30% der Clubs setzen und verfolgen **10 Merkmale in RCC**
- **Mitgliederattraktivität**
  - Jeder Distrikt gründet mind. **einen** Club
  - Steigerung **Frauenanteil** um 2%-punkte (auf +/- 12%)
  - Steigerung Anteil **< 40 Jahre** um 2%-Punkte (auf +/- 6%)
- **Mitgliederbindung**
  - Reduzierung der Austrittsquote um 30%
  - Spürbarer Anstieg **“My Rotary-Registrierung”**

# ROTARY CLUB CENTRAL

(Alexandra Heller detailliert)

- Nutzung **Rotary Club Central** zum Download von Mitgliedschaftsdaten
  - Distrikt-/Clubmitgliedschaft nach
    - Alter
    - Geschlecht
    - Mitgliedschaftswachstum
  - Berichte
    - Clubwachstum
    - Mitgliedertrends (Neuzugänge, Austritte)

# DIE ZUKUNFT VON ROTARY?

- **Externe Herausforderungen**
  - Globalisierung
  - Individualisierung
  - Demografie
  - Digitalisierung
- **Interne Herausforderungen**
  - Digitalisierung
  - Mitgliederentwicklung
  - Vielfalt der Mitglieder
  - Kosten der Mitgliedschaft
  - Wissen über Rotary

# WIE KÖNNEN SICH CLUBS VERÄNDERN? IHRE "KULTUR" WEITERENTWICKELN

## Selbsteinschätzung

- Treffzeiten?
- Ämter? Clubleben?

## "Peer" Einschätzung

- Rotaracter/Round Tabler/ junge Berufstätige Befragen

## Reformen

- Familienfreundliche(re) Meetings und Projekte (gemeinsam hands-on)
- Zeiten und Formate

## Orientierungen

- Mentorenprogramme
- **Hybridtreffen (Online Seminar)**

## Engagement

- Feedback zu Verfahren, Projekten, Programmen

2016

# WAS KÖNNEN WIR TUN ?

- **COUNCIL ON LEGISLATION** (demokratisch > Flexibilität)
  - Neuformulierung RI Verfassung **und Clubverfassung (4 Ziele)**
  - Deren **Verbindlichkeit** für alle
  - Persönlichkeit, integrier Charakter, **Potenzial** statt Position
- Botschaft und **Jahresmotto RI-Präsident, DG & DGE**
- Anpassung **Clubsatzung** (Club autark)
- Ansprache nach **Zielgruppen**
- **Merkmale** starker Clubs erkennen und vermitteln
- **Stärkung** von Clubs ins Bewusstsein bringen

# WEN BRAUCHEN WIR?

**Vielfalt, Mischung, Diversität** von

- **Berufen und Gesellschaftsbereichen** (z. B. Erziehung, neue Techniken, Kreativwirtschaft, IT & Kommunikation, soziale Dienste)
- **In- und Ausländern** (z. B. aus internationalen Unternehmen)
- **Jung und Alt** (zügiger Nachzug von Personen < 40 doch auch generationenübergreifend)
- **Frauen und Männer** (Start-ups, Kunst, Event, Sport, Ingenieurinnen, Medien-Frauen, Wissenschaftlerinnen, etc.)

**Sind wir offen und attraktiv genug?**



GETS 2016 MADRID

2016

# AKTIVITÄT – WER BRAUCHT UNS? WERTEANGEBOTE NACH ZIELGRUPPEN

“Wertversprechen” für neue Mitglieder “erarbeiten” :

HJA1

## 5 Gruppen à 4 DGE:

1. Jüngere Berufstätige
2. Rotaracter und Alumni
3. Frauen
4. (Un-) Ruheständler
5. Ausländer (EU / Global / Migration)

**HJA1**

I deleted what looked to me like some unrelated material: a seemingly irrelevant image and the following:

Block of text with visual (flyer, poster, website):

Headline

Sub-headline

2-3 bullet points

Visual

I assume that was template material. Just checking -- do you want to add a graphic or any other text to fill the space? Finally, this text doesn't match the style of that on the other slides. I leave it to you to format it.

Heather Antti; 24.02.2015

# WER BRAUCHT UNS? (eine kleine Hilfe)

HJA1

Ein “**Wertversprechen**” beschreibt:

- Wie **relevant** ist Rotary für diese “**Zielgruppen**”?
- Was macht den **Unterschied**?:
  - *Wir sehen Dinge „anders“ - aus mehreren Blickwinkeln*
  - *Wir denken quer – durch unterschiedliche Kenntnisse*
  - *Wir übernehmen Verantwortung „anders“ - nachhaltiger*
  - *Wir machen den Unterschied – sind überall auf der Welt zu Hause und wissen, wie Gemeinwesen geholfen werden kann.*
- Welche **Vorteile** bietet diesen eine Mitgliedschaft?
- Warum **diese Person** Mitglied werden sollte?

**HJA1**

I deleted what looked to me like some unrelated material: a seemingly irrelevant image and the following:

Block of text with visual (flyer, poster, website):

Headline

Sub-headline

2-3 bullet points

Visual

I assume that was template material. Just checking -- do you want to add a graphic or any other text to fill the space? Finally, this text doesn't match the style of that on the other slides. I leave it to you to format it.

Heather Antti; 24.02.2015

# MITGLIEDSCHAFTSEMPFEHLUNGEN

- Prüft Mitgliedschaftsempfehlungen und weist sie ggf. Clubs zu (alternative: DMC – Clubausbreitung, ADG)
- Stellt sicher, dass Clubs darauf zumindest reagieren (=Aussenwirkung)
- Nutzt Berichte zu Trends und Interessen



A screenshot of the Rotary website's navigation menu. The top navigation bar includes the Rotary logo, "Mein Rotary", "Ideen austauschen", "Aktiv werden", "Lernen", and "Verwaltung". Below this is a dark blue dropdown menu with three main categories: "CLUB- & DISTRIKTVERWALTUNG", "COMMUNITY MARKETPLACE", and "BRAND CENTER". The "CLUB- & DISTRIKTVERWALTUNG" category is highlighted with a red border and contains the sub-items "Clubverwaltung", "Distriktverwaltung", and "Beiträge".

CLUB- & DISTRIKTVERWALTUNG	COMMUNITY MARKETPLACE	BRAND CENTER
Clubverwaltung	Offizielle Rotary Apps	Rotarys Story
Distriktverwaltung	Marketplace apps	Richtlinien
Beiträge	Clubmanagementsysteme	Logos

# AKTIVITÄT: STARKE CLUBS

Was macht starke, dynamische Clubs aus?

# RESSOURCEN

## Publikationen

Stärkung der  
Mitgliedschaft

Neue Rotary Clubs  
Leitfaden

Orientierung für  
Neumitglieder

Verbindungen zum  
Guten

District Membership  
Seminar Leitfaden

# RESSOURCEN

## Gesundheitscheck in IMPULSE

### Mein Rotary - MYROTARY

Membership  
Assessment Tools

Diskussionsgruppe zu  
bewährten Verfahren

Webinare zum Thema

**Rotary Club Central**

Mitgliedschaftsempfehlungen



# UNSERE THEMEN

- **Trends** in der Mitgliedschaft (global / lokal) samt ihren Herausforderungen
- Ansprache definierter **Zielgruppen**
- **Merkmale** starker Clubs und **Stärkung** von Clubs

**DANKE**

**VIEL ERFOLG  
BEI EURER STÄRKUNG  
UNSERER MITGLIEDSCHAFT**



2016