



# MITGLIEDSCHAFT IN ROTARY:

Ihr Plan zur  
Stärkung des Clubs



IDEEN AUSTAUSCHEN: [rotary.org/de/membership](https://rotary.org/de/membership)

# ZU DIESEM LEITFADEN



Mit diesen Informationen hoffen wir, Clubpräsidenten, Mitgliedschaftsbeauftragten und Ausschüssen bei ihrer Arbeit für Rotary und der Entwicklung eines Mitgliedschaftsplans etwas behilflich sein zu können.

Wir erläutern das konzeptionelle Herangehen an einen solchen Plan und stellen Strategien vor, wie Sie neue und jüngere Mitglieder für Ihren Club gewinnen können – ohne dass dies den Bedürfnissen bestehender Mitgliedern entgegenläuft. Vielleicht wollen Sie auch einfach nur einige Trends im Club zur Debatte stellen. Oder die Neugründung von Clubs systematisch diskutieren. Wir hoffen, Ihnen auf alle Fälle dafür ein paar Anregungen geben zu können. Im Anhang finden Sie ein Arbeitsblatt mit konkreten Schritten für den Entwurf eines Plans zur Mitgliederstärkung, von der Erkundung neuen Mitgliederpotentials bis zur Bindung und zum Engagement Ihrer bestehenden Mitglieder.

# INHALT

---

## EINLEITUNG

---

<b>KAPITEL 1</b>	Einschätzung Ihres Clubs	<b>5</b>
<b>KAPITEL 2</b>	Eine Zukunftsvorstellung für den Club	<b>11</b>
<b>KAPITEL 3</b>	Wie sind wir attraktiv für neue Mitglieder?	<b>12</b>
<b>KAPITEL 4</b>	Engagement der Mitglieder	<b>15</b>
<b>KAPITEL 5</b>	Beratung für neu gegründete Clubs	<b>18</b>
<b>KAPITEL 6</b>	Unterstützung Ihres Clubs durch Rotary	<b>20</b>
<b>ANHANG</b>	Arbeitsblatt: Mitgliedschaftsplan	<b>23</b>

# EINLEITUNG

Die Förderung der Mitgliedschaft hat auf interner Ebene Top-Priorität für Rotary, vom Zentralvorstand über die Distriktebene bis in jeden Club. Doch es ist in den Clubs, wo wirklich Dinge geschehen, die unsere Mitgliedschaft prägen.

Rotary lebt durch seine Clubs. Wir sind vor Ort verankert, das ist unsere eine Stärke, und wir sind ein globales Netzwerk, das ist unsere andere. Eine starke Mitgliedschaft ermöglicht erst unser Wirken im Weltmaßstab - und schafft die gebührende Anerkennung in der Öffentlichkeit, die uns bis heute oft noch versagt bleibt.

Natürlich gibt es kein Einheitsrezept für eine erfolgreiche Mitgliederarbeit, denn jeder Club ist verschieden. Clubs in verschiedenen Ländern und Weltregionen gestalten ihre Clubarbeit ihrer Kultur entsprechend, und was für den einen funktioniert, wäre undenkbar in einem anderen Club.

Daher müssen Sie Ihren eigenen Weg finden, wie Sie Ihren Club fortentwickeln. Denn EINES teilen alle Rotary Clubs: wir alle müssen uns Gedanken um ein gesundes Mitgliedschaftswachstum und eine zukunftsorientierte Erneuerung unserer Clubbestände machen.

Wir möchten hier also für eine strukturierte Herangehensweise plädieren, in der Sie Ihre Pläne entwickeln. Dabei können Sie sich auf die Vorarbeit von Rotariern Ihrer Region stützen, die ihre Ideen bereits in REGIONALEN Mitgliedschaftsplänen regionsspezifisch formuliert haben. Sie finden diese Planvorlagen hier: [www.rotary.org/membershipplans](http://www.rotary.org/membershipplans). Oder sprechen Sie einfach mit Ihrem Governor oder Mitgliedschaftsbeauftragtem im Distrikt.

# KAPITEL 1 EINSCHÄTZUNG IHRES CLUBS



Weltweit sind **52%** der Mitglieder von Rotary zwischen 50 und 69 Jahre alt, 22% sind 70 Jahre oder älter. Wie würden SIE jüngere Mitglieder im Club willkommen heißen?



Absolvieren Sie den Kurs „Is Your Club Healthy?“ im **Lern-Center** und probieren Sie die das Gelernte gleich aus.

Eine ehrliche Clubbewertung ist ausschlaggebend für den Erfolg jeder Reformbestrebung für Ihren Rotary Club. Sie wollen attraktiv für Neue sein, aber auch Ihre bestehenden Freundinnen und Freunde zufrieden stellen. Binden Sie daher alle Mitglieder in den Prozess ein!

Sie brauchen einen objektiven Blick, um die Stärken und Verbesserungsbereiche Ihres Clubs auszumachen. Daher kann es unter Umständen auch geraten sein, eine externe Perspektive einzubringen. Der **Gesundheitstest für Rotary Clubs ist hier ein guter Start**. Erwägen Sie auch folgende Befragungsformen, um Feedback zu erhalten:

- Individuelle, vertrauliche Gespräche mit den Mitgliedern unter vier Augen anhand eines feststehenden Interviewrahmens
- Schriftliche/elektronische Umfragen (**Enhancing the Club Experience** in den Membership Assessment Tools)
- Informelle Diskussionen in verschiedenen Gruppenkonstellationen - aber an einem anderen Ort als dem regulären Treffpunkt
- Fokusgruppengespräche mit Mitgliedern, potentiellen Mitgliedern oder Nichtrotariern in Ihrem Gemeinwesen.

Seien Sie danach offen für Veränderungen. Wenn sich Mitglieder und Aspiranten Ihren Fragen öffnen, dann sind sie sehr daran interessiert, was denn nun mit ihrem Feedback geschieht. Zeigen Sie daher unbedingt Transparenz und Schnelligkeit, wenn es um die Auswertung und Umsetzung Ihrer Rückmeldungen geht. Sonst werden die Befragten frustriert und Sie werden es schwerer haben, zukünftige Kooperation bei Beurteilungen zu erwirken.



Ideen, wie Clubs vielfältiger werden können, lernen Sie im Kurs „Building a Diverse Club“ im **Lern-Center** im Bereich Mitgliedschaft.

## WIE STEHT ES UM IHRE CLUBVIELFALT?

Die effektivsten und lebendigsten Clubs sind die, die sich auf einen repräsentativen demografischen Querschnitt stützen können. Es macht daher Sinn für jeden Club, sich um einen gleichberechtigten Frauenanteil, um jüngere und vielleicht erst am Anfang ihrer beruflichen Laufbahn stehende Personen und um ethnische Randgruppen zu bemühen. Vielfältige Clubs bereichern, sie sind kreativer, sie sind repräsentativer - und sie machen einfach mehr Spaß.

## IST IHRE MITGLIEDSCHAFT ÜBER BERUFSGRUPPEN HINWEG AUSGEWOGEN?

Wie sieht das berufliche Klassifikationsspektrum in Ihrem Club aus? Eine Analyse Ihres beruflichen Spektrums gibt Aufschluss über eventuelle Strategien für eine adäquate Berufsvielfalt im Club. Und damit sollen selbstverständlich nicht bestehende Mitglieder in Frage gestellt werden. Aber vielleicht gibt es Berufe, die in Ihrem Club überhaupt noch nicht vertreten sind? Gerade die „Neuen Technologien“ sind oft noch unterrepräsentiert. Denken Sie auch daran, dass Sie Ihrem Club mit mehr Repräsentation auch eine weiter gestreute Expertise einbringen - das kann sehr nützlich sein, wenn Sie neben Ihren Finanzexperten auch gleich den PR-Fachmann dabei haben.

- Wie sieht das Geschlechterverhältnis in Ihrem Club aus?
- Wie viele Mitglieder unter 40 haben Sie?
- Reflektieren Sie den ethnischen Mix Ihres Gemeinwesens?
- Entspricht die Clubleitung der Zusammensetzung des Clubs?
- Sind unterschiedliche Sichtweisen, Überzeugungen und Perspektiven willkommen?

## KANN IHR CLUB MITGLIEDER LANGFRISTIG BINDEN?

Selbst wenn Ihre Mitgliederzahl konstant bleibt, kann Ihr Club ein Bindungsproblem haben. Viele Clubs in verschiedenen Weltregionen leiden unter dem Drehtürsyndrom: Je mehr ein Club versucht, seine Reihen zu füllen, umso größer wird die Verlustrate derer, die nach kurzer Zeit den Club wieder verlassen. Das macht ein erfüllendes Clubleben unmöglich.

Hier kann es hilfreich sein, die Mitgliederzahlen über die letzten fünf Jahre zu betrachten. Das neue System **Rotary Club Central** wurde nicht zuletzt deshalb konzipiert, um Rotary Clubs eine kritische Daten- und Trendanalyse einfach zu machen.



Weitere Ideen zur Einbindung aktueller Mitglieder finden Sie im Kurs „Best Practices for Engaging Members“ im Mitgliederbereich des **Lern-Centers**.

Tipps für die Einführung neuer Mitglieder in Ihren Club bietet der Kurs „Kick-start Your New Member Orientation“ im Mitgliederbereich des **Lern-Centers**.

Weitere Informationen erhalten Sie im Kurs „Practicing Flexibility and Innovation“ im Lern-Center oder unter [rotary.org/flexibility](http://rotary.org/flexibility).

## IST IHR CLUB INNOVATIV UND FLEXIBEL?

Flexibilität bekommt heute mehr und mehr Bedeutung. Junge Menschen fühlen sich wohler in einem Clubrahmen (und bleiben in einem Club), wenn ihre Interessen, Arbeits- und Familienpflichten ernst genommen werden und ihnen Flexibilität entgegengebracht wird (etwa bei Präsenzregeln). Fragen Sie sich daher, ob Ihre Clubtraditionen noch zeitgemäß sind, oder was reformbedürftig ist. Seien Sie innovativ, man wird es Ihnen danken (mehr Infos hierzu in der Publikation [Dynamische Clubs](#)).

## IST IHR CLUB BEKANNT AN IHREM HEIMATORT?

Public Relations im Zusammenhang mit Rotary ist in vielen Ländern noch ein Reizwort. Leider, denn eine Organisation unseres Kalibers braucht – und verdient – eine adäquate Öffentlichkeitsarbeit. Wir sind zu groß und unsere humanitäre Arbeit ist zu wichtig, als dass wir uns auf ein Dasein inkognito bescheiden – und dann möglicherweise als irgendeine Geheimloge wahrgenommen werden, wenn überhaupt. Öffentlichkeitsarbeit ist ein wichtiger Bestandteil Ihrer Clubarbeit, für Ihren Club und für das Image der Organisation als Ganzes.

Also: wie bekannt sind Sie in der Kommune? Sprechen Ihre Mitglieder mit Freunden, Kollegen oder Bekannten über ihre Mitgliedschaft und ihren Club? Wenn man bei Ihnen „Rotary“ hört, was wird damit assoziiert? Ein gepflegter Mittagstisch?

Was können Sie tun, um Ihren Club und die Arbeit von Rotary örtlich bekannter zu machen? Erwägen Sie, Interessierte zu Vorträgen in Ihren Club einzuladen. Machen Sie die Öffnung zum Gemeinwesen zur Institution, etwa mit Rotary Tagen der Offenen Tür. Und scheuen Sie sich nicht, die Projektleistungen Ihres Clubs im Kontext der Arbeitsschwerpunkte der Gesamtorganisation darzustellen und zu publizieren.

Untersuchungen haben bestätigt, was eigentlich selbstverständlich ist: Menschen, die bereit zu sozialen Spenden sind, wenden sich den humanitären Organisationen zu, die sich einen Namen gemacht haben. Organisationen, die Leistungen vorweisen können. Organisationen mit einer Markenwahrnehmung wie das Rote Kreuz.

Scheuen Sie daher nicht den Gang an die Öffentlichkeit. Es ist ganz und gar nicht unrotarisch, die Werbetrommel zu rühren. Im Gegenteil: wir sind es unseren Projekten und unserem Ruf schuldig. Im [Brand Center](#) von Rotary finden Sie viele Materialien..

## WIE SETZEN SIE DIGITALE KOMMUNIKATION EIN?

Wir leben im digitalen Zeitalter, in dem viele soziale Kontakte elektronisch initiiert werden. Wer im Gespräch sein will, macht hier mit. Hat Ihr Club seine eigene Internetpräsenz, mit einer Website und einem Facebook-Auftritt, die auch regelmäßig aktualisiert werden? Kommunizieren Sie mit Freundinnen und Freunden in anderen Teilen der Welt per E-Mail? Wenn nicht, dann empfehlen wir Ihnen dringend, sich eine virtuelle Präsenz zu schaffen. Keine Angst, Sie leisten damit nicht dem Ausverkauf des rotarischen Ideals der persönlichen Begegnung Vorschub. Im Gegenteil: Sie werden die neuen Kontaktmöglichkeiten als eine Bereicherung wahrnehmen. Und Sie werden sehen, welches Potential soziale Medien für unsere Arbeit haben.

Seien Sie kreativ und konsequent bei Ihrer Selbstdarstellung. Clubs mit Berührungspunkten sollten erwägen, sich professionellen Rat von Webdesignern zu holen, bis sie im Internet auf eigenen Füßen stehen. Wichtig ist, Ihre Inhalte zu pflegen! Nichts ist schlimmer als eine nicht aktualisierte Website mit veralteten oder nichtzutreffenden Informationen. Hier ist das Internet sehr unversöhnlich: Besucher, die eine Website bei ihrem Erstbesuch nicht mögen, kehren mit großer Sicherheit nicht dazu zurück.

Am besten wählen Sie im Club einen Beauftragten mit Erfahrung und Spaß an der Sache. Anregungen für Ihre clubeigene Gestaltung können Sie sich bei [Rotary.de](http://Rotary.de) und

[Rotary.org](http://Rotary.org) holen. [Rotary Stimmen](#) ist ein Beispiel für einen sogenannten Blog, also eine Art Internet-Tagebuch, in dem regelmäßig einschlägige Informationen erscheinen.

Hier sind einige der populären Plattformen, die Ihnen mehr Sichtbarkeit bringen können:

### Facebook

Natürlich hat Rotary eine Präsenz auf dieser Plattform, die heutzutage in jedermanns Munde ist: [facebook.com/RotaryDeutschland](https://facebook.com/RotaryDeutschland). Hier finden Sie Verknüpfungen (Links) zu aktuellen Nachrichten, Videos und Veranstaltungshinweisen. Clubs nutzen Facebook als eine virtuelle Visitenkarte, informieren über Projekt und Initiativen und sammeln dafür Spenden. Großer Vorteil, Sie können sich sehr einfach mit Clubs auf der ganzen Welt verbinden und so die Internationalität der globalen Organisation Rotary eindrucksvoll beleuchten.



**Julie Aubry** shared Rotary International's photo  
3 mins · 🌐

Sharing your experience doing good in your community with the link to [www.rotary.org/join](http://www.rotary.org/join) is a great way to invite others to join Rotary!

Also, did you know that you can refer members to Rotary as well? Think about the wonderful, caring, and talented people you surround yourself with - why not give them introduce them to the best service and fellowship opportunity your community offers?

Refer a new member to experience Rotary today at [www.rotary.org/myrotary/en/member-center...](http://www.rotary.org/myrotary/en/member-center...) See More



**Rotary International**  
1 hr · 🌐

Join Rotary members that are doing good in your community and around the world.  
<http://on.rotary.org/RotaryJoin>

## LinkedIn

Dieses Programm ist eigentlich ein professionelles Network für berufliche Kontakte. Doch finden sich hier natürlich auch viele Rotarier und Freunde (ungefähr 64.000!) aus aller Welt. Daher eignet sich dieses Netzwerk im Netzwerk auch ganz besonders für die rotarische Kontaktpflege. Rotary International hat auch hier eine offizielle Präsenz: [Rotary Internationals offizielle LinkedIn-Gruppe](#).

## Twitter

Twitter ist das schnellste Kommunikationsmittel, wenn es darum geht, Kurznachrichten in Windeseile weltweit zu verbreiten ([twitter.com/rotary](#)). Twitter hat sich bereits bewährt, wenn es darum ging, News aus Krisengebieten um die Welt zu funken. Rotary Veranstaltungen werden mittlerweile regelmäßig mit einer parallelen Berichterstattung auf Twitter begleitet. Aber auch für lokale Nachrichten – und für Mitteilungen Ihres Clubs – eignet sich Twitter. Umgekehrt können Sie anderen Beitragspartner „folgen“ und so immer informiert und auf dem letzten Stand zu bestimmten Bereichen sein!

## YouTube

YouTube ist ein gigantisches Reservoir von Videos aus aller Welt. Jeder registrierte Benutzer kann hier Videos einstellen und so verbreiten. Das ist besser als Bürgerfernsehen. Rotary ist natürlich auch auf dieser „demokratischen“ Veröffentlichungsplattform für jedermann mit einem eigenen Kanal vertreten: [youtube.com/RotaryInternational](#). Sie können hierzu verlinken oder Ihre eigenen Inhalte (eventuell vom Profi gefilmt) veröffentlichen und so Öffentlichkeit erzeugen wie niemals zuvor.

Auf den [Social Media](#) Seiten bei [Rotary.org](#) finden Sie eine Liste Rotary-bezogener Medien in sozialen Medien.



Um mehr zu erfahren, absolvieren Sie den Kurs Online-Mitgliedschaftsempfehlungen im **Lern-Center**.



Wie Sie Ihren Club attraktiver machen und neue Mitglieder finden können, erfahren Sie im Kurs Strategies for Attracting New Members im **Lern-Center**.

## HABEN SIE SCHON EINMAL VERSUCHT, IHREN CLUB AUS DER (EXTERNEN) GAST-PERSPEKTIVE ZU BETRACHTEN?

### Vor dem Meeting/Clubimage

Wie einfach ist es, Informationen über Ihren Club z. B. im Internet zu finden? Bitten Sie eventuell Außenstehende, einen Test für Sie durchzuführen, und herauszufinden, wann und wo Ihr Meeting stattfindet, ob es offen für Besucher ist etc.

### Während des Meetings/Cluberfahrung

Werden Besucher und Gäste bei Ihren Meetings von jemandem begrüßt und eingeführt? Beginnen und schließen Sie pünktlich? Gibt es eine Tagesordnung? Wie sieht das Programm aus? Laufen alle Treffen gleich ab? Das alles sind Fragen, die Sie sich und Ihrem Club irgendwann einmal stellen sollten. Auch hier haben einige Clubs schon zu dem Mittel gegriffen, „Mystery Guests“ einzuladen, die Ihren Club besuchen und hinterher über ihre Außenseiterperspektive Bericht erstatten.

### Service-Projekte

Stellen Sie auch Ihre Projekte auf den Prüfstand. Sind Sie eine Quelle der Inspiration für alle Beteiligten, auch für Gäste? Gibt es DAS Projekt, das Ihren Club prägt? Wäre es einmal an der Zeit für etwas Neues? Laden Sie Gäste ein? Ist Ihr Dienstangebot in den Dienstzweigen zeitgemäß und entspricht es Ihrem Clubpotential? Die Arbeit in den Dienstzweigen macht den wesentlichen Teil Ihres Clublebens aus, und sie charakterisiert Ihren Club nach außen. Ob Hungerhilfe oder Kaffeekränzchen. Daher: Schicken Sie Ihre Projekte auf den Prüfstand.

### Fokusgruppen

Der Vollständigkeit halber sei hier auch noch ein Ansatz erwähnt, den manche Clubs verfolgt haben, um eine objektive Meinung zu Rotary im Gemeinwesen und zu ihrem Club speziell zu erhalten. Dabei führen sie Befragungen unter ausgewählten Mitgliedern des Gemeinwesens durch (bzw. lassen sie von Dritten durchführen, um Objektivität zu gewährleisten). Dies ist ein umfangreiches Verfahren, von der Auswahl und Einladung der Gesprächspartner (potentielle Mitglieder, Rotaracter, **Rotary Alumni**, organisationsfremde Personen), der Auswahl eines geeigneten neutralen Veranstaltungsortes, dem Fragenkatalog und der Auswertung/Verbreitung der Ergebnisse. Idealerweise erhalten Sie Antworten zur Positionierung Ihres Clubs bzw. von Rotary allgemein im Gemeinwesen, auf deren Grundlage Sie dann Aktionspläne formulieren können. Jeder Club muss selbst entscheiden, ob ein solches Verfahren für ihn in Frage kommt.

# KAPITEL 2 EINE ZUKUNFTSVORSTELLUNG FÜR IHREN CLUB



Verlegen Sie die Entwicklung einer gemeinsamen Vision auf einen neuen und ungewöhnlichen (doch komfortablen!) Ort, um auch etwas Spaß zu haben und eine offene Atmosphäre für Neues zu schaffen.

Die Praxis, das Wesen und die Zukunftsrichtung einer Organisation in eine Zukunftsformel oder Vision zu fassen, stammt aus der Unternehmenswelt. Es hat sich ausgezahlt, strategisch und taktisch anhand dieser Richtschnur zu handeln. Für Ihren Club bedeutet das, dass Sie sich Gedanken machen, wo sie mit dem Club in drei oder fünf Jahren sein wollen. Messen Sie sich regelmäßig an dieser Perspektive und nehmen Sie gegebenenfalls Kurskorrekturen vor. Sie werden sehen, eine solche gemeinsame Zielausrichtung wird sich neben einer größeren Effizienz auch darin auszahlen, dass Ihre Mitglieder - alt und neu- ungemein an den Club gebunden und motiviert werden.

- Berücksichtigen Sie bei der Formulierung Ihrer Vision folgende Fragen: Was können wir gut? Wie können wir darauf aufbauen und daraus Kapital machen?
- Was sind unsere Schwächen - oder was könnten wir einfach besser machen?
- Wofür möchten wir als Club bekannt sein?
- Wie prägen unsere Stärken und Schwächen unsere strategischen Prioritäten?
- Was sind unsere kurzfristigen und unsere langfristigen Ziele?
- Wie planen wir dafür?
- Wie organisieren wir unsere Erfolgskontrolle?

Die **Strategische Planungshilfe** kann Ihnen weitere Anregungen und Hilfestellungen für die Ausarbeitung Ihrer Gedanken bieten.



# KAPITEL 3 THEMA "NEUMITGLIEDER"



Umfragen haben ergeben, dass der Hauptgrund für den Beitritt zu Rotary das örtliche humanitäre Engagement ist.

Potentielle Mitglieder lassen sich auch ausmachen, wenn Sie mit anderen progressiven Organisationen im Gemeinwesen (für Frauen, junge Berufstätige, Hilfsorganisationen etc.) Partnerschaften eingehen. Selbst wenn sich keine Clubmitgliedschaft ergeben sollte, so knüpfen Sie damit doch freundschaftliche Bande, die vielleicht später einmal zu einer Mitgliedschaft führen.

Jenseits der Einsicht, dass jeder Club einmal neue Mitglieder braucht, um sein Bestehen zu sichern, ist es auch unbestritten, dass neue Mitglieder oft neuen Wind, frische Ideen und Impulse mit in den Club bringen.

Sie haben nun also erkannt, woran es Ihrem Club mangelt, Sie haben eine Zukunftsvision formuliert, nun müssen Sie Strategien haben, um diese umzusetzen. Für viele Clubs wird es dazu gehören, attraktiv für neue Mitglieder zu bleiben/werden.

## WER SIND IHRE KANDIDATEN?

Freunde, Nachbarn, Geschäftspartner? Wer würde gut in Ihren Club passen? Erwägen Sie, auch folgende Gruppen „ins Visier“ zu nehmen:

- freiwillige/ehrenamtliche Helfer bei ihren Projekten
- Menschen, die Ihre Interesse ausgedrückt, aber nie eine Mitgliedschaft weiterverfolgt haben
- Junge Berufstätige, die an GSEs/ VTTs oder Jugendprogrammen teilgenommen haben
- Stipendiaten, Fellows
- Rotaracter, besonders die, die 30 Jahre alt werden und Rotaract verlassen (nach der neuen Regelung können Rotaracter auch gleichzeitig Mitglied in einem Rotary Clubs sein!)

Noch ein Vorschlag: Lassen Sie einmal im Jahr von jedem Clubmitglied Empfehlungen aufschreiben; allein diese Übung lässt sie mehr darüber nachdenken, wer zu Ihrem Club passt.

## WIE SPRECHEN SIE POTENTIELLE MITGLIEDER AN – UND WIE LERNT MAN AM BESTEN „ROTARISCH“?

Halten Sie Ihre Botschaft einfach und widerstehen Sie der Versuchung, bereits im Vorfeld Alles über Rotary vermitteln zu wollen. Weniger ist oft mehr. Lassen Sie ein Projekt für sich sprechen, lassen Sie die Atmosphäre eines Treffens wirken, bevor Sie die Konversation fortsetzen. Erklären Sie aber durchaus, was Rotary für Sie persönlich bedeutet. Persönliche Erfahrungen zählen mehr als Zahlen und Fakten. Fragen Sie aber auch, was das potentielle Mitglied in einem Club suchen würde. Dann können Sie zeigen, wie der Club „passt“.

Über das Mitgliedschaftsempfehlungsverfahren erhalten Clubs per E-Mail Empfehlungen und Kontaktdaten interessierter Mitgliedschaftskandidaten. Nutzen Sie diese Empfehlungen. Oder empfehlen Sie selbst einen Kandidaten, für den z. B. Ihre Meetingzeiten eine Beitrittschürde sind ([rotary.org/membershipreferral](https://rotary.org/membershipreferral)). Wie das funktioniert, erfahren Sie im [Leifaden „Verwaltung von Mitgliedsempfehlungen“](#).



Gemäß einer Umfrage von 2011 traten 86 Prozent von Rotariern ihrem Club bei, weil sie von einem Familienmitglied, Freund oder Geschäftspartner eingeladen wurden. Was bedeutet das für Ihren Club?



Lernen Sie weitere Möglichkeiten kennen, neue vielfältige Mitglieder zu finden: Belegen Sie im **Lern-Center** die Kurse „Strategies for Attracting New Members“ und „Building a Diverse Club“.

## WIE ÜBERZEUGE ICH VON DEN VORTEILEN DES CLUBS?

Die Interessen potentieller Mitglieder können verschieden ausgelegt sein, versuchen Sie, diese im Vorfeld auszuloten. Möchte die Person in erster Linie:

- Einen Unterschied machen, helfen, sich sozial engagieren?
- Geschäftskontakte etablieren?
- Freundschaften schließen?
- Sich persönlich/beruflich fortentwickeln?
- Familienmitglieder integrieren oder Kinder in Jugendprogrammen engagieren?
- Ein globales Netzwerk aus Freunden schaffen, besonders für Reisen?

Stellen Sie dementsprechend die Vorteile dar, die wir bieten können:

- Gemeindienst
- Freundschaft
- Verbindungen
- Familieneinbezug
- Internationalität

So wichtig es ist, bei der Werbung vorsichtig vorzugehen, so wichtig ist es aber auch, darzustellen, was alles zu einer Mitgliedschaft gehört. Es soll nicht sein, dass jemand nach einem Jahr sagt: Das war mir so nicht bekannt. Stellen Sie daher ehrlich die Vorzüge, aber auch die Pflichten und die Besonderheiten unserer Organisation dar. Setzen Sie nicht voraus, dass jemand nur aufgrund eines Stipendiums oder einer vorherigen Mitgliedschaft in Rotaract, Interact etc. über alle Dinge in Rotary informiert ist. Zeigen Sie, was es bedeutet ein/e Rotarier/in mit Herz und Hand zu sein.

## Vorschläge für jüngere Berufstätige als Mitglieder

Noch ein Wort zu jüngeren Mitgliedern. Diese haben selbstverständlich andere Anforderungen und Terminpläne als Pensionäre. Es kann oft hektisch für sie werden, Beruf, Familie und Club unter einen Hut zu bekommen. Clubs können hier entgegenkommend sein:

1. Mindern Sie Gebühren, evtl. zeitweise für den Einstieg.
2. Schaffen Sie Satellitenclubs mit Zeit- oder Treffpunkten, die sich eher für Familien mit kleinen Kindern eignen.
3. Reduzieren Sie Kosten für Mahlzeiten oder suchen Sie Alternativen dazu.
4. Schaffen Sie Netzwerkgelegenheiten, die für Jüngere interessant sind.
5. Laden Sie mehrere jüngere Mitglieder gemeinsam ein.
6. Schaffen Sie eine Clubumgebung, in der auch mal ein Fehlen erlaubt ist.
7. Schaffen Sie Gelegenheiten zum lokalen Engagement.
8. Paaren Sie jüngere Mitglieder mit erfahrenen Mentoren.
9. Sorgen Sie für Möglichkeiten zum Engagement, bei denen sich die Neuen entfalten können.
10. Bieten Sie Vielfalt im Clubprogramm - und anderswo.



Ehemalige Programmteilnehmer von Rotary International und der Rotary Foundation, darunter Stipendiaten, Austauschteilnehmer usw., sind unser Humankapital als Organisation! Hier haben Sie bereits eine Vorauswahl an integren, interessierten Menschen, die Sie nur noch für Rotary gewinnen müssen.

## Frauen in Rotary

Nach einer demografischen Erhebung 2015 beträgt der Frauenanteil in Rotary 22 Prozent. In vielen Regionen ist er aber noch viel niedriger. Hier ist noch viel zu tun. Es hat sich gezeigt, dass Männer und Frauen Rotary aus den gleichen Beweggründen beitreten: soziales Engagement und persönliche Verbindungen.

Es gibt keinen Grund, dieses Missverhältnis in der Geschlechterverteilung auf sich beruhen zu lassen. Wenn Sie also weniger als 50 Prozent Frauen im Club haben, fragen Sie sich aufrichtig, warum das so ist. Sorgen Sie für frische und verschiedene Perspektiven und eine demografische Ausgewogenheit im Club. Wir versprechen Ihnen, dass mit mehr Frauen im Club - Sie werden sehen, es lohnt sich.

## JÜNGERE RENTNER BRINGEN ZEIT UND FACHWISSEN MIT

Jüngere Berufstätige und Frauen sind nicht die einzigen beiden Zielgruppen. Jüngere Rentner könnten nach Möglichkeiten suchen, mit Fachleuten in der Heimatgemeinde in Verbindung zu bleiben. Mit ihren Fähigkeiten und ihrem Fachwissen können sie ein Gewinn für Ihren Club sein.

# KAPITEL 4

## EINBINDUNG DER CLUBMITGLIEDER



Die Publikation **Mehr als nur eine Mitgliedschaft – Rotary bedeutet Freundschaft fürs Leben** fasst zusammen, was einem als Mitglied von Rotary alles für Möglichkeiten offenstehen.



Einer der Hauptgründe dafür, warum Mitglieder bei Rotary bleiben, ist die Freundschaft, die sie im Club leben können.

Die Gewinnung neuer Mitglieder ist Clubs sehr wichtig. Ebenso wichtig ist es jedoch, die altgedienten Mitglieder in den Club einzubinden und dauerhaft für den Club zu erhalten. Mitglieder, die Freude am Club haben, sind motiviert, bringen sich ein bei Meetings, Events und Projekten ein und tragen bei zu einem engen Clubverbund in dem Freundschaft gelebt wird.

### EINBINDUNG ALTGEDIENTER MITGLIEDER

Was gefällt den Mitgliedern in Ihrem Club am besten an der Mitgliedschaft? Stellen Sie sich Ihre Mitglieder als Kunden vor und überlegen Sie sich, wie Sie auf deren Wünsche und Bedarfe am besten eingehen können. Hier einige Tipps:

- Feiern Sie besondere Errungenschaften und Anlässe wie Mitgliedschaftsjubiläen, Geburtstage etc. auch als Anerkennung für das Engagement der Mitglieder
- Entwickeln Sie ein „Mentorenprogramm“ bei dem jedem neuen Mitglied ein altgedientes Mitglied an die Seite gestellt wird.
- Holen Sie sich regelmäßig Feedback von den Mitgliedern – hält die Mitgliedschaft im Club das, was sie sich erwartet haben?
- Regen Sie die Mitglieder dazu an, in einem Ausschuss mitzumachen, in dem sie ihre Kenntnisse einbringen können oder der ihren Interessen entspricht.

- Vermitteln Sie klare langfristige Ziele für den Club.
- Laden Sie ein zur Teilnahme an einer Distriktkonferenz oder einem Seminar.
- Lassen Sie Mitglieder abwechselnd Verantwortung übernehmen bei Clubprojekten.
- Laden Sie Sprecher ein, die zu Themen referieren, die Ihre Mitglieder interessieren.
- Stellen Sie Fotos von Ihren Mitgliedern während Clubprojekten und –Events auf der Clubwebsite, Facebook-Seite des Clubs oder im Newsletter ein, um deren Einsatz zu würdigen.
- Halten Sie die Mitglieder auf dem Laufenden bei der Erfüllung der Clubziele.

### Jede Meinung ist wichtig

Befragungen unter Mitgliedern – auch unter jenen, die den Club wieder verlassen – geben wichtigen Aufschluss darüber, was getan werden kann, um den Club noch attraktiver zu machen. Bitten Sie ausscheidende Mitglieder die „Umfrage zu austretenden Mitgliedern“ in [Membership Assessment Tools - Hilfe zur Clubeinschätzung](#) auszufüllen. Die „Umfrage zur Zufriedenheit der Mitglieder“ soll helfen, klar zu erfassen, was den Clubmitgliedern gefällt und was noch verbessert werden kann.



53% aller ausgeschiedenen Mitglieder gaben an, dass ihre Clubleitung die Mitglieder niemals nach ihrem Feedback fragte.



Viele ausgetretene Mitglieder berichten, dass sie nicht ausreichend über ihren Club informiert wurden. Über die Hälfte aller ehemaliger Rotarier geben an, dass sie Informationen zu Rotary und zu ihrem Club aus The Rotarian oder ihrem regionalen Magazin wie dem Rotary Magazin beziehen mussten.



Sehen Sie, wie ein fiktiver Club seine Mitglieder, einschließlich der Neuzugänge, bindet: Belegen Sie die Kurse „Best Practices for Engaging Members“ und „Kick-start Your New Member Orientation“ im **Lern-Center**.

## Austausch mit dem Club

Ein gute Kommunikationsplan ist wichtig, um die Mitglieder zu allen Entwicklungen im Club (Projekte, Clubfinanzen, Events etc.) und News von Rotary International auf dem Laufenden zu halten. Hilfreiche Kommunikationstools sind E-Newsletter, Websites und soziale Medien (wie Facebook oder Twitter). Da verschiedene Mitglieder häufig verschiedene Kanäle nutzen, empfiehlt es sich, mehr als einen Kommunikationskanal zu nutzen.

## ORIENTIERUNG FÜR NEUMITGLIEDER

Um von Anfang voll dazu zu gehören und alle Möglichkeiten zu verstehen, die sich einem als Mitglied von Rotary eröffnen, empfiehlt es sich, ein Orientierungsprogramm für neu aufgenommene Mitglieder auszuarbeiten. Verteilen Sie außerdem die Broschüre **Basiswissen Rotary** an die Neuzugänge. Hilfreiche Tipps für die Einführung von Neumitgliedern – eventuell mit Veranstaltung einer feierlichen Aufnahmezeremonie – enthält die Publikation **Informationen für Neumitglieder – Ein Leitfaden für Clubs**.

## EINBINDUNG NEUER MITGLIEDER

Je mehr ein Mitglied in die Aktivitäten seines Clubs eingebunden wird desto enger fühlt er sich dem Club und Rotary verbunden. Finden Sie von neuen Mitgliedern heraus, welche Projekte und Aktivitäten sie besonders interessieren und geben Sie ihnen eine aktive Rolle in diesen. Es sollte nicht automatisch davon ausgegangen werden, dass ein neues Mitglied ein Amt übernehmen möchte, das mit seinem Beruf zu tun hat. So interessiert sich ein Wirtschaftsprüfer vielleicht nicht unbedingt für das Amt des Schatzmeisters, sondern würde gerne neue Erfahrungen sammeln.

### Sinnvolle Projekte

Neben dem Erleben von Freundschaft ist einer der Hauptgründe für einen Beitritt zu Rotary die Möglichkeit, sich sinnvoll im eigenen Gemeinwesen und in anderen Teilen der Welt zu engagieren. Clubs, die regelmäßig Projekte umsetzen bieten einem mehr Chancen, sich als Mitglied einzubringen und zu helfen.

### Rotary Fellowships und Rotarian Action Groups (rotarische Aktionsgruppen)

In Rotary Fellowships und Rotarian Action Groups kommen Rotarier zusammen, die

- ähnliche Interessen und Hobbies haben
- in ähnlichen Berufsfeldern arbeiten
- gerne Freundschaften in aller Welt leben wollen
- neue Dienstmöglichkeiten erkunden wollen

Mehr zu **Rotary Fellowships** und **Rotarian Action Groups**.



48% aller ausgetretenen Mitglieder gaben an, sich nicht wohl dabei zu fühlen, Bedenken mit Clubamtsträgern zu teilen.



Wie Sie Ihre Mitglieder halten, lernen Sie im Kurs „Best Practices for Engaging Members“ im Mitgliederbereich des **Lern-Centers**.

## Spezielle Rotary-Veranstaltungen

Neben den wöchentlichen Club-Meetings sind auch folgende Veranstaltungen von Interesse für Clubmitglieder und neue Mitglieder sollten auf diese hingewiesen werden:

- Clubversammlung
- Distriktkonferenz
- Distrikt-Trainingsveranstaltungen
- Distriktseminare zu Mitgliedschaft und zur Rotary Foundation
- Rotary Institute
- Rotary International Convention

## Lernen Sie Ihre Mitglieder kennen

Für die Gestaltung eines interessanten Clublebens ist es wichtig, seine Mitglieder und deren Interessen aber auch deren Bedenken gut zu kennen. Erkundigen Sie sich aktiv nach den Meinungen Ihrer Mitglieder. Hier ein paar Tipps:

- Erkundigen Sie sich bei Ihren Mitgliedern, auf welche bevorstehenden Projekte oder Aktivitäten sie sich am meisten freuen.
- Stellen Sie in jeder Ausgabe Ihres Newsletters ein Mitglied und dessen Interessen vor.
- Binden Sie die Familien der Mitglieder in Meetings, soziale Aktivitäten und Projekte mit ein.
- Bitten Sie jeweils ein Mitglied auf Club-Meetings über seinen/ihren „Rotary Moment“ zu sprechen – eine kleine Episode zu Rotary, die ihnen besonders am Herzen liegt.

## CLUBAUSSCHUSS FÜR MITGLIEDSCHAFT

Um die gesetzten Mitgliedschaftsziele zu erreichen, brauchen Sie ein starkes Team, das Mitgliedschaftspläne ausarbeitet und sich um deren Umsetzung kümmert. Die Aufgaben von Mitgliedschaftsausschüssen schließt Folgendes mit ein:

- Setzen von Mitgliedschaftszielen für das kommende Jahr
- Information der Mitglieder über die Bedeutung von Mitgliederbindung und die Gewinnung neuer Mitglieder
- Entwicklung eines Aktionsplans zur Steigerung der Zufriedenheit der Mitglieder (aufbauend auf eingeholtem Feedback)
- Durchführen von Clubbewertungen im Hinblick auf die Mitgliedschaftsentwicklung
- Zusammenarbeit mit dem Clubausschuss für Öffentlichkeit bei der Entwicklung eines Club-Image, das attraktiv für derzeitige und potenzielle Mitglieder sowie für die Öffentlichkeit ist
- Unterstützung/Sponsoring neuer Clubs im Distrikt - falls zutreffend (lesen Sie dazu die Broschüre [Neue Rotary Clubs – eine Anleitung](#))

Um mehr über ihre Rolle zu erfahren, sollten die Vorsitzenden und Mitglieder des Clubausschusses für Mitgliedschaft den Kurs „Club Membership Committee Basics“ sowie die Mitgliedschaftskurse im Learning Center absolvieren.

# KAPITEL 5

## BERATUNG FÜR NEU GEGRÜNDETE CLUBS



Die Gründung neuer Clubs im Distrikt ist Aufgabe des Governors, doch spielen andere Clubs im Distrikt eine wesentliche Rolle dabei, diese neuen Clubs mit auf den Weg zu bringen.

### QUALIFIKATIONEN VON SPONSOR-CLUBS

Zwar ist es keine Voraussetzung bei der Gründung eines neuen Clubs einen Sponsor-Club zu haben, doch wird dies von Rotary sehr empfohlen. Bei der Auswahl eines Sponsor-Clubs sollte der Governor und das Distriktteam für Ausbreitung auf folgendes achten: Der Sponsor-Club:

- besteht seit mindestens drei Jahren
- sollte sich bereit erklären, den neuen Club für mindestens ein Jahr nach Aufnahme in Rotary zu begleiten
- hat keine ausstehenden finanziellen Verpflichtungen gegenüber Rotary
- hat mindestens 20 aktive Mitglieder
- pflegt ein abwechslungsreiches Rotary-Programm.

Der Erfolg eines neuen Clubs hängt davon ab, wie gut dieser Club organisiert ist und wie gut er in den ersten Monaten funktioniert. Nachdem ein neuer Club seine Charter-Urkunde erhalten hat, wird er von seinem Sponsor-Club, der als Mentor dient, in der Regel für ein oder zwei Jahre unterstützt. Mehr in [Neue Clubs – eine Anleitung](#)

## AUFGABEN VON SPONSOR-CLUBS

Ein Sponsor-Club:

- unterstützt den Governor und Sonderbeauftragten bei der Planung und Organisation der Administration eines neuen Clubs
- dient den Amtsträgern des neuen Clubs als Berater und erstattet dem Governor während des ersten Jahrs des Bestehens des neuen Clubs auf Anfrage Bericht
- macht den neuen Club mit den Richtlinien und Verfahren von Rotary vertraut
- organisiert gemeinsame Spendenaktivitäten mit dem neuen Club
- entsendet seinen Präsidenten zur Teilnahme am ersten Vorstandstreffen des neuen Clubs (gemeinsam mit dem Sonderbeauftragten)
- unterstützt den neuen Club während des ersten Jahres bei der Planung von Programmen und Projekten.

Recherchen haben ergeben, dass neue Clubs die meisten ihrer Mitglieder während des zweiten Jahres ihres Bestehens verlieren. Clubs, die bis in ihr zweites Jahr durch einen Sponsor-Club regelmäßig unterstützt werden, z.B. bei ihren Zielsetzungen oder dem Aufbau einer soliden Struktur haben daher wesentlich höhere Chancen auf langfristigen Erfolg.

## ANFORDERUNGEN BEI DER CLUBGRÖSSE

Von Rotary wurden einige Standards für neue Clubs und Sponsor-Clubs festgelegt:

- Ein neuer Club muss mindestens 20 Gründungsmitglieder haben, es sei denn, der Rotary Zentralvorstand macht aus berechtigtem Grund eine Ausnahme.
- Mindestens 50% der Gründungsmitglieder müssen in dem Gemeinwesen, in dem der neue Club eingerichtet wird, ihren Wohnsitz haben.



# KAPITEL 6 UNTERSTÜTZUNG IHRES CLUBS DURCH ROTARY

## **FREIWILLIGE HELFER VON ROTARY UND MITARBEITER VON ROTARY**

Nachfolgende freiwillige Helfer und Mitarbeiter von Rotary sind bei der Ausarbeitung eines Mitgliedschaftsplans gerne behilflich. Kontaktinformationen für Mitarbeiter von Rotary sind auf [Rotary.org](https://rotary.org) und für Distriktamtsträger im Official Directory erhältlich. Ihre Regionalkoordinatoren finden Sie bei: [rotary.org/de/coordinators-advisers](https://rotary.org/de/coordinators-advisers).

## **REGIONALKOORDINATOREN**

**Rotary Coordinators** sind eine hilfreiche Stütze für Distrikte und Clubs bei allen Aspekten rund um Rotary. Unter anderem sind sie Experten für Mitgliederbindung und –rekrutierung, die regionalen Mitgliedschaftspläne und die Prioritäten und Ziele des RI Strategieplans.

**Rotary Public Image Coordinators** bieten Unterstützung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Public Image.

## **Regional Rotary Foundation**

**Coordinators** sind Experten zu allen Themen, die die Rotary Foundation betreffen, wie Rotary Grants, Grant-Verwaltung, Spendenarbeit und zu den Programmen der Foundation wie PolioPlus und die Rotary Peace Centers.

## **Endowment/Major Gifts Advisers**

arbeiten mit regionalen Amtsträgern und Distriktbeauftragten bei der Ausarbeitung von Plänen zur Gewinnung von Großspenden zusammen.

## **DISTRIKTAUSSCHUSS**

Der Distriktausschuss für Mitgliedschaft (in manchen Fällen handelt es sich hier auch nur um einen einzelnen Beauftragten) entwickelt, fördert und implementiert Strategien zur Mitgliedschaftsentwicklung im Distrikt. Der Ausschussvorsitzende dient als Verbindung zu Governor, Rotary Coordinator, Rotary International und den Clubs im Distrikt. Kontaktinformationen zu diesem Ausschuss erhalten Sie beim Governor.



Die **Membership Best Practices discussion group** bieten einen regen Ideenaustausch mit anderen Clubs für Sie.

## ASSISTANT GOVERNOR

Assistant Governors unterstützen den Governor in seiner Arbeit und helfen Clubs in verschiedenen Bereichen u.a. im Bereich Mitgliedschaftsentwicklung.

Informieren Sie Ihren Distriktausschuss/-beauftragten für Mitgliedschaftsentwicklung und Assistant Governor über die Mitgliedschaftsziele und -initiativen Ihres Clubs, um diese über erfolgreiche Strategien und Tools auf dem Laufenden zu halten.

## CLUB- UND DISTRIKTVERTRETUNG (CDS)

Jeder Club hat einen CDS-Beauftragten, der/die Fragen beantwortet zu:

- Verfassung und Satzung von RI, Rotary Code of Policies, Verfahrenshandbuch und RI Zentralvorstandsrichtlinien
- Rotary International und dem Sekretariat
- Rotary Club Central

Den für Sie zuständigen Beauftragten finden Sie unter [rotary.org/representatives](http://rotary.org/representatives).

## WIR SIND EBENFALLS FÜR SIE DA: WEITERE MITARBEITER BEI ROTARY

Die Mitarbeiter im Zentralbüro von Rotary International in Evanston sowie im Rotary Büro Europa/ Afrika in Zürich freuen sich von Ihnen zu hören und Sie bei der Mitgliedschaftsentwicklung zu unterstützen: [rotarysupportcenter@rotary.org](mailto:rotarysupportcenter@rotary.org) oder [eao@rotary.org](mailto:eao@rotary.org).

## RESSOURCEN VON ROTARY MY.ROTARY.ORG

Die Website von Rotary bietet eine Fülle an hilfreichen Ressourcen, u.a.:

- Infos und Publikationen zum Thema Mitgliedschaft [www.rotary.org/membership](http://www.rotary.org/membership)
- Ergebnisse zu Mitgliedschaftsumfragen
- [Webinare](#)
- [Brand Center](#)
- [Clubwegweiser](#)
- [Rotary Club- und Distriktunterstützung](#)
- [Diskussionsgruppe „Membership Best Practices“](#)

### **Rotary Club Central**

Rotary Club Central ist ein Online-Tool für Club- und Distriktamtsträger, was es ganz leichtmacht, sich Ziele im Bereich Mitgliedschaft, rotarischer Dienst und Spenden an die Rotary Foundation zu setzen und diese zu verfolgen sowie Leistungen verschiedener Jahre miteinander zu vergleichen. Alle Clubamtsträger sind dazu angeregt sich bei [Rotary.org](https://www.rotary.org) einzuloggen und ihre Clubdaten in Rotary Club Central einzugeben.

### **Rotary Ideas**

Das Crowdsourcing-Tool Rotary Ideas unter [ideas.rotary.org](https://ideas.rotary.org) bietet allen Rotary Clubs und Rotaract Clubs eine Plattform, die Unterstützung für ihr Projekt benötigten – in Form von monetären Spenden, Einsatzkräften, Sachspenden oder Partnerschaften. Zudem ist das Tool eine gute Anlaufstelle für alle Clubs oder Personen, die gerne ein Projekt unterstützen würden.

### **Rotary Showcase**

Wer sein erfolgreich abgeschlossenes Projekt gerne ausstellen würde, kann dies in [Rotary Showcase](#) veröffentlichen. Durch Rotary Showcase kann das Projekt dann auch über Facebook und Twitter geteilt werden.

### **Rotary Lern-Center**

Viele hilfreiche Online-Kurse zu verschiedenen Themen gibt es im Lern-Center von Rotary unter [learn.rotary.org](https://learn.rotary.org). Nutzer können ein Profil anlegen, an Webinaren teilnehmen und Online-Kurse durchlaufen, für die Teilnahmezertifikate ausgedruckt werden können.

# ARBEITSBLATT IHR WEG ZUM MITGLIEDSCHAFTSPLAN

Dieses Arbeitsblatt soll Ihnen dabei helfen, Herausforderungen und Chancen in Ihrem Club zu erkennen und einen Plan zur Entwicklung Ihrer Clubmitgliedschaft zu erstellen. Konzentrieren Sie sich dabei auf die Schritte, die sich mit den größten Herausforderungen für Ihren Club beschäftigen. Die einzelnen Schritte weisen Sie auch auf Ressourcen hin, die Ihnen helfen können. Versuchen Sie, alle Mitglieder in den Prozess mit einzubinden.



## Schritt 1: Bewertung Ihres Clubs

- Wir konnten mithilfe des [Rotary Club Gesundheitstests](#), Bereiche ermitteln, die verbessert werden sollten. Wir haben auch den Kurs „Is Your Club Healthy?“ im [Lern-Center](#) absolviert und uns mit den für unseren Club wichtigen Modulen beschäftigt. Wir werden nun folgende Maßnahmen ausprobieren:

Verbesserungsbedürftiger Bereich	Geplante Maßnahme
----------------------------------	-------------------

---



---



---

- Wir haben in der Broschüre „[Dynamische Rotary Clubs](#)“ Ideen oder bewährte Praktiken gefunden, um Innovation und Flexibilität in unserem Club zu fördern:

---



---



---

- Wir haben den [Fragebogen zur Mitgliedervielfalt](#) ausgefüllt und auch den Kurs „Building a Diverse Club“ im [Lern-Center](#) durchgearbeitet und planen folgende Maßnahmen, um neue Ideen zu fördern und anzuerkennen:

---



---



---



- Unser Club hat den **Klassifikationsfragebogen** ausgefüllt und wir planen die folgenden Maßnahmen, um die Vielfalt der Berufsfelder aus unserer Heimatgemeinde auch in unserem Club besser zu repräsentieren.

---

---

---

### Schritt 2: Eine Zukunftsvorstellung für den Club entwickeln

- Unser Club hat den „Club Visioning Process“ abgeschlossen und folgende Zukunftsvorstellung entwickelt: In 3 bis 5 Jahren wird unser Club

---

---

- Unser Club hat einen Mitgliedschaftsausschuss mit einem Vorsitzenden und mindestens fünf Mitgliedern, um die Umsetzung unserer Vorstellung und unseres Mitgliedschaftsplans zu steuern.

- Folgende langfristige Ziele werden uns bei der Umsetzung unserer Vorstellung helfen:

---

---

---

- Wir haben uns den strategischen Plan unseres Clubs angesehen, um sicherzustellen, dass unser Mitgliedschaftsplan die gleiche Ausrichtung hat.

### Schritt 3: Sind wir attraktiv für neue Mitglieder?

- Unser Club hat den Kurs „Strategies for Attracting New Members“ im **Lern-Center** absolviert und plant die folgenden Maßnahmen, um für potenzielle Mitglieder attraktiv zu sein:

---

---

---

- Unser Club hat den Fragebogen **Finding New Club Members** ausgefüllt und wir werden folgende Maßnahmen ergreifen, um potenzielle Mitglieder zu finden:

---

---

---



- Unser Club hat die folgenden besonderen Vorteile der Rotary-Mitgliedschaft ausgewählt, die wir im Gespräch mit potenziellen Mitgliedern hervorheben möchten:

---

---

---

- Unser Club hat den Kurs „Practicing Flexibility and Innovation“ im **Lern-Center** absolviert und sich über die **neuen flexiblen Möglichkeiten für Clubs** informiert. Wir werden Folgendes ausprobieren, um besser auf die Bedürfnisse unserer Mitglieder einzugehen:

---

---

---

- Unser Club hat den Kurs „Online Membership Leads“ (Online-Mitgliederempfehlungen) im **Lern-Center** absolviert und uns ist klar, welche Vorteile Mitgliederempfehlungen unserem Club bringen.

- Unsere Clubvorstände haben festgelegt, wer sich um die Mitgliederempfehlungen kümmert, die an unseren Club weitergeleitet werden.

- Unser Club hat ein festes Prozedere, um mit den durch das Empfehlungsverfahren vorgeschlagenen Mitgliedskandidaten regelmäßig Kontakt zu halten.

- Unser Club hat den Leitfaden **Ansprache von Kandidaten** durchgearbeitet und wir haben einen Plan entwickelt, wie wir den Mitgliedskandidaten Rotary und unseren Club am besten näherbringen – unabhängig davon, ob die Kandidaten letztendlich eintreten oder nicht.

#### **Schritt 4: Engagement der Mitglieder**

- Unser Club hat seine Mitglieder gebeten, den **Member-Satisfaction-Fragebogen** (Fragebogen zur Zufriedenheit der Mitglieder) auszufüllen und wir haben daraufhin beschlossen, folgende Änderungen umzusetzen:

---

---

---



- Unser Mitgliedschaftsausschuss hat den Kurs „Kick-Start Your New Member Orientation“ im **Lern-Center** absolviert und das Informationsblatt **Einführung Neuer Mitglieder in Rotary** gelesen. Der Ausschuss entwickelt ein Orientierungsverfahren, das neue Mitglieder informieren und in den Club einbinden soll. Das Orientierungsverfahren beinhaltet Folgendes:

---

---

---

- Unser Club hat den Leitfaden **Retention Assessment and Analysis**, durchgearbeitet, die Ergebnisse erörtert und wird Folgendes umsetzen zur Verbesserung des Mitgliederengagements und der Mitgliederbindung:

---

---

---

- Unser Club hat den Kurs „Best Practices for Engaging Members“ im **Lern-Center** absolviert und wird folgende Maßnahmen ergreifen, um seine Mitglieder einzubinden:

---

---

---

- Unser Club hat sich die vielen Möglichkeiten im Leitfaden **Freundschaft fürs Leben** angesehen, die Rotary seinen Mitgliedern bietet, sich zu engagieren. Wir werden unsere Mitglieder dazu ermutigen, die folgenden Möglichkeiten zum Engagement zu nutzen:

---

---

---

- Unser Club hat einige kürzlich ausgetretene Mitglieder gebeten, den Fragebogen **Member Exit** auszufüllen, um besser zu verstehen, warum Mitglieder den Club verlassen. Wir haben die Ergebnisse diskutiert und werden folgende Schritte unternehmen, um die Mitgliedergruppen besser einzubinden, bei denen ein Austritt am wahrscheinlichsten erscheint:

Mitgliedergruppen

Strategie

---

---

---



## Schritt 5: Verbesserung des Public Image Ihres Clubs

- Wir haben ein Mitglied bestimmt, das sich um unsere Aktivitäten in den Sozialen Medien kümmert.
- Wir haben ein Mitglied bestimmt, das unsere Club-Website betreut und mit Materialien aus dem **Brand Center** von Rotary aktualisiert.
- Wir haben ein Mitglied bestimmt, das unsere individualisierbare Club-Broschüre mithilfe der **Vorlage im Brand Center von Rotary** aktualisiert.
- Wir haben das **Brand Center** bei Mein Rotary besucht und planen, die folgenden Hilfsmittel zu nutzen, um Rotary und unseren Club in unserer Heimatgemeinde bekannter zu machen:

---

---

---

- Unser Club hat eine Fokusgruppen-Veranstaltung in unserem Gemeinwesen durchgeführt. Dabei haben wir Folgendes herausgefunden:

---

---

---

## Schritt 6: Unterstützung für neu gegründete Clubs

- Der Vorsitzende unseres Mitgliedschaftsausschusses/ unser Mitgliedschaftsbeauftragter hat unseren Governor darüber informiert, dass unser Club gerne als Sponsor-Club fungieren würde.
- Unsere Mitglieder haben die Aufgaben diskutiert, die ein Sponsor-Club übernimmt und sind bereit für diese.
- Unsere Clubvorstände sind bereit dazu, einen Satelliten-Club zu unterstützen und ziehen eine Gründung in Erwägung, um damit den unterschiedlichen Bedürfnissen der Mitglieder Rechnung tragen zu können.

## Schritt 7: Unterstützung Ihres Clubs durch Rotary

- Unser Mitgliedschaftsausschuss/ Beauftragter für Mitgliedschaft im Club tauscht sich regelmäßig mit dem Distrikt-Mitgliedschaftsausschuss aus.
- Unsere Clubamtsträger tauschen sich regelmäßig mit unserem Governor oder Assistant Governor aus und wenden sich an diese, wenn sie Unterstützung benötigen.
- Unser Mitgliedschaftsausschuss/ -beauftragter hat die Website **rotary.org/membership** innerhalb des letzten Monats besucht und weiß, wo Materialien von Rotary zu finden sind, die für uns relevant sind.

## FRAGEN?

Bei Fragen, Kommentaren und Ideen zu dieser Publikation wenden Sie sich bitte an:

Membership Development (MD100)  
Rotary International  
One Rotary Center  
1560 Sherman Avenue  
Evanston, IL 60201-3698  
USA  
E-Mail:  
[membershipdevelopment@rotary.org](mailto:membershipdevelopment@rotary.org)

