# Strategi Plan 2030 for Rotary Distrikt 1470

## Indledning

Rotary har gennem generationer samlet mennesker, der ønsker at gøre en positiv forskel for andre. Men verden omkring os forandrer sig, og forventningerne til fællesskaber, frivilligt engagement og samfundsansvar udvikler sig konstant. Hvis Rotary også i fremtiden skal være en stærk og attraktiv organisation, må vi aktivt forme vores egen udvikling frem for blot at reagere på forandringerne.

Derfor har Rotary Distriktsledelsen 1470 valgt at formulere en fælles strategi frem mod 2030. Strategien skal skabe retning, inspirere til handling og styrke samarbejdet på tværs af distriktets klubber. Den bygger på idéer, erfaringer og ambitioner fra de medlemmer, der deltog i Fremtids Summit 2026 på Eksperimentariet den 8. marts 2026 med ca. 150 deltagere. I dette strategipapir kondenserer vi indsigten og arbejdet i de 12 workshops til fælles mål i Rotary under 3 overordnede strategiske temaer; medlemsudvikling, synlighed og samfundsmæssig impact.

Strategien er ikke et mål i sig selv. Den er et redskab, der skal hjælpe os med at udvikle stærkere klubber, skabe mere værdi for medlemmerne og øge Rotarys betydning i lokalsamfundet. Sammen kan vi sikre, at Rotary også i de kommende år er kendt som et engagerende fællesskab, der forener mennesker, skaber resultater og gør en reel forskel i verden.

<u>De tre strategiske temaer:</u>

1. Medlemsudvikling og fastholdelse - hvordan vi modtager, engagerer og fastholder medlemmer
2. Synlighed og samfundsrelevans – hvordan vi bliver set via den impact via skaber
3. Klubkultur og engagement – hvad vi konkret gør, og hvordan vi dokumenterer effekten

Planen (procesbeskrivelsen) er designet til at skabe klare mål og give klubberne konkrete værktøjer til et selvstændigt arbejde med strategien. Strategien er en dynamisk ramme.

Det betyder at klubberne opfordres til at tilpasse strategiens mål til lokale forhold og løbende dele erfaringer, så hele distriktet lærer og udvikler sig sammen.

## Tanker bag implementering og realisering af strategiens temaområder

For at sikre ejerskab og forankring i alle dele af organisationen er det vigtigt at fare med lempe og acceptere, at forandringer skabes gennem gensidig dialog og respekt om det, der giver mening og kan omsættes til aktiviteter, der giver værdi.

De 3 temaer skal gerne bringes i spil på en måde, hvor medlemmer aktivt involveres og gerne i et samarbejde mellem flere klubber, hvor erfarings- og videndeling sker i en dynamisk udvikling.

Rollefordelingen er enkel, distriktets rolle er at skabe rammer, relationer og muligheder – Klubbernes rolle er at påtage sig ejerskab og udvikle indsatser og komme i mål.

Strategiens temaer tilgås som fokusområder i de kommende guvernør år og sætter præmissen for de fælles aktiviteter, distriktet iværksætter i forhold til PELS og Distriktskonference:

## Tema 1: Medlemsudvikling og fastholdelse (2026-27)

## Mål

- Opnå en nettotilvækst på 25% i medlemstal inden for strategiperioden
- Reducere frafald blandt nye medlemmer (under 3 år) med 25%
- Sikre at mindst 50% af klubberne har gennemført et struktureret onboarding-program for nye medlemmer

## Procesbeskrivelse for klubberne

### Fase 1: Kortlægning (fase 1)

- Gennemfør en **medlemsanalyse**: Hvem er jeres medlemmer? Hvem forlader klubben og hvorfor?
- Identificér jeres klubs styrker og unikke værdier, som tiltrækker nye medlemmer

### Fase 2: Rekruttering (løbende)

- Udpeg en medlemsansvarlig i klubben
- Afhold mindst to åbne arrangementer årligt målrettet potentielle medlemmer
- Brug personlige invitationer frem for massekommunikation

### Fase 3: Fastholdelse (løbende)

- Implementér et mentorprogram, hvor erfarne medlemmer støtter nye i det første år
- Gennemfør halvårlige samtaler med nye medlemmer om deres oplevelse og ønsker
- Sikr at alle medlemmer har en meningsfuld rolle eller opgave fra starten af medlemsskab

## Succeskriterie

Klubben - medlemsudvalget måler årligt: antal nye medlemmer, antal udmeldte, og gennemfører en kort tilfredshedsundersøgelse (dokumentation fonde på rotary.org).

## Tema 2: Synlighed og samfundsrelevans (2027-28)

## Mål

- Alle klubber har en aktiv tilstedeværelse på mindst én digital platform (facebook, LinkIn, messenger etc.)
- Gennemføre mindst ét lokalt profileret **serviceprojekt** pr. år pr. klub
- Øge kendskabet til Rotary i lokalsamfundet målt gennem medieomtale og deltagelse i åbne arrangementer

## Procesbeskrivelse for klubberne

### Fase 1: Digital tilstedeværelse (fase 1)

- Opret eller opdatér klubbens hjemmeside og sociale medier
- Udpeg en kommunikationsansvarlig
- Del regelmæssigt historier om projekter, medlemmer og resultater

### Fase 2: Lokalt engagement (løbende)

- Identificér et lokalt behov gennem dialog med kommune, foreninger eller borgere
- Planlæg ét synligt projekt, der involverer lokalsamfundet direkte
- Invitér lokal presse og dokumentér projektet med billeder og beretninger

### Fase 3: Fortælling og impact (efter projekter)

- Del klubbernes resultaterne bredt: i klubben, distriktet, sociale medier, lokalavis, Rotary-kanaler
- Brug konkrete tal og personlige historier – ikke kun aktiviteter, men effekt

## Succeskriterie

Klubben registrerer: antal medieomtaler, følgere/engagement på sociale medier, antal deltagere i åbne arrangementer.

## Tema 3: Klubkultur og engagement (2028-29)

## Mål

- Mindst 75% af klubberne har gennemført en intern dialog om klubbens formål og fremtid
- Øget den aktive deltagelse ved møder og projekter med 20%
- Sikre variation i mødeformer, så klubben appellerer til forskellige livssituationer

## Procesbeskrivelse for klubberne

### Fase 1: Refleksion og dialog (fase 1)

- Afhold et klubmøde dedikeret til spørgsmålet: "Hvad gør vores klub værd at være medlem af?"
- Indsaml input fra alle medlemmer, også dem der sjældent deltager

### Fase 2: Tilpasning af mødekultur (fase 2)

- Eksperimenter med mødetidspunkter, formater og indhold
- Overvej hybridmøder, projektbaserede møder eller sociale arrangementer som supplement
- Giv plads til at medlemmer kan bidrage med egne kompetencer og interesser

### Fase 3: Aktivering (løbende)

- Fordel opgaver bredt, så ansvar ikke hviler på få personer
- Anerkend bidrag synligt og personligt
- Evaluér hvert halvår: Hvad fungerer? Hvad skal justeres?

## Succeskriterie

Klubben måler: fremmøde ved møder, antal aktive i projekter, medlemstilfredshed.

## Opstart, implementering og opfølgning

| **Aktivitet** | **Ansvar** | **Tidspunkt** |
|---|---|---|
| Strategi præsenteres for styregruppen (Advisory Board) | Guvernør | 11.8.26 |
| Strategi præsenteres for kommunikationsudvalget | Guvernør-elect | Ultimo august |
| Strategi præsenteres for distriktets ag'er | Guvernørerne | 17.9.26 |
| Præsentation af strategi for klubpræsidenter (kick off) | Guvernørerne | 27.09.26 |
| Løbende opsamling i dialog mellem klubber og ag'er | Præsident- ag'er | løbende |
| Strategidrøftelse på Pre-Pels møder | Guvernør- elect | Efterår 2026 |
| Klubberne udarbejder egen handlingsplan | Klubbestyrelsen | Ultimo dec. 2026 |
| Distriktskonference med erfaringsudveksling på strategi tema 1. | Guvernører og klubber | 14.3.2027 |
| Opsamling på handlingsplan | klubbestyrelse | Medio juni |