



# Erfaringer Muligheter Refleksjon Diskusjon

---

Sturla Hammer



# Min Rotary reise



1986



1986-1991



2010-2017

Velkomst

Omdømme/PR

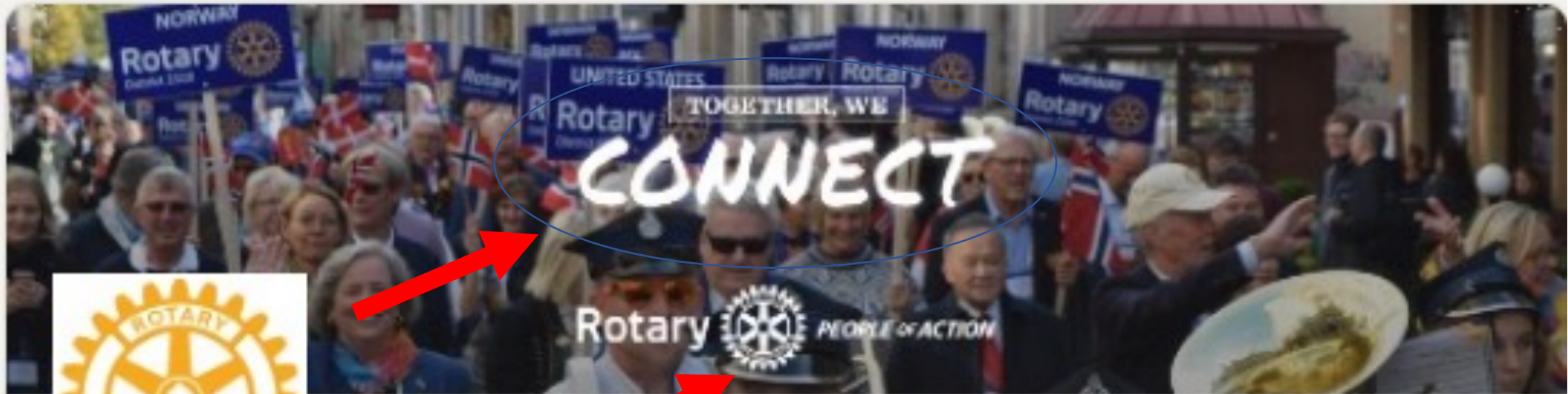
Ungdom

Styremedlem

DK-2013

RYLA

Mentor



A white rectangular box containing the Rotary logo and the text "SERVE TO CHANGE LIVES". The text is in blue, bold, uppercase letters. To the right of the text is a blue icon of a hand holding a globe. A red arrow points from the "SERVE TO CHANGE LIVES" text to the right. To the right of the box are navigation icons: a blue arrow, a blue bell, and three blue dots.

# Min Rotary reise



?

**RYLA**

1986 & 2016



2010-2017

2021

?


?

1986-1991

# De viktigste funnene

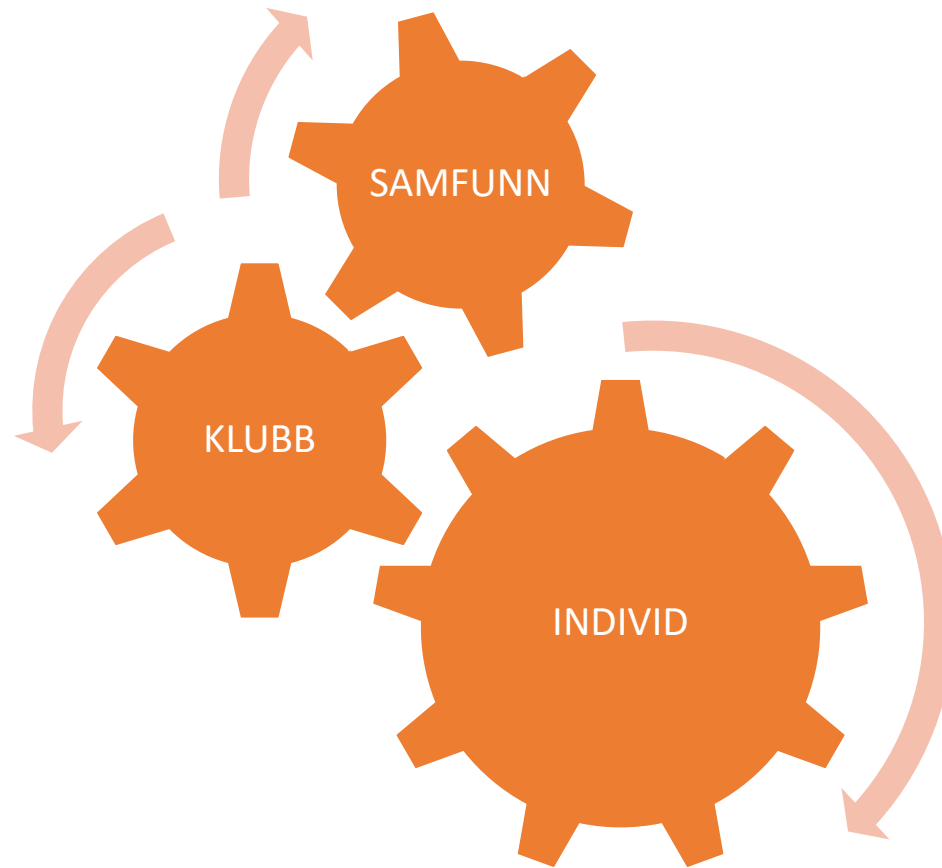
- En tydelig **forgubbingstendens** blant medlemmene, 77, 5 % av respondentene (119 svar) er over 60 år.
- Klubbens **samfunnsnyttige betydning** anses viktig kun blant tredjeparten av medlemmene, resten legger lite vekt på de humanitære sider.
- Klubbens **sosiale dimensjon** anses som viktig (65 %)
- Kun tredjeparten legger vekt på **personlig utvikling** som grunn til å være med i klubben
- Også kun i overkant av en tredjedel anser **komitearbeidet** som viktig
- 43 % ser på **nettverk** som viktig i klubben

- Hele 95 % anser torsdagsforedragene som viktige, mens godt og vel halvparten legger vekt på 3 minuttersinnleggene.
- Nær 80 % sier at de trives i ORK
- Bare halvparten mener at kvinneandelen bør økes
- 86 % sier at de fortsatt er medlem om 2 år
- Kun 31 % vil anbefale en venn å bli medlem
- Under 40 % mener at Rotary har et godt omdømme
- Under 1 % mener at ORK er synlig i media, mens 60 % mener at klubben bør bli mer synlig

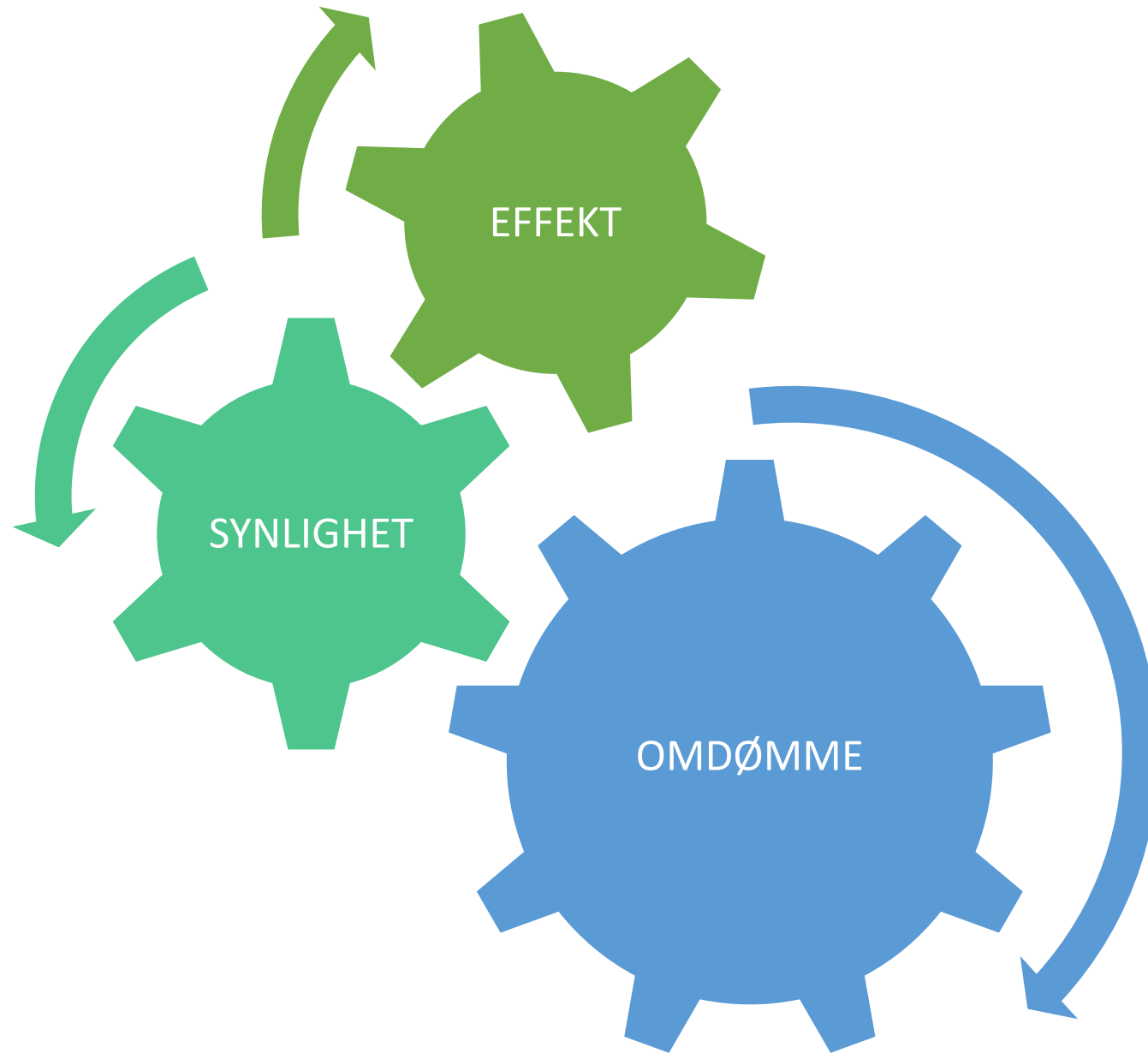
- 
- Undersøkelsen viser at klubben er inne i en nokså dramatisk utvikling, med rekrutteringsproblemer og turnover.
  - Stoltheten over å være medlem er nedadgående.
  - Før ORK kan drive mer utadrettet markedsarbeid, må man gjøre noe med den indre kulturen.

De beste ambassadører for klubben er de 220 medlemmene, men da må disse være stolte ambassadører som fremsnakker klubben, og ikke det motsatte.

# TING HENGER SAMMEN







SÅ HVA MÅ TIL ?



# HVA KAN VI TILBY ?



**NETTVERK**



**KOMPETANSE**



**ERFARING**

## SOSIALE MEDIER



Linked **in**®



Hvordan skape muligheter til et godt oppvekst- og leve  
samfunn på Gjøvik

og samtidig sørge for at Gjøvik blir et attraktivt sted å  
bosette seg  
– for jobb – i familier og i alderdom

---