



© Jiw Ingka / Adobe Stock

HOE ZIET DE ROTARY VAN MORGEN ERUIT?

De coronacrisis heeft ons persoonlijke leven in alle opzichten op zijn kop gezet, ook bij Rotary. Wie had een paar maanden geleden gedacht dat onze clubs hun statutaire vergaderingen niet meer samen rond een tafel zouden houden, maar thuis, voor een computerscherm of smartphone?

Dit toont dat, zowel bij Rotary als elders, niets vanzelfsprekend is. We moeten de veranderingen van onze tijd accepteren, of ze nu vanzelf gaan of gedictieerd worden door de omstandigheden. Alleen dan kan onze organisatie blijven floreren. Het is daarom noodzakelijk dat we de werkwijze en levensvisie van de jongere generaties begrijpen en erkennen dat hun doelen, wensen en ambities niet noodzakelijkerwijs dezelfde zijn als de onze.

Als voormalig lid van de RI-Board (2007-2009) heeft Bernard Rosen Rotary op het hoogste niveau meegemaakt. Hij kent de werking van onze organisatie door en door en is als zodanig goed gepositioneerd om te zien hoe we ons als organisatie moeten aanpassen om voeling te houden met de tijdsgesest.

Bernard is van mening dat een van de manieren om tegemoet te komen aan de aspiraties van onze doelgroep - jonge professionals - is om de administratieve structuur van onze Rotaryclubs meer te richten op projecten, in plaats van een zuiver functioneel organigram aan te houden. 'Dit is hoe de huidige generatie, onze doelgroep is voor ledenwerving, momenteel werkt. In deze nieuwe structuur wordt elk lid een potentiële projectleider. Dit betekent dat iedereen die een projectidee heeft dat hem of haar bijzonder na aan het hart ligt, wordt uitgenodigd om het aan anderen te presenteren en, als het idee wordt goedgekeurd, de uitvoering ervan te beheren, ondersteund door een coördinatie- en ondersteuningscommissie.

De club evolueert zo van een input → output model (fondsenwerving → sociale projecten) naar een projectgericht model, waarbij het project het

enige doel is en alle stappen omvat: fondsenwerving, teambuilding, marketing, management en implementatie, public relations, verslaggeving, enz. Deze nieuwe aanpak moet helpen om de rekrutering te bevorderen, aangezien het bekend is dat vertegenwoordigers van Generatie Y, de jongeren onder de 40 jaar, over het algemeen graag een concreet engagement aangaan om de samenleving ten dienste te staan. Duidelijk gesteld: ze zien zichzelf eerder als actieve spelers dan louter clubleden die hun contributie betalen. Het meest radicale voorbeeld hiervan is de 'cause-based club', een club die zich inzet voor een specifieke doelstelling.

Dit veronderstelt ook een nieuwe wervingsstrategie bij de oprichting van de club. Het gaat erom personen met dezelfde passie samen te brengen, met als doel hen een club aan te bieden die perfect aan hun verwachtingen voldoet. We beginnen een aantal van deze nieuwe clubs te zien opkomen, vooral in de Verenigde Staten. Sommigen focussen bijvoorbeeld op ecologie. In Minnesota is onlangs een Rotaryclub opgericht die zich inzet voor de ondersteuning van veteranen en een andere strijd tegen mensenhandel. 'Rotary wordt een magneet die deze mensen aantrekt en samenbrengt', zegt DG 5950 Tom Gump.

Maar voor Bernard is het ook noodzakelijk om bij de selectie van nieuwe leden opnieuw striktere kwaliteitscriteria te hanteren. Rekrutering zonder onderscheid, alleen maar om de cijfers op te drijven, heeft geen zin. Je moet op zoek gaan naar wat hij 'de elite van het hart' noemt.

Maar is deze wens niet in strijd met de intentie van het RI om ons ledenaantal te verhogen? Niet

noodzakelijkerwijs. De vraag moet serieus genuanceerd worden. In zijn maandbrief van augustus raakt DG 2150 Patrick Poty in die context een interessant punt aan: 'Ik vroeg me af waarom Rotary in Duitsland zoveel succes kent dat veel clubs een wachtlijst hebben ingevoerd. Het antwoord op die vraag verraste me. Ongeveer tien jaar geleden werden de selectiecriteria voor nieuwe leden aangescherpt. Het is huidige niveau van de Rotariërs in Duitsland, hun voorbeeldige karakter en hun trouw aan onze ethische code, die kandidaten naar Rotary toe leidt.'

Om te peilen naar de kwaliteit en de interesse van potentiële Rotariërs, heeft Bernard zes essentiële punten gezocht om aan hen voor te leggen. Zes vragen die zij bevestigend moeten beantwoorden en die aantonen dat zij gemotiveerd zijn om actief deel uit te maken van het Rotarynetwerk. Deze kernideeën die de kandidaten moeten onderschrijven hebben betrekking op onze gemeenschappelijke ethiek als actieve professionals, wederzijdse bijstand binnen ons netwerk, oog voor het gezinsleven (engagement mag niet langer alleen in gepresteerde uren worden geteld), het streven naar vrede en begrip tussen de volkeren door middel van humanitaire projecten, een intelligent time-management en openheid voor moderne communicatiemiddelen.

'Als ons wereldwijde ledental al enkele tientallen jaren stagneert, betekent dat misschien alleen maar omdat we ons punt van evenwicht hebben bereikt. Onze eerste zorg moet kwaliteit zijn, zowel van onze leden als van de projecten die we uitvoeren', besluit Bernard.

D.C./S.V.

Your enhanced online Rotary experience is beginning to unfold. Enjoy a modern design and search functionality that's fast and easy-to-use.

Easily manage your club's administration functions. Gain access from your mobile device. Search for Rotarians or clubs to connect instantly. Update your personal profile to control what information is shared with whom.

All of these improvements now funnel into one clear and simple platform.

Welcome to the start of the new

MY ROTARY.

VISIT **MY.ROTARY.ORG** TO SEE YOUR LATEST IMPROVEMENTS.

