

Sociala medier har blivit vardag för många i Rotary

Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn för att inte glömma betydelsen av en aktuell hemsida och nyhetsbrev är idag viktiga kommunikationskanaler för Rotaryklubbar och distrikt i våra nordiska länder att nå ut till våra medlemmar via, men också att attrahera nya medlemmar. I detta nummer av Rotary Norden frågade vi distrikteguvernörer i respektive land om "Hvad gör ni för att bli mer synliga i sociala medier?"

Vi kan konstatera att samtliga länder är duktiga på att använda sig av Facebook, men också Youtube, LinkedIn och Instagram.

Man brukar säga att inget ont utan att det för något gott med sig. Med Coronapandemin har de flesta av Rotarys medlemmar blivit fantastiskt duktiga på att använda sociala medier och framför allt digitala medier såsom Zoom,

GoToMeeting och Teams meeting, ibland även Facetime när vi snabbt ska mötas man mot man via mobiltelefon.

Även om det finns dem som tycker det är jobbigt och känns främmande med sociala medier, är det beundransvärt ändå hur flitiga alla är. Vi har ungdomar som snabbt kan lära oss koppla upp oss mot de sociala medierna. Var inte rädd att fråga dem. De älskar att visa oss äldre ...

**Venanzia Rizzi,
DI1385, Finland**



Det sägs att ett företag, som inte har sin externa kommunikation i skick, i praktiken inte existerar. I de sociala mediernas tidevarv gäller detta också rent allmänt organisationer och med dem även Rotary. Vi kan inte vara osynliga om målsättningen är att växa som organisation och att bredda vårt influensområde.

Därför har vi i distriktets verksamhetsplan starkt understrukit kommunikationens betydelse. Kommunikations- och ICT-kommittén är sammansatt av professionella och sakkunniga personer. Vi har ägnat mycket tid och omsorg åt uppdateringen av våra Facebook- och webbsidor. Och beträffande de sistnämnda avser jag inte bara distriktet utan även alla dess över 60 klubbar.

Vi har försökt utbilda nyckelpersonerna i samtliga klubbar att förstå

Rotary-varumärket och hur det kan utnyttjas. Det här arbetet pågår fortfarande.

Dessutom har vi skapat en Facebookgrupp, som vi hoppas skall bli en plattform för aktiv växelverkan mellan alla medlemmar i fråga om klubbverksamhet och -projekt.

Strävan är också att utnyttja sociala medier, som unga människor använder, till exempel Instagram, tik tok etc. Vi tar ett steg i taget. Fusioneringen av två distrikt har fört med sig utmaningar, men vi är på god väg.

"We are people of action"

**Agneta Råberg, DG i D2400
Småland, Halland, Norra Skåne**



I Distrikt 2400 använder sig distriktet av Facebook och även många av våra

klubbar har egna Facebook konton. Därutöver försöker klubbarna få in information i lokalpressen när vi arrangerar någon aktivitet, som t ex Tingsryd RK när de delade ut 800-900 semlor på äldreboende i Tingsryds kommun.

Vi har också en bra hemsida i distriktet där man kan följa vår verksamhet och där det är tänkt att internt lägga ut en folder som alla klubbar kan lägga in sin klubblogga och skriva ut. Denna är tänkt att kunna delas ut till presumtiva medlemmar.

Vi planerar för en aktivitet i vecka 21 som kommer att handla om vatten, varje klubb som medverkar bestämmer själva vilket vattentema de vill arbeta med, allt från att rädda Östersjön, städa ständer, rensa spökgarn, presentation om vattenprojekt i Kenya, går för vatten där distriktets PR- & Kommunikationskommitté hjälper till med att ta fram material, skriva pressreleaser till de olika lokaltidningarna och också försöka få in information på de olika lokalradiostationerna.

Vi planerar ingen aktivitet på Världsnaturdagen med tanke på ovanstående projekt.

De flesta av våra 56 klubbar är igång med digitala möten, vi har en almanacka på distriktets hemsida där man kan använda sig av andra klubbars program. Vi har även almanacka för ett par andra distrikt i landet.

Sedan slutat av mars förra året har distriktet och klubbarna kört över 700 GoToMeeting möten, vi kör också RLI

utbildningen digitalt og den 27 mars er det dags for digitalt PETS & Distriktssamråd.

Jag har levt hela mitt yrkesliv i bank, flyttat runt i Småland och Skåne. Självklart har jag haft mycket glädje av att vara Rotarian.

Terje Gaarden, GD 2275, Norge - Nordmøre, Trøndelag, Nord-Norge



Rotary har mange gode hjemmesider og Facebooksider. Noen dårlige også. Skal hjemmesiden være en informasjonskanal, må vi sørge for at den blir jevnlig oppdatert. Vil vi ha nye medlemmer inn i klubbene, må vi gi omverdenen riktig og spennende informasjon. Vi bør derfor ha en plan for hva vi vil vise fram – og til hvilke grupper.

I vårt distrikt har vi i mange år brukt Facebook aktivt. Vi ser at vi treffer med det vi legger ut – det gir respons og engasjement, og det er lav terskel for den som skal legge ut informasjon. Vi har valgt å holde oss på Facebook, men bør nok vurdere de andre alternativene. Twitter, LinkedIn, Pinterest, Instagram, Flickr, Youtube, Snapchat og mange flere.

Noen hevder at Facebook har nådd middagshøyden og er på vei bort fra den yngre generasjon. Kanskje er det på TikTok de neste medlemskampanjene i Rotary vil finne sted. Jeg vil oppfordre alle klubbene til å lage en TikTok der de promoterer sin klubb og hva de holder

med på.

Kommunikasjon er et fag, og det er ikke gitt at alle har like god tilnærming til faget. Jeg mener man må ta steget over i den digitale verden, skritt for skritt. Det viktigste uansett er å være aktiv, oppdatert og sende ut riktig informasjon. Bruk bilder eller videoer, det engasjerer – men husk personvern. Bruk kanaler som formidler øyeblikksinformasjon. Da blir det alltid ferske nyheter.

Per Nøddebo Nielsen, Faxe Rk, DG 1480, Danmark



Der er sket et gevaldigt hop i brugen af de sociale medier i løbet af det sidste år. For eksempel slår klubberne langt mere op på Facebook end de gjorde tidligere, og jeg får så mange indlæg til de digitale månedsbrev, at jeg indimellem har måttet lukke for tilgang.

Det er også virkelig accelereret med klubbernes brug af de digitale medier til møder. Vi købte licenser til alle seks mid-distrikter, og det satte skub i tingene, nu sker der så meget at man knap kan følge med.

Vi oplever helt nye ting, f.eks. arrangementet af distriktets E-klub et virtuelt virksomhedsbesøg hos Terma i USA. Samtidig er der også kommet gevaldigt gang i udviklingen af nye projekter vis det digitale univers.

Vi glæder os selvfølgelig til at komme tilbage til normalen. Men jeg tror at den udvikling vi har været tvunget til, har gjort os bedre og styrket vores kommu-

nikation så meget, at vi skaber større kendskab til Rotary og dermed grundlag for at få vendt udviklingen med nye medlemmer.

Så man kan sige, at vi her fået bekræftet det gamle ord: Der er ikke noget der er så galt, at det ikke er godt for noget.

Soffia Gísladóttir, distriktsguvernør, D1360, Island



I løbet af dette år oprettede jeg et PR-udvalg, der arbejder sammen med en PR-direktør. Komitéen skal forme arbejdet men dets hovedmål er at promotere Rotary i Island i medierne, herunder på sociale medier. Distriktet har en aktiv Facebook-side, og det samme gør de fleste af distriktets klubber.

Vi har også en LinkedIn- og Instagram-side og sender desuden interessante videoer på distriktets Youtube-side. Som et eksempel havde vi en live-udsendelse fra Rotarydagen på Youtube på denne URL: https://www.youtube.com/watch?v=UI3KPq_c004.

Rotary i Island har sjældent været mere synlig på sociale medier end i år. Mit tema er "Træd stolt frem", og med det har jeg opfordret rotaryklubber over hele landet til at være dedikeret, dristige og stolte over at sprede vores gode budskab. Jeg har store forhåbninger for fremtiden om at alle islændinge vil kende til Rotarys arbejde i Island.