|  |  |
| --- | --- |
| * **Interne situation** | |
| * Stærke sider (Strengths) | * Svage sider (Weaknesses) |
| * Rotary er et lokalt netværk i en global organisation * Rotary er et socialt erhvervsnetværk på tværs af faggrænser, uddannelse og arbejdspladser * Rotary er det bredest favnende netværk for unge og ældre erhvervsaktive personer af begge køn * I Rotary lærer du rigtig mange at kende fra mange forskellige arbejdspladser i din by * I Rotary får du kendskab til din bys virksomheder gennem de mange virksomhedsbesøg * I Rotary er der mange spændende oplæg fra kendte og mindre kendte personer om en lang række kulturelle og samfundsmæssige emner * I Rotary lærer du at stille dig op og formidle et budskab eller et foredrag * I Rotary kan du få en lederuddannelse * I Rotary er du med til at gøre noget for din by gennem deltagelse i lokale projekter * I Rotary møder du en masse spændende mennesker, du sikkert aldrig ville have mødt i et fagspecifikt netværk eller i en sportsklub * I Rotary er du med i et globalt netværk, der er kendt i hele verden og er du på forretningsrejse er du velkommen i alle Rotary klubber i verden * I Rotary udvikler du dig både som menneske og læringsmæssigt * Mange Rotary klubber deltager i spændende hjælpeprojekter rundt om i verden * I Rotary danner du livslange venskaber * I Rotary kan du altid udveksle ideer med andre inden du bringer den på bane rent arbejdsmæssigt * Rotary er helt upolitisk * Rotary koster stort set det samme som dit medlemskab i fitnessklubben * I mange Rotary klubber spiser man | * I høj grad omdømmet: * Rotary er et netværk for ledere i jakkesæt * Rotary har en snert af loge over sig * Rotary er en spiseklub * Rotary er sig selv nærmest * Rotary har ikke fornyet sig * Rotary er meget amerikansk * Rotary er mest for ældre mennesker * Rotary holder møde hver uge og mange ved ikke, at man kommer, når man har tid * Det er dyrt at være Rotarianer * Rotary har i den vestlige verden svært ved at tiltrække yngre medlemmer og kvinder |
| * **Eksterne situation** | |
| * Muligheder (Opportunities) | * Trusler (Threats) |
| * At brande Rotary lokalt gennem synlig tilstedeværelse i lokalsamfundet og gennem pressen og de sociale medier * At afholde åbne møder og events med ”trækplaster” oplægsholdere * At holde møder, der interesserer og glæder de nyeste medlemmer så meget, at ”mund til mund” metoden skaffer flere nye interessante kvinder og mænd til klubben * At få udbredt kendskabet til alle de styrker Rotary rent faktisk besidder | * Konkurrencen fra andre netværk * Manglende fornyelse i de lokale klubber * Manglende branding af Rotary som noget særligt i forhold til andre netværk * Prisen |

Denne SWOT-analyse er blot et eksempel lavet ud fra mit eget forhold til Rotary gennem næsten 20 år.

I kan anvende skemaet som I har lyst.

Med venlig hilsen

Lissi Håkansson

Formand for membershipudvalget i distrikt 1480