



Lionsclubs Nederland

Meerjaren Beleidsplan 2022-2024

Meerjaren Beleidsplan 2022-2024

Multiple District 110

Inhoud:

1. Inleiding
2. De Lions club centraal!
3. De zone, het district en multiple district (MD)
4. Ledenbeleid, service en leiderschapontwikkeling
5. Lions Club International Foundation
6. MD-stichtingen en –werkgroepen
7. Van Leo naar Lion
8. Communicatie: Sicta en CCM, een eenheid.
9. Speerpunten GR 2022-2023



Kinderkanker



Leefomgeving



Honger



Zicht



Diabetes



Jeugd





Lionsclubs Nederland

Meerjaren Beleidsplan 2022-2024

1. Inleiding

Het MD-Meerjarenbeleidsplan is een jaarlijks te actualiseren beleidsplan, dat zich richt op een periode van drie jaar¹. De gedachte hierbij is om over een langere termijn beleid te ontwikkelen om de continuïteit in doelstellingen te waarborgen. Door een nauwe samenwerking tussen de zittende GR en de 1^e VDG's wordt deze continuïteit gewaarborgd.

De in dit meerjarenbeleidsplan benoemde beleidsaspecten kunnen niet in één jaar gerealiseerd worden. Het plan moet gezien worden als inputdocument voor het formuleren van het beleid van de inkomende GR'en. Door de tijd verschuiven accenten en ontstaan nieuwe speerpunten.

Voor de eerste jaren van het tweede 'Centennial' formuleerde Lions International haar doelstellingen in het programma LCI Forward, een strategisch marketing plan dat het Lions-motto "We Serve" centraal plaatst, wat concreet wordt vertaald naar het bereiken van ten minste 200 miljoen mensen in 2020/2021 (in 2015 circa 140 miljoen). Momenteel wordt gewerkt aan het vervolg van het programma LCI Forward. De doelstellingen van LCI Forward zullen naar verwachting onverkort gehandhaafd blijven:

- Het verder vergroten van de impact van de service die wereldwijd verleend wordt. Dit in het licht van de sterk stijgende hulpvraag.
- Het actief ondersteunen van de wereldwijde Lions-kerndoelen: kinderkanker, duurzame leefomgeving, armoede en honger, gezichtsvermogen en diabetes.
- Daarnaast inzetten voor de sociale en emotionele ontwikkeling van de jeugd, o.a. via Lions Quest.
- Het bevorderen van de zichtbaarheid en imago van de Lions organisatie in de samenleving. Door 'story telling' en acties.
- Het streven naar excellentie op club, zone en districtsniveau.
- Het vergroten van de waarde van het lidmaatschap.

Ofwel het doel, zoals geformuleerd in LCI forward is en blijft:

"To be the global leader in community and humanitarian service".

Tijdens Euroforum 2021 in Thessaloniki is meer bekend gemaakt over de strategie en het bouwen aan de toekomst van LCI en LCIF in de vorm van het 'Lions International Strategic Plan'. De visie en missie van LCI en LCIF worden samengevoegd: *"We are united in our global mission of service. This includes every Lion and every club. It includes Lions Clubs International and Lions Clubs International Foundation (LCIF)—we are one"*.

De nieuwe strategie kent als motto: *"Serving a world in need"*. Het mission statement van Lions Clubs International luidt: *"To empower volunteers to serve their communities, meet humanitarian needs, encourage peace and promote international understanding through Lions Clubs."*

De nieuwe strategie wordt ondersteund door de Global Membership Approach (GMA), die in het komende Lionsjaar 2022-2023 wordt gelanceerd en nu al onderdeel uitmaakt van de 2022 Virtual

¹ In dit geval de fiscale jaren: 2022-2023; 2023-2024 en 2024-2025.





Lionsclubs Nederland

Meerjaren Beleidsplan 2022-2024

FVDG/DGE Seminar. Deze Global Membership Approach is een proces dat is ontworpen om districten te ondersteunen om het ledenverloop terug te dringen.

Ledengroei is nodig om de impactvolle dienstverlening te kunnen garanderen. Om de ledengroei in onze districten en clubs te vergroten, heeft de Global Membership Approach de volgende doelstellingen:

1. Versterken van de districten met nieuwe clubs
2. Versterken en verjongen clubs met nieuwe leden
3. Binden leden met vriendschap & motiverende service -/hulpactiviteiten

Het Global Membership Approach proces bestaat uit vier stappen: (1) *Build a Team*, (2) *Build a Vision*, (3) *Build a Plan* and (4) *Build Success*.

2. De Lionsclub centraal

De club staat zichtbaar centraal in onze Lions organisatie. De Lionsclub is het kloppend hart van LCI. Alles boven het niveau van de individuele club is faciliterend. Het zijn de Lions clubs en haar leden die in de lokale samenleving herkend worden. Het zijn de clubs die vertrouwd zijn met de noden in hun lokale gemeenschap en daar ook het beste een passend antwoord op kunnen geven. Dit neemt niet weg dat de clubs ook gevraagd worden hun handen ineen te slaan voor maatschappelijke doelen op nationaal of internationaal niveau.

Bij dat alles mogen de leden trots zijn op de “We Serve” gedachte die wordt uitgedragen.

De Lions clubs staan midden in de samenleving. Mannen, vrouwen, jongeren, ouderen en mensen met een etnische achtergrond zouden allen vertegenwoordigd moeten en kunnen zijn in een Lionsclub. Dat is tot op heden nog niet in voldoende mate het geval en houdt vaak een elitair beeld van onze organisatie, onterecht, in stand.

Ook in Nederland loopt het aantal leden enigszins terug -1,06%. Dit wordt enerzijds veroorzaakt door vergrijzing en anderzijds door de impact van de Coronapandemie. De aanwas van nieuwe (jonge) leden en nieuwe (vormen van) clubs is essentieel voor het voortbestaan van Lions Nederland. Aandacht is nodig voor de clubs die ‘onder water staan’, dat wil zeggen minder dan 15 leden hebben. In Engeland, waar men te weinig aandacht heeft besteed aan de verjonging, is het ledenbestand door natuurlijk verloop met 40% teruggelopen. Thans zijn de 12 districten herverdeeld over 8 districten. Ook in de Verenigde Staten van Amerika is de stormbal gehesen. De sterke daling van het aantal leden in Noord America (van ca. 575.000 in 1980 naar 300.000 in 2020) en Canada (75.000 in 1980 naar 35.000 in 2020) heeft aanleiding gegeven tot het lanceren van het zgn. NAMI initiatief: het North America Membership Initiative. Doel: groei terugbrengen door revitalisatie, motivatie programma’s, introductie van nieuwe clubvormen en het delen van ‘best practices’ en ideeën.

Ook In Nederland zal gezocht moeten worden naar nieuwe eigentijdse vormen van clubs. Door de veranderde omstandigheden in gedrag, interesse en belangstelling moeten clubs flexibeler met leeftijd, vergaderfrequentie en *attendance* omgaan. Deze aanpassingen zijn van belang om de jongeren, waaronder Leo’s, makkelijker een lidmaatschap te kunnen aanbieden. De vernieuwing in Nederland kan gaan door de introductie van nieuwe club vormen zoals ontbijtclubs, special





Lionsclubs Nederland

Meerjaren Beleidsplan 2022-2024

interest-clubs, bedrijfsclubs, virtuele clubs, campus clubs, clubs gericht op een gedeeld doel, maar ook clubs gericht op ouderen ('Past Lions') passen binnen het palet. De zogenaamde clubbranches geven alle mogelijkheden om hieraan invulling te geven. De Global Membership Approach kan ons daarbij ondersteunen.

De maatschappij verandert en wij als Lions moeten mee veranderen, en niet andersom. Wat door de jaren heen niet is veranderd is de basale wens van veel mensen om ergens bij te horen en anderen te helpen. Echter, de vorm waarin men die hulp wil geven is tegenwoordig vaak anders. Vaak is niet ogenblikkelijk duidelijk waarom dat in clubverband zou moeten gebeuren. Met de toenemende individualisering die in alle lagen van de bevolking voorkomt, betekent dat, dat meer dan in het verleden de waarde en pluspunten van het lidmaatschap van de Lions verteld moeten worden: de onderlinge vriendschap, het plezier van samen iets ondernemen, het nieuwe netwerk en óók de verrijking van kennis en vaardigheden.

3. De zone, het district en multiple district (MD)

De zone is de functionele verbinding tussen clubs onderling en tussen de clubs en het district en andersom. Onder leiding van de zonevoorzitter, die ook deel uitmaakt van het districtsbestuur, worden ervaringen, ideeën en uitdagingen tussen de clubs onderling en het districtsbestuur uitgewisseld. De zonevoorzitters brengen de clubbestuurders in hun zone minstens twee keer per jaar met elkaar in verbinding middels actuele agendapunten en thema's.

Alle aspecten die het vlak van ledenbeleid (GMT), service (GST) en leiderschap ontwikkeling (GLT) raken, behoeven een prominente plaats in dit zoneoverleg. Maar ook het uitwisselen van informatie van club- en zoneprojecten en de bijbehorende aanpak. Leren van elkaar! In verschillende districten zijn er voorbeelden van gezamenlijke projecten in zones waar de deelnemende clubs trots op mogen zijn.

Toch zijn hier nog slagen te maken. Niet alle zones zijn bestuurlijk bemenst of het ontbreekt aan interesse, kennis en/of voldoende commitment om de rol van zonevoorzitter te vervullen. Een grotere betrokkenheid van gouverneurs bij hun zonevoorzitters in het kabinet is dan ook een doel: zonevoorzitters enthousiasmeren om actiever het beleid van het district en het MD uit te dragen. Het zonevoorzitterschap is immers onder andere een voorwaarde om later districtsgouverneur te kunnen worden.

Als het gaat om het aantrekken van "nieuw bloed" voor bestuursfuncties, in de clubs, in de zones en in de districten wordt potentieel talent gescout en wordt gekeken hoe deze functies voor kandidaten aantrekkelijk(er) gemaakt kunnen worden. Ook mensen met talent worden uitgenodigd cursussen bij te wonen, zodat zij hun kennis en inzicht vergroten en zich alvast een beeld kunnen vormen wat deze functies precies inhouden. Op alle niveaus is er nieuw bloed nodig en ook het vervullen van bestuurlijke rollen past in het realiseren van "Lions Helpen".

Ook bij bovenstaande kan de Global Membership Approach ondersteuning bieden. Door met jonge getalenteerde Lions en Leo's flexibele schillen om de drie pijlers GMT, GST en GLT heen te organiseren. Lions en Leo's, die voor een kortere of langere periode in teamverband inspiratie opdoen, creativiteit inbrengen en hiermee bijdragen aan de district doelstellingen.





Lionsclubs Nederland

Meerjaren Beleidsplan 2022-2024

4. Ledenbeleid, service en leiderschapontwikkeling

In 2018 is, naast de bestaande structuur van districtsvertegenwoordiging in de vorm van district gouverneurs, vanuit Oakbrook een nieuwe functionele lijn geïntroduceerd: de GAT structuur, waarin service (GST), ledenbeleid (GMT) en leiderschapontwikkeling (GLT) zijn ondergebracht. Deze functionele organisatie is zowel op districtsniveau, nationaal niveau als internationaal niveau toegevoegd.

Wij onderkennen dat de samenhang tussen ledenbeleid (GMT/GMA), leiderschapontwikkeling (GLT) en service (GST) essentieel is voor de Lions organisatie.

GST

Het is wenselijk dat clubs de impact van hun service-activiteiten rapporteren om beter zichtbaar te maken wat alle inspanningen van clubs en leden betekenen, zodat daar ook meer trots door ervaren kan worden. Clubs stimuleren om dit te rapporteren in owncloud en/of MyLCI. Dit biedt ook de mogelijkheid om naar de buitenwereld beter zichtbaar te maken wat de bijdrage en impact van de Lions organisatie is in de samenleving.

GMT/GMA

Het doel van de Global Membership Approach is een positieve ledengroei. Dit doel is fundamenteel naar het bredere doel van Lions: de wereldleider zijn in gemeenschaps- en humanitair dienstverlening.

Global Membership Approach de volgende doelstellingen:

1. Versterken van de districten met nieuwe clubs
2. Versterken en verjongen clubs met nieuwe leden
3. Binden leden met vriendschap en motiverende service- en hulpactiviteiten

Het Global Membership Approach proces bestaat uit vier stappen: (1) Build a Team, (2) Build a Vision, (3) Build a Plan and (4) Build Success.

New clubs	New members
Member satisfaction	Leader support

De GMA is op internationaal niveau ontwikkeld en wordt nu wereldwijd vanaf FY 2022-2023 geïmplementeerd. In Nederland gaan we hiermee op districtsniveau aan de slag.

5. Lions Club International Foundation

Een bijzondere plaats in de Lions organisatie is voor LCIF ingeruimd. LCIF is de Foundation van alle Lions en alle Lionsclubs en verdient daarom onze steun. Wij moedigen Lions en Lionsclubs dan ook aan om naast lokale doelen óók LICF als goed doel vanuit fundraising te bestemmen in het kader van 'Campaign 100'. Het doel van deze actie, die gestart is op 1 juli 2018, is om per jaar 100 miljoen dollar te vergaren zodat meer service-projecten kunnen worden uitgevoerd. Dit vanwege een structureel grotere vraag van de Lions Clubs wereldwijd. Het door de district coördinatoren van MD 110 samen met de landelijke coördinator opgestelde plan van aanpak verdient brede steun. Het MD 110 draagt relatief weinig bij aan LCIF. Op clubniveau is weinig bekend waar de LCIF mee bezig is, en ook wat LCIF voor de club zou kunnen betekenen in de vorm van het toekennen van grants. De eerste stap in het plan van aanpak is het creëren van bekendheid met LCIF en het





Lionsclubs Nederland

Meerjaren Beleidsplan 2022-2024

doorbreken van het sentiment van clubs om zich alleen maar te richten op lokale projecten en met voorkeur ook nog binnen het gezichtsveld van de club.

De 'Campaign 100' loopt dit jaar af. Echter, we blijven LCFI ondersteunen door (1) contributiebijdrage; (2) pro-actieve benadering van clubs om middels fundraising constructief bij te dragen, en (3) aan de clubs informatie te blijven verstrekken over de ontwikkelingen en resultaten van LCIF.

6. MD-Stichtingen en -werkgroepen

Stichtingen en werkgroepen zijn dienend aan het realiseren van de kerndoelstellingen van de Lions organisatie (Global Causes), te weten Kinderkanker, Leefomgeving, Honger, Zicht, Diabetes en Jeugd..Eerdere GR'en hebben het initiatief genomen om met de stichtingen te bespreken in hoeverre het werk en acties van de stichtingen aansluiten bij de in het LCI Forward programma uitgezette lijn met betrekking tot Impact en Exposure. Dit initiatief wordt overgenomen door de aantredende GR. Ook wordt gekeken naar de relevantie van stichtingen en werkgroepen in het heden en de toekomst, het draagvlak bij de leden en de directe en indirecte bestuurlijke last versus de toegevoegde waarde voor het Lionisme en voor de clubs. In dat kader past ook een mogelijke herijking van het predicaat 'MD Stichting' en de toewijzing van middelen.

Bovendien wordt van iedere MD Stichting en werkgroep een gedegen plan en een robuuste én tijdige rapportage op financiën en impact verwacht.

De GR 21-22 heeft al goede vorderingen gemaakt met het formuleren van voorstellen ter vereenvoudiging van de bestaande structuur en er lijkt ook breed draagvlak voor te zijn bij de afzonderlijke besturen van de diverse stichtingen, commissies en werkgroepen. Het streven is om deze nieuwe structuur eind 2022 zowel juridisch als in de praktijk in werking te zetten, inclusief de daarvoor benodigde handelingen bij de notaris.

7. Van Leo naar Lion.

Ons Meervoudig District kent 19 bloeiende Leo Clubs, met elkaar verbonden in de Vereniging Leo Clubs Nederland (VLCN), een zelfstandige vereniging. VLCN valt net als Lions Nederland onder Lions Clubs International. De afgelopen jaren is het aantal Leo clubs in Nederland van 16 clubs in 2018 toegenomen naar 21 clubs in 2021. Per ultimo 2021 waren er ruim 200 leden.

In Nederland kennen we uitsluitend Omega Leo clubs (18-35 jaar). Alfa Leo clubs (12-18 jaar) kent VLCN niet. Door VLCN is gekozen voor een beleid dat erop gericht is om de Leo organisatie te laten groeien, een doelstelling die door de GR van harte wordt ondersteund. Punt van zorg is de doorstroming van het Leo lidmaatschap naar het lidmaatschap van de Lions. Nog te weinig stromen de Leo's na het bereiken van de leeftijd van 35 jaar door naar een van de Lions Clubs of richten een eigen club op. Keuze voor andere prioriteiten op dat moment in het werkzame leven en vaak ook gezinsleven liggen hier vaak aan ten grondslag. Meer nog dan in het verleden zullen initiatieven worden ondernomen om mee te helpen het aantal Leo clubs in Nederland te vergroten en de transitie van Leo naar Lion te bevorderen bijvoorbeeld door de introductie van 'Leo-Lions Clubs'.





Lionsclubs Nederland

Meerjaren Beleidsplan 2022-2024

Een betere verbinding tussen Lions en VLCN heeft in veel opzichten een sterke meerwaarde voor beide kanten. De Leo's kunnen een voorbeeld zijn: zij zitten meestal in de opbouwjaren van hun carrières, maar toch lukt het ze hun drukke dagelijkse leven te combineren met een filantropische betrokkenheid, niet alleen met hun hart, maar - net zo belangrijk - ook met daadwerkelijke daden. Leo's kennen ook de weg van de moderne media en kunnen ons helpen onze inventarisatie van goede acties en projecten te vertalen in een sterk imago, dat de aantrekkingskracht van Lions Nederland kan verhogen. Uiteindelijk kunnen Leo's jonge, energieke, betrokken nieuwe Lions leden worden.

Dus een sterke, groeiend stelsel van actieve Leo's, met sterke, functionele persoonlijke relaties met Lions leden, leidt tot een breder bereik voor 'We Serve' activiteiten, en uiteindelijk tot nieuwe actieve Lions leden. Een betere samenwerking tussen Leo's en Lions biedt veel voordelen voor beide kanten en vormt een hoeksteen van onze plannen.

Overigens gaat het in de contacten met de Leo's niet uitsluitend om de doorstroming van Leo's naar een bestaande of nieuwe Lions club. De Leo's kunnen ook helpen meedenken bij het toekomstbestendig maken van de Lionsorganisatie, omdat zij beter dan de "oudere Lions" weten wat er nodig is voor een (service) club om aantrekkelijk(er) te zijn voor jongere leden. Het is dan ook de bedoeling om een aantal evenementen samen te gaan organiseren om op die manier te werken aan een verjonging van het ledenbestand van de Lions.

8. Communicatie: SICTA² en CCM¹, een eenheid

Onbekend maakt onbemind! Als Lions organisatie in Nederland zijn we te weinig zichtbaar. Terwijl we alle reden hebben om juist wel zichtbaar te zijn, als een internationale organisatie die al meer dan 100 jaar zich inzet voor het lenigen van de nood in de wereld. Een organisatie met meer dan 1.4 miljoen leden in de wereld; in 2019 werd LCIF voor het achtste jaar op rij beloond met het hoogste aantal sterren als goede doelen organisatie in de wereld door het toonaangevende bureau Charity Navigator. Nederlanders houden er niet van zichzelf op de borst te kloppen voor het werk dat zij doen voor hun medemens. Doe maar gewoon is het parool. Toch kun je op gepaste wijze door het delen van verhalen het trots zijn op je Lions club uitdragen met als positieve effecten bekendheid creëren bij potentiële leden en grotere participatie in Lions acties.

Het is dus van belang om de communicatie meer gestalte te geven. Communicatie is dus een speerpunt in het beleid van de huidige en toekomstige GR's. Maar niet alleen extern gericht, óók intern. Veel leden beseffen nog onvoldoende de slagkracht van de grote Lionsorganisatie die ontstaat wanneer clubs van over de hele wereld samenwerken! En bovendien zijn nog te veel leden niet bekend met de nuttige informatie die bijvoorbeeld op de website van de Internationale Lions Organisatie www.lionsclubs.org beschikbaar is en bruikbaar voor het vormgeven van acties, ledenbeleid of zelfs eigen ontwikkeling! Het informeren van clubs en leden, het trainen van vaardigheden bijvoorbeeld op het gebied van omgaan met social media, zal hoge prioriteit (moeten) krijgen. Dat geldt ook voor het vormgeven van de websites van de clubs. Een uniforme stijl vergroot de herkenbaarheid en daarmee de impact. De infrastructuur van de communicatie is essentieel voor het goed functioneren van de Lions-organisatie. Moderne communicatievormen bieden geweldige mogelijkheden om efficiënt en effectief informatie uit te wisselen, zowel pull als push. Daardoor zijn SICTA en CCM onlosmakelijk verbonden met elkaar. Het is dan ook voor de

² Sicta: secretariaat, ICT en administratie; CCM: communicatie en media.





Lionsclubs Nederland

Meerjaren Beleidsplan 2022-2024

hand liggend dat beide commissies tot een gezamenlijk structureel overleg komen op tactisch en uitvoerend niveau.

Voor alles geldt: de grootste zichtbaarheid bereiken we lokaal vanuit de clubs! Niet door eenmalig een groot billboard langs de snelweg. De clubs kennen de lokale gemeenschap, zij weten als de beste waar en hoe publiciteit gezocht kan worden. Het is aan het district om de clubs daarbij te faciliteren.

In ons communicatiebeleid streven we naar een grotere bekendheid. We stellen voor alle Lions activiteiten en stichtingen te plaatsen onder een paraplu: Lions Helpen! Met daarbinnen natuurlijk hun eigen signatuur. Het helpt ook de onbekende LCIF organisatie te 'vernederlandsen'.

SICTA staat aan de vooravond van een aantal veranderingen. Wij zullen in het kader van kostenbesparing, duurzaamheid en efficiency zoveel mogelijk inzetten op elektronisch vergaderen. Het huidige ledenadministratiesysteem Lolas is verouderd en moet vervangen worden. Het reduceren van kosten, risico's en het ontsluiten van de faciliteiten die Lionsclubs International al biedt zijn daarbij drijfveren. Natuurlijk zullen we wel alle persoonsgegevens in overeenstemming met de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) verwerken.

9. Speerpunten GR 2022-2023

De speerpunten die uit het doel van de Gouverneursraad '22/'23 naar voren komen zijn:

1. *Trots uitdragen*: ontwikkelen klein relatiegeschenk (gadget) en uitdragen projecten (acties/resultaten) via landelijke website en/of socialmedia-platform met minimaal 125 vlogs en 2 landelijke persberichten, podcast etc.
2. *Vriendschap versterken en slagkracht vergroten*: zowel binnen ons GR-team als in de clubs, door middel van verhalen ondersteund door ons motto ('Vriendschap en Slagkracht') en een pin.
3. *Naamsbekendheid/imago verbeteren*: aandacht vragen voor lokale acties via mediakanalen en lokale/regionale pers (we streven naar 125 van zulke acties), 75 story's in kaart brengen van levendige clubs en zo mogelijk ook aandacht in de landelijke media via het NOS-Journaal en/of RTL Nieuws e.d.
4. *Club aantrekkelijker maken voor 35-50 jarigen*: de Leo Clubs helpen met ongeveer tien procent te groeien, acties samen met de LEO's te doen om te leren hoe we de Lionsorganisatie aantrekkelijker kunnen maken voor jonge mensen, de vergaderefficiency met 20-30% verbeteren, te beginnen bij GR- en districts kabinetten, en het aspect 'leren en groeien' (GLT) te benadrukken via de zonevoorzitters en de clubpresidenten.

Ons doel

De Gouverneursraad '22/'23 wil de naamsbekendheid verhogen en het imago van Lions Clubs (waar staan deze voor) in Nederland verbeteren. Hiervoor willen wij een uitgekende PR- en imagocampagne voeren die aansluit op de ingezette koers van o.a. het één-merkbeleid en vergroting van de aanwezigheid op social media. We willen ons hierbij rechtstreeks richten tot de doelgroep 35-50-jarigen in de verwachting onder hen veel nieuwe leden te kunnen werven. Deze verjonging en versterking is hard nodig om de toekomstbestendigheid van onze club te waarborgen. Wij zoeken hierbij aansluiting bij de Leo-clubs met wie wij één familie vormen.





Lionsclubs Nederland

Meerjaren Beleidsplan 2022-2024

Onze kernboodschap

Het is gaaf om een Lion te zijn. Je maakt deel uit van een ruim 100-jarige internationale vrijwilligersorganisatie met 1,4 miljoen leden: de Lions Club. Het brengt je vriendschap en gezelligheid, de kans om iets te leren, persoonlijk te groeien en de mogelijkheid om met elkaar iets goeds doen voor de samenleving. Lions doen dat door lokaal én internationaal geld bijeen te brengen én de handen uit de mouwen te steken. Lions kennen een hoge moraal: een goede persoonlijke reputatie, trouw en loyaliteit staan centraal in de Lions-erecode. Een Lion laat iemand die een beroep op hem of haar doet, niet in de kou staan. Lions helpen, altijd. Serving a world in need.

Ons verhaal

De Lions Club heeft de wereld veel te bieden. De Lions Club wil impact hebben op het leven van mensen wereldwijd en vrede en begrip tussen volkeren bevorderen. De Lions Club wil wereldleider zijn op het gebied van humanitaire dienstverlening. De nieuwe strategie kent als motto: "Serving a world in need". Het mission statement van Lions Club International luidt: "To empower volunteers to serve their communities, meet humanitarian needs, encourage peace and promote international understanding through Lions Clubs."

Onze methode

- Trots uitdragen door:
 - Onze storyline en kernboodschap met elkaar te perfectioneren en via moderne communicatiemiddelen hanteerbaar te maken (bijvoorbeeld met een aantrekkelijk vormgegeven – digitale – kaart) en onder alle leden te verspreiden als leidraad voor communicatie over de Lions. Individuele leden aanmoedigen mede op basis hiervan korte vlogs te maken (laat je horen!) over de reden voor het lidmaatschap en de persoonlijke betrokkenheid bij belangrijke maatschappelijke doelen en die via een extern gericht internetplatform te verspreiden.
 - Een klein relatiegeschenk (gadget) om gemakkelijk uit te delen aan het publiek, bijvoorbeeld in ruil voor een bijdrage aan een goed doel, waardoor het begrip Lions zich gemakkelijk verspreidt.
 - Projecten met elkaar in de schijnwerpers te zetten door te communiceren via zowel eigen (sociale) mediakanalen als lokale en landelijke media, met foto's, facts & figures en persoonlijke verhalen van de 'helpers en de geholpenen' (testimonials).
 - Over onze resultaten (landelijk) enkele keren per jaar een persbericht uit te geven en uit te venten via uitgekiende socialmediastrategie.
(NB: belangrijke recente resultaten zijn bijvoorbeeld:
 - 1) Lokale Lions- en Leoclubs in de getroffen gebieden van Limburg hebben steun verleend aan de getroffen inwoners, zowel materieel als immaterieel. De tussenstand van deze actie was op 21 oktober 2021 € 71.015.
 - 2) Lions- en Leoclubs in Nederland steunden het Prinses Máxima Centrum met een bedrag van € 335.000 voor de inrichting van ouder-kind-kamers. Door verdubbelers staat de teller inmiddels op bijna € 700.000.
 - 3) De Douwe Egbertspuntenactie: maar liefst 204.000 pakken koffie voor de Voedselbanken in Nederland. Daarmee hebben we in 9 jaar tijd al 1 miljoen pakken koffie opgebracht. Samenwerking zoeken met DE om dit succes uit te dragen.
 - 4) Ook een aantal aansprekende internationale resultaten uitdragen.
- Naamsbekendheid/imago verbeteren door:
 - 'In het NOS-Journaal' (of RTL Nieuws, nu.nl etc.): een slimme, nieuwswaardige actie met landelijke uitstraling waarmee de Lions in de picture komen.
 - Lokale actie waarbij zichtbaar is wie Lions zijn en wat zij doen, in persoonlijk contact, via mediakanalen en/of de lokale/regionale pers
 - Levendige clubs in beeld te brengen door middel van storytelling
 - Samenwerking tussen clubs te bevorderen; samen sta je sterk (en heb je meer impact)
- Club aantrekkelijker maken voor 35-50-jarigen door:





Lionsclubs Nederland

Meerjaren Beleidsplan 2022-2024

- Good practices uit de clubs om jongere leden aan te trekken en te vernieuwen te verzamelen en uit te wisselen
- Een 'lean and mean' vergadercultuur te bevorderen (rekening houdend met mensen die zich in het spitsuur van hun leven bevinden).
- Het aspect van 'leren en groeien' met meer nadruk uit te dragen.
- Discussie in clubs te bevorderen over de vraag wat lidmaatschap van 35-50-jarigen voor hen betekent en wat zij kunnen doen om belemmeringen weg te nemen (hun 'gewoonten' aan te passen?) en deze doelgroep te bereiken.
- Jongeren te stimuleren om zelf een Lions club te starten! En (dan) eerst laten meedraaien met bestaande club.
- Antwoord te geven op individualisering: jongere generatie is geen lid van een politieke partij of kerk maar wil zich wel verbinden aan een maatschappelijk doel (en wil daarin variatie).
- Eén of twee gezamenlijke acties van Lions en Leo's per jaar organiseren, bij voorkeur een handen-uit-de-mouwenactie, bij voorbeeld in het kader van de 'World Clean Up Day', of een gezamenlijke PubQuiz.
- Leo's volledig gelijkwaardig behandelen in alle bijeenkomsten, nationaal en internationaal.

