

Opsamling på gode idéer under oplæg fra Mette Rix på L&R mødet 2020.

I dette billede finder I de mest brugte ord i jeres brainstorm efter oplægget fra Mette Rix.

Og nedenfor finder I alle grupperes brainstorm i punktform.



- Fange medlemmer op der ikke længere kan være med i Ladies Circle.
- Holder øje med artikler i avisen, når der omtales kvinder.
- Extension taler med øvrige klubmedlemmer om at foreslå nye medlemmer.
- Når der er foredrag i klubben, overvej om foredragsholder kunne være et emne.
- En udefra kommende nøgleperson med et stort netværk kan åbne for mange nye medlemmer.
- Spørge nye/ynge medlemmer om hvem de kunne foreslå fra deres netværk.
- Arbejd med flere af elementerne fra Vejle oplægget. Særligt det systematiske og strukturen.
- Vær bevidst og synlig med åbenhed for forskelligheder.
- Vi skal italesætte, at det er ok, at man kan bidrage med mere eller mindre.
- Vi skal huske, at de yngre kvinder har brug for at poste deres oplevelser på SOME.

- Vi skal acceptere, at det ikke er alle som har lyst til at påtage sig en post i klubben.
- Der skal være plads til at rumme medlemmernes forskellige livsfaser, hvor man kan bidrage med mere eller mindre.
- Vi skal tage værdisnak med potentielle medlemmer og forventningsafstemme.
- Vi skal acceptere at et medlemskab ikke nødvendigvis er livslangt.
- Vi skal modernisere elementer af vores klubliv og klubbegreber.
- Evt. idé at lave et e-Medlemskab.
- Tænke erfaringer fra coronatiden ind – OBS nærhed, ikke så mange aftaler og andet.
- Tillade flere nye optages på samme tid, så de kan have noget sammen.
- Invitér til afgrænsede aktiviteter som kan overskues og ikke er bindende.
- PR, pressemeddelelser i avisen om gode initiativer, arrangementer osv. Dele gode historier.
- Hvert klubmedlem skal på skift invitere en gæst, som kunne være muligt nyt medlem.
- Være opsøgende blandt andre professioner end de der allerede er repræsenteret.
- Extension skriver introduktionsbrev, der kan udsendes/uddeles. Kan bruges som udgangspunkt for en snak.
- Ved klubbens åbne arrangementer annoncere bevidst efter kvinder, der vil netværke og gøre en forskel. Uddel informationsmateriale/vær opsøgende blandt deltagerne.
- SI Danmark kan markere sig i pressen, når der er relevante emner oppe, fx metoo, voldtægtslov, så SI bliver kendt som en organisation, der har holdning og arbejder for kvinder og pigers rettigheder.
- Forsøg at få medlemmer fra andre etniske grupper. Vi er meget "hvide".
- Kan vi finde andre grupperinger/klubber/fagfællesskaber, som vi deler værdier med? Hvor der evt. kan rekrutteres fra?
- Alle klubbens medlemmer prøver at få 1 nyt medlem om året.
- Medlemmer stiller sig ved fx Føtex/supermarkedet og info om SI, deler folder ud og inviterer til fyraftensmøder.
- Mindst to mulige emner inviteres til klubmøde.
- Hold øje med nyankomne til byen og invitér dem.
- Lave en event og invitér.
- Artikel i ugeavisen.
- Stormøde/spændende foredragsholder, invitér bredt.
- Organisationen skal gøre en indsats for at synliggøre os som organisation.
- Pilgrimstur eller lignende.
- Fortælle om aktuelt arbejde og projekter i klubben.
- Spørge nogen man tilfældigvis møder, evt. ved fest om de er interesseret.
- Ved projekt, spørg interesserede ikke medlemmer om de vil være med.
- Skrive til en person, som har trykket like på vores side på facebook og fortælle om og opfordre til medlemskab.
- Præsentere vores formål og arbejde med stolthed.
- Vi skal hver især præsentere soroptimisterne.
- Synlighed i lokalsamfundet er vigtigt, fx ved deltagelse i arrangementer i vores by.
- Håb og ønske om at høring for nye medlemmer ophører. Åbne optagelsesprocedurer.
- Samarbejde med andre lokale organisationer for at løfte større arrangementer og opnå mere synlighed. Skal være organisationer med værdisæt som harmonerer med vores egne.

- Drøfte medlemmer på klubmøder.
- Opfordre nogen fx ved deltagelse i open night m.v. forskellige aldersklasser og erhverv.
- Annoncere et infomøde med et "trækplaster".
- Fortælle meget mere om foreningen i hverdagen.
- Kvalitet af medlemmer er bedre end kvantitet.
- At projektarbejdet i klubben tilgodeser det tempo, 30-40 årige kvinder har tid til. De har højere tempo i arbejdet.
- Spændende virksomhedsbesøg.
- Klubmøder med indhold, der tiltrækker yngre medlemmer.
- Kommunikation i klubben skal være "rummelig" – plads til de 6 forskellige grundlæggende værdier.
- Lettere at finde en kontakt i en klub – hvad enten det er på hjemmeside, Facebook med mere.
- Opmærksomme på hvem vi henvender os til, når vi laver ekstern kommunikation – det skal bestemme formen. Definér målgruppen og kommuniker derefter.
- Synlighed – invitere gæster.
- Spørge dem man møder.
- Fortælle 3 ting om soroptimister og hvorfor jeg er det.
- Alder ingen hindring.
- Arrangere fx brunch eller aftenmøde og invitere potentielle mødedeltagere, nye medlemmer.
- Hvervemøder – fortælle om OS.
- Når vi møder potentielle, så fortæl og vis, at du brænder for det.
- Aktiviteter, hvor der deltager folk udefra, pjecer og PR.
- Synlighed
- Reklamere mere, fortælle om de resultater vi opnår.
- Finde et emne hjælpe og følge til dørs – fx en kvinde der mangler hjælp.
- Hver enkelt medlem i klubben kommer med 2 potentielle medlemmer, gerne yngre, 2 gange årligt.
- En gang årligt arrangere kvindebrunch til lokale kvinder med fortælling om Soroptimisterne. Annoncere på facebook.
- Invitere lidt bredere og mere åbent til vores medlemsmøder.
- Informationsmøde – invitere på facebook.
- Arrangement om Vold mod kvinder eller andet og annoncere i lokalavisen.
- Invitere fra sin bekendtskabskreds til nyt projekt.
- Facebook opslag med et åbent spørgsmål, som klikker videre til en invitation eller provokerende sætning.
- Ungdomsnetværk på uddannelsesinstitutioner.
- Foldere på offentlige steder fx biblioteker, uddannelsessteder.
- Hvad er det interessante ved "vores klub"? Vær synlig i lokalpressen med månedlige indlæg.
- Hvad vil vi kommunikere – hvad er værdier og form? Selvværd til tilflyttere fx på sprogskoler.
- Opstille meget enkle mål og kommunikere dem.

- Spejdere – adgang gennem deres netværk.
- Børnehavestyrelser.
- Arrangementer hvor vi inviterer gæster.
- +45 er den mest realistiske målgruppe.
- Spotte de unge aktive i samfundet omkring klubben.
- Skrive til kvindelige byrådsmedlemmer.
- Invitere til informationsmøder om organisationen med oplæg.
- Åbenhed og vedkommende emner til klubmøder.
- Nye skal hurtigt i gang med aktiviteter og projekter i klubben.
- Acceptere at man som medlem kun er med for en periode.
- Enkel tilgang til deltagelse.
- Aktiviteter og arbejdsgrupper.
- Forskellig artede aktiviteter.
- Små opgaver som giver umiddelbar succes og anerkendelse.
- Tage kontakt til en stor fælles kvindeklub i nærområdet.
- Gå efter de nye arbejdende udlændinge (som tit er veluddannede) fra store firmaer.
- Invitere kvinder gennem avisen.
- Hvert klubmedlem skal foreslå to nye medlemmer.
- Samtalecafé for kvinder om brainstorming om lokale projekter for kvinder.
- Offentligt møde med fokus på kvindeemne fx ligestilling/sundhed. Samtidig orientere om SI Danmark.
- Kom og hør om hvad de lokale soroptimister laver.
- Bliv kernegiver og kom og deltag i et klubmøde, når du har lyst. Passivt medlemskab eller projektorienteret medlemskab.
- Invitere gæster med: Dyrk tilfældighederne hvor end du måtte være i alle sammenhænge. Spred selv" at du er soroptimist, Nye borgere der kommer til egnen. Plukke fra andre netværk man er i.
- Være mere synlige.
- Den lille folder – kan motivere nye.
- Alle "skal" komme med gæst/forslag til et medlem.
- Invitere til møde med middag og information.
- Finde dem blandt ansatte som man møder fx på virksomhedsbesøg eller andre steder.
- Finde nyttilkomne.
- Finde kvinder i andre erhverv end dem, der er i klubben.
- Gode møder med god struktur og god mødeledelse.
- Gode klare projekter med afslutning og evaluering.
- Der skal være synlige mål for projekter og for foreningen.
- Skift fokus på projekter, så vi får forskelligheder og følger tidens trend.
- Ovennævnte skal synliggøres for at tiltrække nye medlemmer.
- Kontakt til lokale medier/lokalaviser er en god idé. Vælg gerne en presseansvarlig i klubben.
- Samarbejde med andre – fx biblioteker og kulturhuse om offentlige foredrag og events.

- Invitere gæster til klubmøder. Gæsterne bliver måske ikke medlemmer her og nu, men vi bliver kendt og måske husket senere.
- Spørg unge i egen familie/venner. Hvad er det for et behov vi kan dække?
- Spørg unge voksne på +20 på de lange ungdomsuddannelser, hvad de kunne tænke sig af fællesskaber for handling efter deres uddannelse.
- Forsøge at skabe netværk for unge kvinder omkring et projekt – uden at de behøver at være medlemmer. Konkret – målbart – tidsbegrænset projekt.
- Knyt evt. til ved eksisterende mødregrupper og brug deres netværk som basis.