



LEITFADEN FÜR DISTRIKTBEAUFTRAGTE FÜR PUBLIC RELATIONS

Dieser Leitfaden für Distriktbeauftragte für Public Relations ist für den Gebrauch mit dem Dokument "Leitfaden für Clubbeauftragte für Public Relations" (PR-710) bestimmt. Beide Veröffentlichungen können über das Register "Ressourcen" der Lions-Website bei www.lionsclubs.org heruntergeladen werden.

Ihre Rolle

Als Distriktbeauftragter für Public Relations haben Sie fünf Hauptziele, die es Ihnen ermöglichen werden, das Image und die Bekanntheit der Lions in Ihrem Bereich und der internationalen Organisation zu verbessern:

- **Schulung** der Clubbeauftragten für Public Relations in ihrer Rolle und Verwendung von Public Relations (PR)-Tools
- **Koordinierung** von Distrikt-medienbeziehungen und Fungieren als Redner
- **Förderung** von offiziellen Besuchen des Distrikt-Governors bei Clubs sowie von Besuchen der internationalen Beamten und Direktoren
- **Verwalten** der Distriktveröffentlichungen und Website
- **Fördern** des positiven Image und Stolzes unter der Mitgliedschaft



Ihre Verantwortungen

Schulung

Veranstalten Sie zu Beginn Ihrer Amtszeit ein PR-Seminar, um die Clubbeauftragten zur Entwicklung eines PR-Plans, Veranstaltungskalenders und eines Zeitplans für deren Publizierung zu motivieren. Betonen Sie die Wichtigkeit aller Lions-Aktivitäten. (Siehe den Abschnitt zur "Organisation eines Public Relations-Seminars.")

Koordinierung

Bestimmen Sie zu Beginn Ihrer Amtszeit, z.B. beim PR-Seminar, was im Laufe des Jahres die beste Art der Kommunikation mit den Clubbeauftragten wäre. Sammeln Sie Post-, E-Mail-Adressen sowie Telefon- und Faxnummern ein. Durch Organisieren dieser Informationen können Sie den Versand von Unterlagen über Distriktprogramme sowie PR-Tips beschleunigen und somit das ganze Jahr lang eine offene Kommunikation mit den Clubbeauftragten ermöglichen.

Bereiten Sie Pressemitteilungen vor und regen Sie die Medien an, über distriktweite Anlässe, u.a. den Distriktkongress, zu berichten. Senden Sie ein Faktenblatt und eine Beispielmittteilung an die Clubbeauftragten und regen Sie sie an, die Informationen an örtliche Veröffentlichungen zu verteilen.

Fungieren Sie bei Distriktprojekten und Programmen als Redner und werben Sie bei den Medien für diese. Oder teilen Sie Schlüsselpersonen, wie den Distrikt-Governor oder einen Ausschussvorsitzenden dafür ein, über Projekte und Aktivitäten zu sprechen.

Verfolgen Sie die Berichterstattung über Distriktanlässe mit, indem Sie eine Datei oder ein Album mit Zeitungsausschnitten führen. Teilen Sie die Ergebnisse den Club- und Distriktmitgliedern mit und betonen Sie dabei die Wichtigkeit von Public Relations. Erwägen Sie das Führen eines Stands für die Darstellung positiver Medienberichte und –Informationen über Distriktanlässe und/oder Gesamtdistriktkongresse. Das stetige Informieren der Mitglieder schafft Stolz in die Mitgliedschaft.

Abschließende Seminarvorbereitungen

Nach Bestimmen des Programminhalts, der Redner und des Veranstaltungsorts sind noch einige weitere Details zu beachten:

- Tagesordnung – Bereiten Sie eine Tagesordnung mit den Anlässen, Uhrzeiten, Veranstaltungsorten, Rednern und Themen vor (siehe obiges Beispiel). Verteilen Sie diese Tagesordnung im Voraus an alle Redner.
- Einladungen – Senden Sie mindestens drei Wochen im Voraus eine Einladung an die Liste der Clubbeauftragten für Public Relations. Geben Sie auf jeden Fall die Seminar-Uhrzeit, den Veranstaltungsort und die Anweisungen bezüglich der mitzubringenden Unterlagen an (Notizblöcke, Leitfaden für den Distriktbeauftragten für Public Relations (PR-710) usw.). Legen Sie eine Kopie der Tagesordnung bei. Bitten Sie jeden Teilnehmer, Sie entweder telefonisch oder per E-Mail über seine bevorstehende Teilnahme zu unterrichten. Fragen Sie die Woche vor dem Seminar noch bei denjenigen nach, von denen Sie noch nicht gehört haben. Erinnern Sie die Teilnehmer ggf. mit einem Telefongespräch oder einer E-Mail noch einmal an das Datum und die Uhrzeit des Seminars.
- Materialien – Halten Sie Kugelschreiber und Papier für das Notieren von Informationen bereit. Falls Ihr Redner Ihnen Handouts bereitgestellt hat, fertigen Sie Kopien zum Verteilen an. Geben Sie diese u.U. alle in einen Ordner oder eine Hefmappe, damit sie einfach eingesehen und verteilt werden können. Eventuell empfiehlt es sich, Beispiel-Herausgaben, öffentliche Serviceankündigungen usw., die sich hinten im Leitfaden PR-710 befinden, beizulegen. Halten Sie extra Exemplare vom Leitfaden für Clubbeauftragte für Public Relations (PR-710) bereit und/oder verweisen Sie die Teilnehmer auf den Abschnitt "Ressourcen" der Lions-Website bei www.lionsclubs.org, wo sie sich eine Kopie herunterladen können.
- Namensschilder – Legen Sie bei der Registrierung selbstklebende Namensschilder für die Teilnehmer bereit, auf die sie ihren Namen und Clubnamen schreiben können.
- Vorbereitung der Rede – Üben Sie Ihre Präsentation, so dass Ihnen Material und Ablauf vertraut sind und sie nicht von ihren Notizen ablesen müssen.

Tag des Seminars

Treffen Sie früh ein, damit Sie den Seminarraum überprüfen können. Sehen Sie nach, ob Folgendes erledigt wurde:

- Die entsprechende Anzahl von Tischen und Stühlen wurde in der von Ihnen gewünschten Konfiguration aufgestellt.
- Legen Sie die Materialien auf dem Registrierungstisch aus.
- Treffen Sie sich mit dem Audio/Video-Techniker der Einrichtung um alle Geräte zu testen und sicherzustellen, dass alles richtig funktioniert und sie es anschließend den Rednern demonstrieren können. Sagen Sie ein beliebiges Video an, so dass es abspielbereit ist. Wissen Sie im Falle eines Problems, wer kontaktiert werden muss und wie.
- Vergewissern Sie sich, dass die Zimmertemperatur richtig eingestellt ist.
- Prüfen Sie nach, ob Trinkwasser und Gläser bereit stehen.

Seminar-Beurteilung/anschließende Nachfragen

Stellen Sie ein Beurteilungsformular für die Teilnehmer bereit, das gegen Ende des Seminars auszufüllen ist. Planen Sie genügend Zeit für das Ausfüllen des Formulars ein. Der Feedback erlaubt die künftige Planung und das Eingehen auf Bereiche, die Sie als Distriktbeauftragter für Public Relations in ihrer Korrespondenz mit den Clubbeauftragten im Laufe des Jahres eventuell ansprechen sollten.

Bitten Sie die Clubbeauftragten auch ihre Namen, Telefon-, Faxnummern und E-Mail-Adressen anzugeben, um den Erhalt künftiger Korrespondenz über die jeweils bevorzugte Kontaktmethode sicherzustellen. Planen Sie das Aussenden einer Mitteilung mindestens einmal pro Quartal und ggf. sind auch häufigere Updates und Memos erforderlich. Nutzen Sie andere Distrikt-Ressourcen (Website, Mitteilungsblatt, Distriktkongress), um Mitglieder zu erreichen.

Senden Sie den Rednern ein Dankeschreiben, in dem Sie sich für ihre Zeit, Vorbereitungsarbeit und ihren Beitrag zum Seminarerfolg bedanken.



Förderung

Fördern Sie offizielle Besuche der Amtsträger der Vereinigung in Ihrem Distrikt. Ihr Distrikt-Governor ist der ranghöchste Vertreter der internationalen Vereinigung, den die meisten Lions je kennenlernen werden. Bei Distrikt-Governor-Besuchen stellen Sie jedem Club vor der Ankunft des Governors Pressemitteilungen sowie ein Foto des Governors zur Verfügung. Koordinieren Sie mit dem Clubbeauftragten für Public Relations jegliche Bemühungen um die Herausgabe örtlicher Zeitungen mit diesen Themen, um dadurch den Besuch des Governors zu fördern und das Image des Clubs in der Gemeinde zu stärken.

Verwenden Sie die vom internationalen Hauptsitz an den Distrikt-Governor gesandten Materialien zur Förderung der Besuche der internationalen Amtsträger und Direktoren. Biografische Informationen, ein Foto, die Fahne und Nationalhymne des Besucherlandes (falls anders als das Ihrige) sowie das offizielle Protokoll der Vereinigung werden an den Distrikt-Governor gesandt, wenn Besuche über die Abteilung für Reise- und Verwaltungsdienste im internationalen Hauptsitz geplant werden. Die Biografie und das Foto können auch direkt über die Lions-Website bei www.lionsclubs.org unter "Internationale Führungskräfte" abgerufen werden. Setzen Sie bei den lokalen Medien und Clubmitgliedern das entsprechende Material ein, um für den Besuch der Führungskraft zu werben. Stellen Sie örtliche Mitglieder und Programme in den Medienmitteln ins Rampenlicht, binden Sie dabei jedoch auch internationale Programme und Mitglieder ein, um das Verständnis der Lions-Tätigkeiten nicht nur auf örtlicher, sondern auch auf weltweiter Ebene zu erhöhen.

Übersee

Als Distriktbeauftragter für Public Relations sind Sie für das Schreiben, Editieren und Herausgeben aller Distrikt-Mitteilungsblätter verantwortlich. Eventuell zieht es der Governor vor, sein eigenes Mitteilungsblatt zu schreiben und bittet die Vorsitzenden das Gleiche zu tun. In diesem Fall sollten Sie anbieten, die Veröffentlichungen auf Rechtschreib- und Grammatikfehler Korrektur zu lesen, die inhaltliche Klarheit zu überprüfen und sicherstellen, dass das Design attraktiv und lesbar ist.

Gleichermaßen sind Sie eventuell dafür verantwortlich, die Distrikt-Website instand zu halten. Falls nicht, fragen Sie bei der jeweils zuständigen Partei nach und prüfen Sie das Material auf seine Genauigkeit. Nutzen Sie dieses wertvolle Hilfsmittel zur Kommunikation von Distriktneuigkeiten und führen Sie es in Ihrem Medienmaterial als weitere Informationsquelle an. Es ist wichtig, die Site instand zu halten und regelmäßig zu aktualisieren, damit die Informationen dem aktuellsten Stand entsprechen, vor allem wenn die Web-Adresse an die Medien weitergegeben wird. Das Anführen Ihrer Distrikt-Website im LionNet macht die Site noch weiter bekannt. (Weitere Informationen erfahren Sie unter www.lionnet.com.)

Eventuell werden Sie auch gebeten, Distrikt-Werbematerial wie Plakate, Flugblätter oder Pressemitteilungen zu erstellen und Korrektur zu lesen.

Fördern

Tauschen Sie Erfolgsgeschichten aus, indem Sie Medienclips verteilen, ein Album mit Zeitungsausschnitten führen oder visuelle Darstellungshilfen für Distrikt- und Gesamtdistrikt-Kongresse entwickeln. Das stetige Informieren der Führungskräfte und Mitglieder stärkt den Erfolg und schafft Stolz in die Mitgliedschaft. Jeder sieht seinen/ihren Namen, Clubnamen und Informationen über Aktivitäten usw. gerne gedruckt bzw. hört darüber auch gerne im Radio oder Fernsehen.

Regen Sie Ihre Mitglieder auch an Folgendes zu praktizieren, obwohl es oft als selbstverständlich angesehen wird:

- Strahlen Sie eine positive Einstellung aus
- Tragen Sie die Lions-Anstecknadel
- Stellen Sie sicher, dass Lions-Schilder in der Gemeinde in gutem Zustand sind und in Stand gehalten werden.





Organisieren eines PR-Seminars

Der erste Schritt beim Entwickeln eines umfassenden PR-Seminars besteht darin, Ihre Clubbeauftragten gut zu informieren und auf das bevorstehende Jahr vorzubereiten. Sie können ihnen Zuvertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten einflößen, indem Sie die geeigneten Hilfsmittel und Ressourcen einsetzen. Das Seminar dient auch als Gelegenheit, spezifische und zeitgerechte Informationen zu Entwicklungen lokaler Projekte und Aktivitäten zu kommunizieren.

Erste Schritte

Kontaktieren Sie Ihren Distrikt-Governor um zu sehen, ob es eine regelmäßige Uhrzeit und einen bestimmten Ort für die Schulung der Amtsträger und Vorsitzenden gibt bzw. um die geeignete Uhrzeit und das Budget zu bestimmen. Falls es gegen Anfang des Lions-Amtjahres eine Distriktkonferenz oder einen Kongress gibt, ist dies eventuell ein guter Zeitpunkt um die PR-Schulung zu veranstalten. Falls eine Koordination mit der Uhrzeit eines bestehenden Anlasses erforderlich ist, wenden Sie sich an die zuständige Partei und holen Sie sich Genehmigung, die Schulung in das Seminar aufzunehmen, einen Raum dafür einzuteilen und die entsprechenden Geräte benutzen zu dürfen.

Beim Anfordern von Seminarraum sollten Sie an Folgendes denken:

- Die Länge des Seminars (Gesamtlänge hängt vom Inhalt ab, im Schnitt ca. 1-1/2 – 4 Stunden)
- Erwartete Teilnehmerzahl
- Ein Podium und Haupttisch für Redner
- Aufstellen von Tischen/Stühlen, eine geeignete Schreibfläche für das Notieren von Informationen
- Deutliches Hören und Sehen der Redner und des Bildschirms für Video- oder Diaprojektionen von allen Sitzplätzen aus
- Standort des Empfangstisches für die Registrierung, Namensschilder und Seminarunterlagen
- Erhältlichkeit von Trinkwasser für die Redner und Zuhörer.

Bestimmung des Seminarinhalts

Sobald eine Uhrzeit und ein Ort gewählt sind, legen Sie den Inhalt des Seminars fest. Als Distriktbeauftragter für Public Relations sollten Sie die Moderation des Seminars sowie die Behandlung des jeweiligen Materials planen. Eröffnen Sie das Seminar ggf. mit einer aufrüttelnden bzw. die Aufmerksamkeit weckenden Aussage, Tatsache oder Geschichte (halten Sie das Ganze auf einem relevanten und für die Zuhörerschaft geeigneten Niveau). Dies ist ein gutes Verfahren, die Aufmerksamkeit der Zuhörerschaft zu wecken und sie in das von Ihnen Vorgetragene einzubeziehen.

Ein Beispiel einer die Aufmerksamkeit der Zuhörerschaft weckenden Aussage wäre z.B.:

Täglich streifen eintausend Lions durch die Straßen von Milwaukee!

Stellen Sie sich vor, sie haben alle einen großen Tatendrang, einen Tatendrang Serviceleistungen zu erbringen. Die Mitgliederanzahl in unserem Distrikt beträgt eintausend und wenn jeder von uns seinem Nächsten täglich von unserer Organisation berichten würde, könnten wir in den Mitgliedern unserer Gemeinde 356.000 positive Eindrücke über die Lions wecken.

Auswahl der Redner

Hier einige Vorschläge, die Ihnen als Starthilfe beim Aussuchen der als Redner geeigneten Personen und der zu behandelnden Themen dienen sollen. Erwägen Sie folgende Personen einzuladen:

- den Distrikt-Governor oder den Distriktbeauftragten, um Informationen über die Hauptprogramme des Distrikts auszutauschen. Es ist wichtig, dass die Clubbeauftragten verstehen, wie sich diese Programme auf lokale Initiativen beziehen, so dass sie diese in ihrer eigenen Ortsumgebung fördern können.
- einen Redakteur oder Reporter einer lokalen Zeitung. Täglich bzw. wöchentlich herausgegebene Zeitungen haben unterschiedliche Anforderungen, eventuell sollten Sie also Vertreter beider Kategorien einladen. Bitten Sie sie den Vorsitzenden mitzuteilen, wie sie relevante Informationen bereitstellen können, was überhaupt „relevant“ für die Zuhörerschaft ist und in welchem Format es am besten dargeboten werden sollte. Welche Arten von Geschichten und Fotos sind für diese Veröffentlichungen von Interesse? Erkundigen Sie sich, ob Sie einen bei der Zeitung angestellten Fotografen mitbringen können, um Tipps darüber auszutauschen wie ein Anlass/Projekt fotografiert werden kann, damit es visuelles Interesse weckt.

- einen Rundfunkvertreter (Radio- und Fernsehformate unterscheiden sich), der erläutern kann, wann das jeweilige Format für Ihre Nachricht angebracht ist und welcher Unterschied zwischen einer Nachrichten- und einer öffentlichen Ankündigung besteht. Unter anderem auch, wie die Informationen der Station mitgeteilt werden und an wen sie geleitet werden sollen.
- einen PR-Fachmann, der Tipps aus seiner Branche, Beispiel-PR-Tools und Fallstudien erfolgreicher PR-Programme mitteilen kann.
- einen Clubbeauftragter für Public Relations, der eine lokale PR-Kampagne erfolgreich implementiert hat und nach Tipps und wichtigen Erkenntnissen gefragt werden kann.
- Vertreter aus der Marketing-Kommunikation, dem Grafikdesign und der Druckbranche, die Informationen über das Design und die Produktion eines Mitteilungsblatts, eines Flugblatts, einer Website und anderer Werbemittel bereitstellen können.

Hinweis: Hören Sie sich um, ob es Fachleute aus den oben genannten Branchen gibt, die Lions-Mitglieder sind. Sprechen Sie sie darauf an, als Redner zu fungieren. Eventuell können sie Ihnen auch dabei helfen, andere in dieser Branche und Mitglieder der jeweiligen Medien zu kontaktieren. Kontaktieren Sie auch Berufsverbände für Redner (z.B. die Public Relations Society of America – PRSA).

Wenn Sie Ihre Redner einmal fest verpflichtet haben, ist es wichtig, ihnen die Seminar-Uhrzeit, die Tagesordnung und die Liste der anderen Darbieter mitzuteilen. Stellen Sie sicher, dass alle Darbieter sich der ihnen zugewiesenen Uhrzeit der Rede und des allgemeinen Formats genau bewusst sind (soll Zeit für Fragen und Antworten im Anschluss an die Rede eingebaut werden). Bitten Sie die Redner ggf. Beispiele anzugeben und die Anzahl der Besucher mitzuteilen, damit die richtige Anzahl von Handouts mitgebracht werden kann. Oder bitten Sie sie, Ihnen die Handouts bereits im Voraus zu geben, falls Sie sämtliches Material vervielfältigen und in ein Besucherpaket integrieren möchten. Bestätigen Sie den audiovisuellen Bedarf der Redner im Voraus, damit das Zimmer entsprechend ausgestattet ist.

Organisieren des Programms

Die von Ihnen eingeladenen Redner sowie der festgelegte Inhalt ist für die Zuhörerschaft relevant und bestimmt auch das Programm. Auf die Wichtigkeit von Public Relations, relevante Tipps und PR-Mittel muss unbedingt eingegangen werden. Sie sollten es sich zum Ziel setzen, die Zuhörerschaft zu motivieren und Ihnen für das Verfolgen eigener PR-Pläne das notwendige Selbstvertrauen einflößen.

Es folgt eine Beispiel-Tagesordnung:

Public Relations-Seminar

Samstag, den 4. September
9:00 – 11:30 Uhr



- **Willkommen/Einleitung** (ca. 5 Minuten)
 - Eröffnen Sie das Seminar ggf. mit einer aufrüttelnden bzw. die Aufmerksamkeit weckenden Aussage, Tatsache oder Geschichte
 - Geben Sie einen Umriss der behandelten Themen
 - Erläutern Sie Ihre Rolle als Distriktbeauftragter für Public Relations
 - Stellen Sie die Redner, wenn sie alle gleichzeitig eintreffen, zu Beginn des Seminars vor. Andernfalls nur den ersten Redner und die anderen dann jeweils vor ihrer Rede.
- **Distrikt-Governor** (ca. 5-8 Minuten)
- **Wichtigkeit von PR** (ca. 5 Minuten)
- **Medien**
(ca. 15-20 Minuten Redezeit für jeden Fachmann)
- **Fragen und Antworten** (ca. 15-20 Minuten)
- **Pause** (ca. 15 Minuten)
- **Werbematerialien** (ca. 15 Minuten)
- **Regelmäßiges Informieren Ihres Clubs**
(ca. 5 Minuten)
- **Begleitmaterialien** (ca. 3-5 Minuten)
- **Gruppendiskussion** (ca. 15-20 Minuten)
- **Fazit** (ca. 5 Minuten)
 - Fassen Sie die Hauptpunkte des Tages zusammen
 - Geben Sie Kontaktinformationen an
 - Schließen Sie mit dem Erwähnen der Hauptaktion ab, die die Besucher ergreifen soll.

Dezember

Beispiel-PR-Kalender

Sonntag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag
	1 Planen eines Programms zur Ehrung der örtlichen Friedensplakat-Gewinner	2	3	4	5 Internationaler Leo-Tag	6
7	8 Letzter Termin für das Distrikt-Mitteilungsblatt, Ausgabe Januar: Monat der Förderung der Glaukom-Aufklärung, LCIF-Woche und Geburtstag von Melvin Jones	9 Aktualisieren des Kalenders der Distrikt-Website mit den Daten der Veranstaltungen des nächsten Jahres	10	11	12	13
14	15 Letzter Termin für das Einsenden des Gesamtdistrikt-Friedensplakat-Teilnahmeformulars im internationalen Hauptsitz – das Formular vor dem Einreichen zu PR-Zwecken fotografieren	16	17	18 Einreichen der Pressemitteilung über die Friedensplakatgewinner bei den örtlichen Zeitungen des Distrikts und bei den Lions-Clubs zum Zwecke der Veröffentlichung	19	20
21	22 Vorbereitung auf die LCIF-Woche im Januar	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Für die Werbung empfohlene Daten

Prüfen Sie nach, ob diese oder andere Anlässe in Ihrer Gegend gefeiert werden. Die tatsächlichen Daten ändern sich von Jahr zu Jahr. Unter dem Register "Veranstaltungskalender" auf der Lions-Website bei www.lionsclubs.org finden Sie jährliche Updates und Hinzufügungen zum Kalender. Nehmen Sie außerdem örtliche und Distriktveranstaltungen in Ihren Kalender auf.

Juni/Juli

Internationaler Kongress von Lions Clubs
Wahl und Einführung der neuen Amtsträger
1. Juni Helen Keller-Tag
5. Juni Weltumweltag
Woche der Aufklärung über Taub- und Blindheit (letzte Juniwoche)

August/September

Planen Sie Aktivitäten für den weltweiten Tag der Sehkraft von Lions im Oktober
Woche der Aufklärung über Taubheit (letzte Septemberwoche)

Oktober

Leo Membership Growth-Monat
Monat der internationalen Beziehungen
Weltweiter Tag der Sehkraft von Lions (zweiter Donnerstag)
1. Oktober: Letzter Termin für den Kauf des Friedensplakatwettbewerb-Kits von der Abteilung für Clubbedarf im internationalen Lions-Hauptsitz
15. Oktober: White Cane Safety-Tag (USA)
16. Oktober: Weltweiter Tag der Ernährung
24. Oktober: Tag der Vereinten Nationen
31. Oktober: Sight Night (USA & Kanada)

November

Monat der jährlich beitragenden LCIF-Mitglieder
Monat der Diabetesaufklärung (USA)
15. November: Letzter Termin, an dem Clubs das beste Friedensplakat an den Distrikt-Governor senden können (pro Wettbewerb gesponsert; es gilt das Datum des Poststempels)

Dezember

1. Dezember: Weltweiter AIDS-Tag
1. Dezember: Letzter Termin, an dem ein Distrikt-Governor das beste Friedensplakat an den Ratsvorsitzenden des Gesamtdistrikts senden kann (es gilt das Datum des Poststempels)
1. Dezember: Letzter Termin, an dem ein nicht zu einem Gesamtdistrikt gehörender Distrikt-Governor bzw. ein nicht zu einem Distrikt gehörender Club das beste Friedensplakat an die Public Relations-Abteilung im internationalen Hauptsitz senden kann (es gilt das Datum des Poststempels)

5. Dezember: Internationaler Leo-Tag

15. Dezember: Letzter Termin, an dem der Gesamtdistrikt das beste Friedensplakat an die Public Relations-Abteilung im internationalen Hauptsitz senden kann (es gilt das Datum des Poststempels)

Januar

Monat der Glaukomaufklärung (USA)
LCIF-Woche (Woche des 13. Januars)
13. Januar: Geburtstag von Melvin Jones
24. Januar: Weltfriedenstag

Februar

Monat zur Ehrung ehemaliger Distrikt-Governors
1. Februar: Die Gewinner des Friedensplakatwettbewerbs werden spätestens an diesem Tag benachrichtigt.

März

Monat der Distrikt-Governors
Monat der Sehkrafterhaltung (USA)
Monat der Aufklärung zu Augenspenden (USA)
22. März: Lions-Tag mit den Vereinten Nationen

April

Monat der Anerkennung von Leo-Clubs
Monat der Aufklärung über Organ- und Gewebespenden (USA)
7. April: Weltgesundheitstag
16.-18. April: Nationale Jugendservice-Tage/Weltweite Jugendservice-Tage
17. April: Weltweiter Tag der Einführung neuer Mitglieder

Mai

Lions Recycle for Sight-Monat
Lions-Monat der Familie
Monat der Hör- und Sehkraftverbesserung (USA)
1. Mai: Einsendeschluss für Beiträge zu den internationalen Wettbewerben in den Kategorien Freundschaftsbanner, Newsletter, Fotos, PR-Ideen, Austauschpins und Website im internationalen Hauptsitz
4. Mai: Tag der Aufklärung über Kleinkinder-Hörvermögen (USA)
16.-22. Mai: White Cane-Woche (USA)