



LCI FORWARD

**Strategischer Plan:
2015-16 bis 2019-20**

Scott Drumheller – Executive
Administrator

Kevin Cherep – Chief of Global
Development

Strategische Ziele 2016-2020

Primäres Ziel:

- Ab 2012 pro Jahr Unterstützung von 200 Millionen Menschen
- durch ein optimiertes Hilfsprogramm

Zentrale Aufgaben:

- Optimierung und Fokussierung unserer Hilfsleistungen
- Imagebildung und präsentere Aussendarstellung
- Qualitätsmanagement auf Club-, Distrikt- und Dachorganisationsebene
- Mitgliederpflege und -akquise



Vier Bereiche im Fokus – Strategy ‘Wheel’



Strategie Initiativen

Vier Hauptstrategien sind Inhalt von LCI Forward

- **Innovative Engagementfelder** – vorgestellt auf der 2017 Centennial Convention
- Einführung “**strategischer Marketingplan**”
- **Qualitätsinitiative** stärkt Clubs und Distrikte
- Lions teilen Erfahrungen und erhöhen die Bekanntheit durch “**weltweite Vernetzung**”



Status: Wo stehen wir?

2015/16

2016/17

2017/18 and beyond



- Externe Trentanalyse
- Bewertung von Stärken und Schwächen
- Formulierung der Bereiche im Fokus
- Entwurf mutiger Ziele
- Ziele bestätigen
- Entwicklung von Aktionsplan
- Feedback auf Fora
- Genehmigung im Juni

- Entwurf des Strategieplans
- Entwicklung von Programmen

- Start



**4 focus areas.
A deeper dive!**



Imagebildung und präserter Außendarstellung

- **Strategischer Marketing Plan**
 - kulturell relevante Themen
 - Zielgruppen orientiert
 - traditionelle und digitale Kampagnen
- **Digitale Integration**
 - LION Magazin
 - App Entwicklung
 - Social Media
- **Marketing Analysen**
 - Marktforschung
 - Verbesserte Daten

**Imagewandel
und
präsertere
Außendarstel-
lung**

**Was ist die beste und
kreativste Idee Lions
bekannter zu
machen?**



Qualitätsmanagement

Qualitätsprogramme

- Club Excellence
 - Der Club und sein eigener Weg
 - Plan für einen stärkeren Club
 - Club Qualitäts-Programm
- Distrikt Excellence
 - Fokussiert auf Hilfsleistungen
 - Leadership Entwicklung
 - Teamwork
 - Unterstützung

**Exzellenz auf
Club-, Distrikt-
und
Organisations-
ebene**

**Wie können wir noch
mehr erreichen und die
besten Serviceclubs
der Welt werden?**



Mitgliederpflege und Akquise

Verbesserung des Wertes der Mitgliedschaft

- Steigerung der Erfahrung
- Bekanntmachung des Wertes der Mitgliedschaft um mehr Menschen anzusprechen

Ansprache neuer Zielgruppen

- Jugend, Frauen, Entwicklungsländer, Clubs mit besonderen Mitgliedern
- Pilot Programm um “Episodic” Volunteers zu werben

**Mitglieder-
pflege und
Akquise**

**Was brauchen
unsere jetzigen und
zukünftigen Lions am
meisten?**



Optimierung und Fokussierung unserer Hilfsleistungen

- **Service Assessment Projekt** Teilnahme von 50.000+ Lions weltweit.
- **Diabetes** ausgewählt als Hauptprojekt für die kommenden 5-10 Jahre.
- **Weiterer Service Rahmen** unterstreicht Verpflichtung zu Augenlicht, Hunger, Umweltschutz und Krebs.
- **Kinder und Jugendliche** im Fokus aller Bereiche der Lions Service Aktivitäten.
- Ziel: 200 Million Menschen im Jahr helfen.

Optimierung und Fokussierung der Hilfe

Wie sollen sich unsere Service Aktivitäten entwickeln?

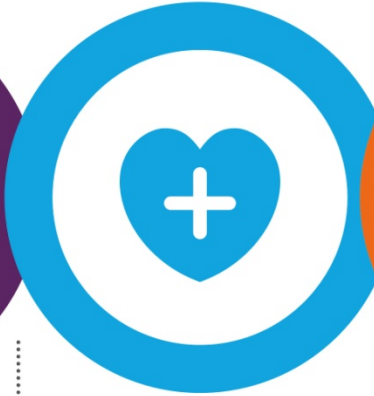


Fünf Hauptbereiche für Serviceleistungen



SEHKRAFT

Wir engagieren uns auch weiterhin für die Erhaltung der Sehkraft und unterstützen blinde und sehbehinderte Menschen.



DIABETES

Wir leisten einen Beitrag zur Prävention und Behandlung dieser Volkskrankheit und sind auch für die Betroffenen selbst da.



MANGELERNÄHRUNG

Wir tun alles dafür, um die Armut zu bekämpfen und dafür zu sorgen, dass kein Kind Hunger leiden muss.



KREBS BEI KINDERN

Wir schaffen die Voraussetzungen, dass möglichst viele junge Patienten eine angemessene Behandlung bekommen und leisten darüber hinaus auch persönliche Hilfe.



UMWELTSCHUTZ

Wir setzen uns für ökologische Belange ein – zum Wohl der Menschen und der Natur.

Herzlichen Dank

Helfen Sie:
LCI move forward

