



Vår policy:

I mer än 100 år har Rotarys yrkesnätverk förenat människor som vill använda sitt kunnande för att kunna göra livet för alla i sina samhällen bättre. Medvetenheten om detta i Rotary är hög även idag.

Men kunskapen om vilka vi är, vad vi gör och det värde vi tillför våra samhällen är fortfarande lågt. Det är därför viktigt att vi berättar vår historia på sätt som hjälper människor att förstå vad Rotary gör, hur Rotary fungerar, trots att vi är olika och varför vårt arbete är så viktigt. Utan denna förståelse kan vi inte uppnå vår fulla styrka och föra samman fler människor och förbättra för ännu fler samhällen världen över.

Ingen annan organisation liknar den Rotary har. Genom att använda vår unika röst konsekvent i allt vi gör, kan vi se till att vårt budskap utåt återspeglar vårt gemensamma mål.

Om vi pratar, skriver och framträder gemensamt som om vi hade en röst, kommer det att uppfattas omisskännligt som Rotary. Detta kommer att ge våra medmänniskor en bättre förståelse för vilka vi är och vad vi gör. Tillsammans kan vi visa världen att vi är handlingskraftiga.

Ett varumärke är mycket mer än en logotyp. Rotarys varumärke är mycket större än dess hjul. Sanningen om vårt varumärke är, att det är hur andra uppfattar oss, inte bara hur vi ser på oss själva, som är det viktiga.

När vi talar om varumärket Rotary talar vi om de grundläggande kvaliteter och mål som förenar alla Rotary-klubbar och distrikt. Det är vad vi erbjuder människor som gäller. För dem som samarbetar med oss, eller går med i en klubb, eller deltar i våra program och projekt. Vårt varumärke speglar vår identitet, vår vision och vårt arbete liksom våra värderingar. Den representerar vår unika kultur och vår inställning till att skapa varaktig, positiv förändring.

Människors uppfattning om Rotary kommer från hur de upplever oss i samhället. Också från kontakter med våra klubbar och program, tillsammans med det vi berättar och de bilder och företeelser vi förmedlar.

En mycket konsekvent varumärkeskommunikation - tillsammans med en bra upplevelse - kan stärka vårt varumärke och hjälpa oss att engagera och locka fler medlemmar, sponsorer och partners.

Det är därför det är så otroligt viktigt att vi upplevs som en tillgång i samhället. En tillgång som enad utåt kan åstadkomma det som alla goda viljor inom Rotary faktiskt kan göra.

Faktum kvarstår. Kan man som person inte arbeta enligt ovanstående inom Rotary, bör man nog ompröva sitt engagemang i organisationen.

Vi hoppas och tror dock att alla goda krafter inom Rotary med glädje ställer sitt kunnande och sitt engagemang till förfogande.



Rotary Opens Opportunities

Valspråk

- **Osjälviskt tjänande**
- eller -
- **Omtanke utan baktanke**

4-frågeprovet

Om allt vi tänker, säger och gör ska vi fråga oss:

1. **Är det sant?**
2. **Är det rättvist mot alla det berörs?**
3. **Skapar det samförstånd och bättre kamratskap?**
4. **Är det värdefullt för alla som berörs?**

Som internationell organisation värderar Rotary sin mångfald runtom i världen och i varje klubb. Alla klubbar strävar efter att återspegla mångfalden i sina samhällen genom att inkludera medlemmar med olika yrken, kön, åldrar och etniska tillhörigheter.

Att ha medlemmar med olika bakgrund och synpunkter ger klubben en större förståelse för samhället, dess problem och gör den bättre rustad att hitta lösningar. Precis lika viktigt är det att skapa en kultur av inkluderande där dessa skillnader respekteras, stöds och värdesätts.

Rotary är icke-politisk och icke-religiös och diskriminerar inte mot kön, ras, hudfärg, tro, nationalitet eller sexuell läggning.