

## VELKOMMEN

By Luella Grangaard, International Board Chair



### A TRADITION OF ADAPTATION

**C**hange is going to happen. It's just how life goes. But how can we respect the past while embracing the future? This is an issue common to all organizations. Sons of Norway has such a rich and dynamic history. And if you stop and think about it, our entire journey was built on change to support the future. Eighteen immigrants came to the United States for a better life—one made up of constant change. They created life insurance to protect their families. We eventually expanded the organization to include women, members of all ages, non-Norwegian members and fraternal members not requiring a financial product. So many changes in 130 years.

Let's stop and think about all the impressive ways we have adapted over the last three decades. Technology has greatly affected everything we do. From cell phones to computers—even meetings that are hosted digitally—there are so many ways for us to connect. What would our founding members have thought of where we are today?

We have vibrant lodges with engaging members. And we're seeing gradual changes at this level as well. Positions such as membership secretary or financial secretary can now be covered with the use of technology. Cultural programs can be accessed on our website or on YouTube, and we have programs coming directly from Norway.

Newsletters no longer need to be printed, stamped and mailed, but can be sent via email, posted on Facebook or on the lodge website. Lodges present programs, and we hold district meetings via Zoom. And all lodges look for younger members to harness their talents for new programming ideas using the latest technology.

We don't have to do things the way we always have. Let's cultivate our tradition of adaptation and continue to enhance what we do. We can plan for our future by recruiting younger leaders. Recruitment and succession planning is preparing for change. Our current leaders need to realize that they don't have to keep a lodge together on their own. We can accept help and find the skills in others that we can tap into.

Our organization was built on helping neighbors. Helping others is something that benefits us all. And younger members do like to give back. Your lodge can engage younger members with an event as simple as a donation drive or participating in a fundraising walk. Wear Sons of Norway T-shirts, market your lodge and recruit some new members. Lodge members can take part in the community outreach and enjoy snacks together afterward.

Successful organizations embrace change and adapt for the betterment of all. ▼

---

#### CONNECT WITH US

---



[sonsofnorway.com](https://sonsofnorway.com)



[youtube.com/  
user/sonsofnorwayhq](https://youtube.com/user/sonsofnorwayhq)



[@sonsofnorway](https://@sonsofnorway)



[linkedin.com/  
company/sons-of-norway](https://linkedin.com/company/sons-of-norway)



[sonsofnorway.com/blog](https://sonsofnorway.com/blog)

**To change your mailing address, go to [sonsofnorway.com](https://sonsofnorway.com) to easily update your member profile information.**

## På Norsk

### TILPASNING SOM TRADISJON

Endring er unngåelig – det er en del av livet. Men hvordan respekterer vi fortiden samtidig som vi omfavner fremtiden? Dette er en utfordring alle organisasjoner står overfor. Sons of Norway har en rik og dynamisk tradisjon. Og hvis vi stanser og reflekterer litt, ser vi at hele historien vår har vært drevet av endringer for å støtte fremtiden.

Atten immigranter kom til USA på jakt etter et bedre liv – et liv preget av stadig endring. De etablerte livsforsikring for å beskytte familiene sine. Etter hvert utviklet vi organisasjonen til å inkludere kvinner, medlemmer i alle aldre, ikke-norske medlemmer og andre medlemmer som ikke nødvendigvis hadde behov for finansielle tjenester. Vi har sett mange endringer på 130 år.

La oss se på hvordan vi har tilpasset oss de siste tiårene. Teknologien har hatt stor innvirkning på alt vi gjør. Fra mobiltelefoner og datamaskiner til digitale møter – vi har flere måter enn noensinne for å holde kontakten. Hva ville våre grunnleggere ha tenkt om Sons of Norway i dag?

Vi har aktive losjer med engasjerte medlemmer, og også her skjer det kontinuerlig utvikling. Roller som medlemssekretær eller finanssekretær kan nå håndteres ved hjelp av digitale verktøy. Kulturprogrammer er tilgjengelige på nettsiden vår eller på YouTube, og vi får innhold direkte fra Norge. Nyhetsbrev trenger ikke lenger å trykkes og sendes i posten – de kan formidles via e-post, Facebook eller losjens nettside. Losjene arrangerer programmer og distriktsmøter på Zoom. Alle losjer ser etter yngre medlemmer som kan bruke sine talenter til å utvikle programtilbud ved hjelp av ny teknologi.

Vi trenger ikke å gjøre ting slik vi alltid har gjort. La oss bygge videre på tradisjonen vår for tilpasning og videreutvikling. Fremtiden formes gjennom rekruttering av yngre ledere. Rekruttering og god oppfølgingsplanlegging handler nettopp om å være forberedt på endring. Våre nåværende ledere må innse at de ikke trenger å holde en losje sammen alene. Vi kan ta imot hjelp og ta i bruk ferdighetene til andre.

Sons of Norway ble bygget på å hjelpe naboer. Å gi tilbake styrker både fellesskapet og oss selv. Yngre medlemmer ønsker også å bidra. Losjen kan engasjere yngre medlemmer med enkle tiltak, som en innsamlingsaksjon eller deltakelse i et veldedig gå- eller løpearrangement.

Bruk Sons of Norway-T-skjorter, markedsfør losjen og rekrutter nye medlemmer. Losjemedlemmer kan bidra i lokalsamfunnet og avslutte med hyggelig samvær og enkel servering.

Vellykkede organisasjoner omfavner endring og tilpasser seg til det beste for alle. ▼

**« Hvordan  
respekterer vi  
fortiden samtidig  
som vi omfavner  
fremtiden? »**

# VIKING

SONS OF NORWAY HEADQUARTERS  
1455 W. Lake St. • Minneapolis, MN 55408  
[sonsofnorway.com](http://sonsofnorway.com)  
Questions about your membership?  
Call 612-827-3611 or 800-945-8851  
Email: [cbs@sofn.com](mailto:cbs@sofn.com)

### INTERNATIONAL OFFICERS

LUELLA GRANGAARD..... Chair  
CHRIS HICKS..... Vice Chair  
KATHY DOLLYMORE..... Secretary  
MARY B. ANDERSEN..... Treasurer

### INTERNATIONAL DIRECTORS


CLAUDIA BERG  
MERV ERIKSSON  
CHRISTOPHER JENKINS  
DUANE KITTLESON  
ANDREW MATHISEN  
DENNIS RUSINCO

### HEADQUARTERS STAFF

DANIEL SEYFRIED..... Chief Executive Officer  
[dsefried@sofn.com](mailto:dsefried@sofn.com)  
CONNIE O'BRIEN..... Vice President of Fraternal &  
Foundation Development  
[cobrien@sofn.com](mailto:cobrien@sofn.com)  
MICHELLE SWANSON..... Controllor  
[mswanson@sofn.com](mailto:mswanson@sofn.com)  
JANA VELO..... Fraternal Manager and Viking Content Editor  
[jvelo@sofn.com](mailto:jvelo@sofn.com)  
AMY TUCHENHAGEN..... Director, Sons of Norway Foundation  
[atuchenhagen@sofn.com](mailto:atuchenhagen@sofn.com)  
NICK HENNER..... Webmaster  
[nhenner@sofn.com](mailto:nhenner@sofn.com)  
CHRISTIAN LALAND..... Operations Director, Insurance Services  
[claland@sofn.com](mailto:claland@sofn.com)

### VIKING STAFF

TAMMY GALVIN..... Publisher  
ALESHA TAYLOR..... Group Editor  
[ataylor@greenspring.com](mailto:ataylor@greenspring.com)  
EMMA ENEBAK..... Content Director  
[enebak@greenspring.com](mailto:enebak@greenspring.com)  
JENNIFER PITTERLE..... Managing Editor  
TED ROSSITER..... Creative Director  
NATALIE MESSER..... Art Director  
DEIDRA ANDERSON..... Production Director  
SYDNEY KELL..... Advertising Coordinator  
KRISTIN GANTMAN..... Senior Account Executive  
SALLEE STOWMAN..... Junior Account Executive

 **SONS OF NORWAY** Viking Magazine for the Members of Sons of Norway (USPS 611-600, ISSN 19443366), which reaches the largest Scandinavian-American audience in North America, is published bi-monthly for Sons of Norway, 1455 W. Lake St., Minneapolis, MN 55408. Periodical postage paid at St. Paul, MN, and at additional mailing offices. POSTMASTER: Please send address changes to Viking Magazine for the Members of Sons of Norway, 1455 W. Lake St., Minneapolis, MN 55408. © 2026, Sons of Norway. All rights reserved. Printed in USA. Viking has a circulation of 22,500. Of the annual membership dues, \$6 is allocated to Viking magazine subscription. No part of this publication may be reproduced without permission. Advertising solicitations are accepted at Sons of Norway. Send address-change information, seasonal and permanent, to Sons of Norway Viking Magazine, 1455 W. Lake St., Minneapolis, MN 55408 or to [fraternal@sofn.com](mailto:fraternal@sofn.com).