

Referat, kommunikationsudvalgsmøde 2. maj 2019

Til stede: Peter Skov-Jakobsen, Jens Andersen, Gorm Skat Petersen, Kirsten Jørgensen, Karne Lykkebo, Lars Sardemann, Jane Marie Jensen, Ulla Haahr, Kirsten Weiss Mose, Henrik Dons Christensen, Elsebeth Grummesgaard Gjesing (referent frem til og med pkt 3, inkl. diskussion, Henrik fra pkt. 4 og frem). Desuden medvirker konsulent Henriette Rald

Dagsorden

1. Godkendelse af dagsorden
2. Godkendelse af referat af sidste møde 24/1 (vedhæftet)
3. Ny kommunikationsstrategi (jeg vedhæfter det procesoplæg som I også fik i marts – Henriette Rald deltager i mødet torsdag)
4. Økonomi (vedhæftet ansøgning for (vedhæftet ansøgning vedr. 2020, budget samt ansøgning vedr. overførsel af uforbrugte midler fra 2018 til 2019)
5. Nyt lejemål (se skriv om behov samt muligt lejemål hos Vartov)
6. Næste møde
7. Evt.

Ad.

1. Dagsorden godkendt. Jens lover at sende indkaldelse ud i bedre tid fremover.
2. Referat godkendt. Ulla præsenterer sig selv. Bordrunde, præsentation af medlemmer.
3. Ny strategiproces præsenteres v. Ulla Haahr og Henriette Rald. Powerpoint foreligger.

Diskussion/ input fra medlemmer af udvalget (ved fornavn):

- Henriette: Interessant, at højmesse/ gudstjenester ikke nødvendigvis er kirkens kerneydelse.
- Kirsten J: Det kommer an på, om det betragtes fra modtager-synspunkt eller kirken selv.

Ad. Situationen lige nu

- Lars: Erfaring at børn har stor viden om kristendom og forskellige religioner – virkeligheden på Frederiksberg/ Lindevang kirke. Meget markant. Men forældrene har lille viden.
- Karne: Hvilken type aktiviteter er mest efterspurgt/ velbesøgte?
Ulla henviser til sognestatistik, peger på en række kulturelle aktiviteter, som supplerer de rent kirkelige.
- Jane: arrangementer fylder hos de kommunikationsansatte, men det er ikke det fulde billede.
- Karne: Sælger 'det uden Gud' bedst? I så fald problematisk.
- Kirsten W: Det er ikke indtrykket, fx underbygget af Børn i kirken undersøgelsen, at kirkens brugere er interesserede i kristendom - ikke blot underholdning/ kulturarr.
- Jens ønsker en klarere fakta-underbygning af medlemsdelen. Misvisende, at der er flere medlemmer ved dåb.
- Elsebeth: Den faldende medlemsprocent skyldes primært tilflyttere, som ikke er medlem, og sekundært fravalg af (barne-)dåb.
- Lars: Kirken er i forandring, ikke en stillestående kolos. Det er vigtigt at formidle. Hvordan leder vi besøgende fra hverdagsaktiviteter hen til højmassen og lærer ritualer og liturgi?

Ad. De aktuelle udfordringer:

- Peter: Vigtigt at lære folk, at gå til gudstjeneste. Men det behøver ikke være søndag kl. 10. Det kan være i løbet af ugen i forskellige sammenhænge. Præster bedyrer højmesse som den funkende stjerne, men vi skal have præsterne til at forstå, at der, hvor de møder mange mennesker ved (andre) kirkelige handlinger, der skal lægges noget energi. Foreslår at erstatte 'Højmesse' med 'Gudstjeneste' i forhold til udsagnet 'Højmesse' stadig målestok for folkekirkens succes.
- Karne: Det går rimelig godt i kirken, men i den brede offentlighed og i pressen ligger der en massiv opfattelse af at kirken er ved at dreje nøglen om. Kirkens kommunikationsudfordring ligger her. Det handler ikke om at forstørre, eller fortælle noget pænere, end det er, men det handler om at nivellere billedet. Det kan man ikke kun kommunikere sig ud af, det handler også om præster osv. Men vi måler forkert, og det giver en negativ historie.
- Kirsten J: Kirken kan lære samfundet/ befolkningen noget: Vi har bevaret nogle elementer i vores organisation, som andre steder er blevet erstattet af (alt for meget) måling og kontrol, og som måske i virkeligheden nu efterspørges af mennesker – og dermed virksomheder - der er ved at blive kvalt af begge dele. Vi er sommetider for ydmyge ift, hvordan vi arbejder.
- Karne: Brandingkampagne af folkekirken som arbejdsplads er godt modtaget. Ex. Det danske spejderkorps – da de annoncerede venteliste, væltede det ind med medlemmer. Folk ønsker at være en del af en succes/ noget, der går godt.
- Lars: Vi er nødt til at måle på andre måder end kun antal dåb m.m. Vi skal måle på den udsynlige bundlinje i samfundet.
- Kirsten J: Ingen forskere har undersøgt det, derfor er det svært. (...) Menighedsrådsvalg næste år: Lægge vægt på demokrati og græsrodsdemokrati. Samarbejde med Lorry, Landsforeningen. Det er muligt at anlægge en anden synsvinkel.
- Henriette; MR-valg er en god anledning at tænke ind i kommunikationen.
- Kirsten J: Vedr. 'gøre folkekirken relevant for alle' – hvilken præmis bygger det på?
- Ulla: Internt i kirken taler man om at det går godt. Men for udefrakommende kan kirken ofte fremstå som en lukket klub, hvor det er vanskeligt at tilegne sig koderne.
- Karne: Skal folkekirken være mere relevant for mennesker eller for flere mennesker. Vigtigt at være enig om afsættet. Forstørre engagementet eller gå ud og 'fiske nye kunder'
- Ulla: Lige nu i processen tænker vi mere.
- Henriette: Kommunikationsstrategien er kun noget i kraft af den overordnede forretningsstrategi. Det skal ikke være 'new public management', men hvad er jeres bud på, hva strategien her skal føre ud i livet?
- Karne: Så skal du tilbage til Peters citat (21. februar 2019, se slides) og slette 'lydhør'.
- Lars: stor diversitet mellem sogne.
Jane: Da vi til workshoppen i tirsdags skulle vælge de fem vigtigste målgrupper ud, var det svært.
- Lars: Fundraising-inspiration: Finde dem, vinde dem, binde dem. Elevatortalen til de nytilkomne. Være knivskarpe på, hvad vi vil sige, hvordan vi inviterer, for ellers drejer de om på hælen. Når kontakten er der, skal der substans og indhold på og binde en tættere relation.
- Henriette: Men hvordan griber vi det an, når der er en 'højere sag'. Anderledes opgave.
- Lars: Hvordan skaber vi muligheden for et 'første møde'.
- Karne: Sogne fortolker aktiviteter forskelligt, men jeg vil insistere på: kristendommen skal indgå i københavnernes liv. Det må være forretningsstrategien. Fasthed på mål, frihed til proces, men det er vel kernen og forretningsstrategien.

- Kirsten J: Bakker op om Karnes udsagn. Holder af tanken om at kirken går ud i det virkelige liv – det er ikke bygningen, så pyt med om børnene bliver døbt, eller de kommer til højmesse 8sat på spidsen) Ex. Esben Thuesgaards oplæg og kirke2.0 og 3.0. Det er kristendommen, der har noget at bidrage med. 'Kristendommen skal indgå i Københavnerens liv' (kirken i princippet sekundært.)
- Peter: Ikke for institutionen skyld, men for menneskenes skyld, samfundets skyld. Medlemskab skal nok komme, det har vi tillid til.
- Kirsten J: 86 % af de 'etniske' danske er medlem af folkekirken, fordi de synes den er relevant.
- Karne: Ateistisk selskab har opfordret til at melde sig ud, men uden større succes. Det må betyde, at kirken opfattes som vigtig.
- Henriette: Det her er et afgørende og vigtigt punkt. Kirsten, du siger 'finde, vinde, men ikke binde? Befriende, hvis folkekirken ikke havde som formål at overleve
- Peter: Vi kan ikke vinde på det institutionelle. Det er det enkelte, lidende menneske.
- Lars: Vi skal ikke falde tilbage i den gamle folkekirkelige travet med, at folk nok skal finde os selv. Det sker ikke uden at komme ud af huset.
- Bred enighed rundt om bordet om dette.
- Kirsten J: Vi skal også tale imod den kirkevirkelighed, der tegnes op i Kristeligt Dagblad.

Ad. Rammerne – retning for de frie rammer

- Karne: Grundlæggende refleksion på rammerne: Altid evaluere sine driftsopgaver – svært at afvikle, nemt at fastholde driftsopgaver. Denne proces er en mulighed for at rydde ud i driftsressourcer, bliver de brugt godt nok?

Ad. Målgrupper (brugere og medlemmer som sekundær målgruppe frem for primær?):

- Karne: Det er helt rigtigt. Umuligt at nå alle de sekundære med den nuværende bevilling. Strategi handler om fravalg. Men hvad er konsekvenserne for fravalg af nuværende ydelser/ drift?
- Lars: Vigtigt at de kommunikationsansvarlige bliver klædt godt på til at sprede kommunikation ud i alle geledder. Det er en vigtig gruppe, som drukner lidt i præster. Det må ikke kun være en præstebåret kirke, det er et stort åg at ligge på præsterne, som ikke er uddannede.
- Henriette: Enig i at de kommunikationsansvarlige bør rykkes op i målgruppeprioriteringen.
- Ulla: Fra workshop med de komm.ansvarlige: ønske om at få hjælp til at få italesat deres værdi/ rolle i organisationen.
- Karne: Man bør dele de komm.ansvarlige op og prioritere indsatsen. De skal serviceres på forskelligt niveau, da de har forskellig faglighed og opgaver.
- Henriette: Vigtigt at have øje for mangfoldighed.

Ad. Roller – formidle, forkynde, facilitere. POK i højere grad facilitere?

- Karne: Det giver god mening.
- Henrik: Måske tilføje flere ansatte, fx KK-medarbejdere, som forkynder ude i sognene.

Ad. Retningen (prioritering 2019-2020, opdatering årligt anbefales)

- Henriette: Skal videndeling og kompetenceudvikling være overskrift nu. Og hvad skal skæres væk af driftsopgaver? Anbefaler nyhedsbrev og kvalitetsindhold på kirkenikbh.dk
- Kirsten W: 'Stiftet' bør anføres på denne slide under 'udvikling' – sogne og provstier.
- Henrik: facebook i kursiv. Den kanal er måske ikke relevant. Instagram er måske mere relevant?

- Karne: Hvis man tænker POK som 'backoffice-funktion' og tænker den tanke ud. Så ligger web/nyhedsbrev og facebook i kursiv. Hvis vi ønsker at gå fra at være formidler til facilitator, så skal POK ikke producere indhold.
- Henriette: Fx kalender bør bevares, ud fra et helhedsperspektiv – hvor supplerer POKs produkter helhedsbilledet af siftet.
- Ulla: Optaget af at styrke folkekirken bredt, fx biskoppen som folkekirkens biskop – den mulighed ligger der, fordi han er Københavns biskop.
- Elsebeth: Godt indhold skal måske snarere tænkes til de enkelte sogne.
- Ulla: Der ligger også godt indhold hos folkekirken.dk om 'basisviden' om kirke og tro.
- Kirsten J: Glad for punktet om kommunikationskurser. Præsterne har brug for det. Der mangler kompetencer, værktøjer, selvtillid. Man lægger mærke til, når præster siger noget om aktuelle sager. Meget gerne meget fokus der.
- Kirsten W: Også vigtigt på længere sigt at inddrage flere faggrupper end præster. De kan sige det på en anden måde end 'præstemåden'. Hvis man tænker i ambassadører, er det vigtigt med flere stemmer.
- Karne: Vil man bruge komm. Kroner på et eje noget, skal man passe på. Vi må ikke bruge den samme krone på noget, der findes i forvejen. Fx kurser, hjemmeside m.m. God idé at kortlægge.
- Henrik: Stor bevidsthed på tværs af stifterne.
- Elsebeth: Vi kommer ikke udenom at præsterne er ansigt udadtil. Enig med Lars i, at kommunikationsansatte ligeledes er en vigtig målgruppe.
- Jane: Videndeling har stor værdi.
- Henriette: Vi skal have blik for alle, men vigtigt at prioritere.
- Lars: Organister har kommunikation ud til en masse mennesker ugentligt. Vigtigt at tænke ambassadører bredt.
- Kirsten J: Ja, men at være en del af den offentlige debat er primært præsterne.
- Karne: Det stærkeste kort på hånden, er det personlige møde. Vil anbefale i kompetenceudviklingsplanen, at man deler det op i debattræning/ medier og i en anden kategori 'det personlige møde'.
- Peter: Ligesom kirken ikke er præstebåret, er den heller ikke baseret på de ansatte, men også lægfolk. Det er en tredje pind i denne sammenhæng.
- Ulla: Samle faggrupper, empowerment af faggrupper.
- Henriette: Grib Lars' ønske om at være en del af kommunikationsbilledet. Der er masser af gods der, men det er forskellige grupper.

Ad. Mål – overvejelser: Aktivitetsmål prioriteres højere end effektmål?

- Karne: Elsker effektmål, godt og sundt. 'Så og så mange møder', kan være en sovepude.

Ad. Konkrete indsatser - bruttoliste

- Karne: Der bliver produceret enormt meget indhold. Fokus på distributionskompetence. Der kommer næsten ikke noget ud, hvis der ikke sættes nogle penge bagved. Det er der ikke mange, der ved ude i sognene. Hvis jeg skal slå ned på én kompetence, vil det være indkøbskompetence. Det er ikke nok at ansætte en kommunikationsmedarbejder. Der ligger 50 – 100% oveni til distribution. Den dagsorden skal løftes, ellers kommer vi ingen steder.

Afsluttende bemærkninger:

- Henriette: Der vil udvikles en konkret handlingsplan.
- Ulla: Med jeres velsignelse og input går vi nu videre med dette arbejde.
- Jens: Tak!

4. Økonomi

Jens Orienterede om regnskaber og budgetter, Der overføres midler fra 2018 til 2019

5. Lejemål

Jens orienterede om, at POK har kigget på nyt lejemål.

Ulla: Præsenterede idé for lejemål. Vigtigt at en professionel enhed har ordentlige lokaler. POK har kigget omkring i København og fundet lokaler i Vartov, hvor der er et insp. miljø, som også ligger tæt på stiftet. Det sidste er for at bevare den gode kontakt til biskop og stiftsadministration, indtil Metropolitanskolen evt. åbner som et hus for kirkerne i København

Jens: oplyser at migrantarbejdets nye kom. arbejder kan være potentiel medarbejder, der kan kobles til POKs lokale, så det faglige miljø styrkes. Huslejen i det nye lejemål vil blive højere end den nuværende. Overheadet vil forhåbentlig kunne forhandles lavere. Der er usikkerhed omkring, hvordan lokalerne kan finansieres ved fortsat højt overhead. Derfor er det vigtigt at finde ud af, hvad der gives for overheadet fremover.

Peter: Der vil følge overhead med uanset, men at det kan komme på tale, at det kan forhandles nedad

Ulla: Det er interessant at se på, om der er nogle ydelser, som går den modsatte vej fra POK til administration, som kan balancere regnskabet.

Kirsten J: Spændende med lokaler. Bekymrende med radon. Kan lokalerne udlejes til anden side?

Peter: Vil ikke tage stilling til at udleje til anden side. Tværtimod bør lokalerne kasseres

Karne: Kan man stimulere og udnytte det faglige miljø ved at kommunikationsmedarbejdere fra sogne kan låne kontorplads i POKs nye lokaler?

Der er tilslutning til det nye lejemål i Vartov.

Lars: Hvad er udsigterne for metropolitanskolen?

Jens: Det er ikke noget på tegnebrættet, men tanken er, at der sker noget snart

6. Næste møde

5. september 2019

7. Eventuelt:

- a. Ulla: Der har fra bisperne været en forespørgsel om at undersøge folkekirkens kommunikation overordnet og på stiftsniveau. Der er stor sårbarhed i kommunikation, da den er personbåret. Der er sammen med Folkekirken.dk lavet en ansøgning til omprioriteringspuljen om udviklingsprojekt af folkekirkens kommunikation for at styrke samarbejdet.