



Saksdokumenter:

KM 22/21 Strategi for Den norske kirke

KM 22.1/21 Mer himmel på jord\_v11

KM 22.2/21 Første innstilling fra komité B

## Strategi for Den norske kirke

### Endelig innstilling fra komité B

#### Sammendrag av saksorienteringen

Dette er første gang Kirkemøtet behandler en strategi for trossamfunnet Den norske kirke etter ikrafttredelsen av ny trossamfunnslov, hvor de rettslige rammebetingelsene fremover for Den norske kirke er besluttet. Saken inngår derved i en lengre historie der kirken fristilles fra offentlige myndigheter og der et felles rammeverk for hele trossamfunnet Den norske kirke må finne sin form. Det foreslås en strategi på et overordnet nivå som gis en varighet på 8 år (2022-2029), med mulighet for midtveis rullering fra 2026. Ved å legge strategidokumentet på overordnet nivå skapes det en klar retning for hele trossamfunnet, samtidig som det legges til rette for lokalt og regionalt handlingsrom til å uforme mer detaljerte strategiske planer og tiltak.

Bispedømmerådenes rolle som strategisk organ på regionalt nivå vil dermed kunne tydeliggjøres og styrkes. Ved å gi strategien en varighet på 8 år, med mulighet for midtveisrullering, vil kontinuitet i arbeidet med å nå trossamfunnets felles mål sikres, samtidig som hvert Kirkemøte vil få mulighet til innflytelse på strategiens innhold.

#### Komiteens merknader

Komiteen legger saksdokumentet til grunn og har følgende merknader:

##### 1. Hva er en strategi?

Det er svært mange forskjellige måter å utforme strategier på. Komiteen har i tråd med saksdokumentet fra Kirkerådet lagt til grunn at Kirkemøtet nå skal vedta en strategi for hele trossamfunnet, som er utformet som en plakate og som skal

- gi retning
- være på et overordnet nivå
- skape engasjement og inspirasjon
- være kort og konsist
- kommunisere godt internt og eksternt
- bygge kultur
- bidra til arbeid mot felles mål og visjon

Utkastet til strategien er formulert på et overordnet nivå, som igjen fordrer de ulike rådsorganer – både lokalt, regionalt og nasjonalt – til å virkeliggjøre den i sine kontekster gjennom konkrete mål, handlingsplaner og satsinger.

Komiteen mener at Kirkemøtet i realiteten vedtar en visjons- og strategiplakat.

##### 2. Identitetsbeskrivelse:

Komiteen støtter at identitetsbeskrivelsen ikke endres i denne omgangen, og at det heller legges opp til en bred endringsprosess rundt denne fram mot 2024.

### 3. Matrisen – rammene med mål og områder:

Komiteen synes det er hensiktsmessig og pedagogisk å sette opp en matrise med ni «strategiske grep», som rammes inn av en loddrett akse med tre områder/arenaer og en vannrett akse med tre hovedmål. Komiteen synes de foreslått områdene/arenaene kommuniserer godt. Når det gjelder hovedmålene, har komiteen valgt å endre ordlyden fra «Kirken skaper åpne rom for tro» til «Kirken åpner rom for tro», og endre fra «Kirken tjener samfunnet på nye måter» til «Kirken er der livet leves». Mens den første endringen er en klargjøring og språklig forbedring, er begrunnelsen for den andre endringen dels å få en større stilistisk og sjangermessig likhet mellom de tre hovedmålene, og dels at hovedmålet bedre gjenspeiler innholdet i den loddrette kolonnen. Ingen av hovedmålene er formulert som tradisjonelle målformuleringer, men komiteen mener at ordlyden nå i større grad er enklere og kommuniserer bedre enn den gjorde i det opprinnelige forslaget.

### 4. Matrisen – de ulike strategiske grepene

Komiteen har gjort en del endringer i de ulike strategiske grepene. For det meste er det språklige forbedringer, klargjøringer og kortere tekst. Men komiteen har også forandret innhold, særlig i følgende strategiske grep:

- Komiteen har endret det strategiske grepet «Er en aktiv samfunnsaktør og bidrar til en trygg oppvekst for barn og unge» til «Motvirker utenforskap og utforsker nye måter å være kirke på». Komiteen gjør dette av flere grunner: A) for å holde teksten på et overordnet nivå, b) for ikke å få gruppespesifikke «bokser», c) for å tematisere behovet for innovasjon – særlig etter endringen av det midtre hovedmålet fra «Kirken tjener samfunnet på nye måter», og d) for å få en mer konsis matrise. Komiteen mener at fokus på barn og unge, og også andre aldersgrupper, nå ivaretas godt av flere av de strategiske grepene, fremfor å plasseres i kun én boks.
- Komiteen har endret det strategiske grepet «Styrker samhandling på tvers av faggrupper og med frivillige» til «Samhandler med organisasjonslivet, andre tros- og kirkesamfunn, offentlige, private og ideelle aktører». Komiteen har på denne måten ønsket å styrke og utvide samhandlingsaspektet. Jo mer kirken klarer å samhandle, jo bedre forutsetninger har kirken for å utføre sitt oppdrag.
- Komiteen har endret det strategiske grepet «Er et mangfoldig, tverrkulturelt og inkluderende fellesskap som kirke og arbeidsplass» til «Skaper en mangfoldig, rekrutterende og inkluderende arbeidsplass og frivillighetsarena». Komiteen mener dette styrker fokuset på rekruttering, både av lønnede og frivillige medarbeidere, samtidig som det ivaretar fokuset på at kirken skal være mangfoldig og inkluderende. Disse momentene har vært understreket i utfordringsbildet som har ligget til grunn for strategiprosessen.

### 5. Den nederste teksten

Komiteen foreslår å ta bort den nederste teksten på plakaten, da denne teksten strengt tatt ikke hører hjemme på selve plakaten. Den bør imidlertid være en viktig del av følgebrevet når plakaten sendes ut.

#### 6. Målbilde og åtteårssyklus

Komiteen synes det er en god ide å forlenge strategiperioden fra fire til åtte år, inkludert en midtveisrullering. Komiteen foreslår at det ved neste midtveisevaluering inkluderes et målbilde på plakaten som sier noe om hvor kirken skal være ved strategiens utløp.

#### 7. Design og språk

Komiteen ber om at designet og layouten på plakaten bearbejdes av sekretariatet før den kommuniseres ut i kirken. Særlig fargevalg og symbolbruk bør gjennomgå kritisk. Dette legges til som eget vedtakspunkt. Plakaten må også oversettes til samiske språk, nynorsk og engelsk.

#### 8. Barn og unge




Komiteen mener at spesifikke grupper ikke skal nevnes i de strategiske grepene, men understreker det selvsagte i at Den norske kirke har fokus på barn og unge i videre prioriteringer og planarbeid.

### **Kirkemøtets vedtak**

1. Kirkemøtet vedtar følgende strategi for perioden 2022-2029, med en midtveisrullering i 2025.
2. Kirkemøtet ber Kirkerådets sekretariat om at design og layout tilpasses Den norske kirkes grafiske profil.

# Mer himmel på jord

Den norske kirke er en bekjennende, åpen, tjenende og misjonerende folkekirke, som vitner i ord og gjerning om frelse, frihet og håp i Jesus Kristus.

Den norske kirkes strategi for 2022–2029	 Kirken åpner rom for tro	 Kirken er der livet leves	 Kirken er mer for flere
 Kirken for den enkelte	Forkynner evangeliet til mennesker gjennom hele livet	Styrker kirken som kulturarena og forvalter av kulturarv for alle generasjoner	Gir tilhørighet og skaper gode møteplasser og fellesskap fysisk og digitalt
 Kirken i samfunnet	Fremmer verdier som utfordrer og som bygger et godt samfunn for alle	Bidrar til å virkeliggjøre bærekraftsmålene, – lokalt, nasjonalt og globalt	Motvirker utenforskap og utforsker nye måter å være kirke på
 Kirken som organisasjon	Styrker gjennom sin organisering en levende og nærværende folkekirke	Samhandler med organisasjonslivet, andre tros- og kirkesamfunn, offentlige, private og ideelle aktører	Skaper en mangfoldig, rekrutterende og inkluderende arbeidsplass og frivillighetsarena



**DEN NORSKE KIRKE**

komitéleder

saksordfører