



Referanse: KR 56/13

Saksdokumenter:

Evalueringsrapport Klimavalg 2013 fra Burson-Marsteller

## Klimavalg 2013 - Evaluering

### Sammendrag

Kirkerådet har deltatt i planleggingen og gjennomføringen av kampanjen Klimavalg 2013, og har vært del av kampanjens arbeidsutvalg fra oppstart til slutt. Kampanjen ble formelt avsluttet med stortingsvalget 9. september 2013. De tilsluttede organisasjonene er invitert til å drøfte en eventuell fortsettelse av samarbeidet fremover.

Dette saksdokumentet gir en beskrivelse av kampanjens bakgrunn, innhold og gjennomføring, med spesielt fokus på Den norske kirkes deltakelse og engasjement. Forhistorien for den brede kirkelige deltakelsen belyses også, og det gjøres rede for hvordan sentrale personer, grupper og organisasjoner fra kirkelig hold evaluerer deltakelsen i etterkant av kampanjen. En evaluering av Den norske kirkes deltakelse i Klimavalg 2013 utført av Burson-Marsteller følger vedlagt.

Evalueringsens konklusjon er at det i meget høy grad var overenstemmelse mellom kampanjens mål og Den norske kirkes og Skaperverk og Bærekrafts mål for sitt klimaengasjement. Samarbeid med andre og de kirkelige aktørene seg imellom, er blitt styrket betraktelig. Den kirkelige argumentasjon og begrunnelse for vern av skaperverket var etterspurt i kampanjen. Det var godt rom for kirkens eget språk. Denne typen kampanje, med så brede allianser av forskjellige organisasjoner, er krevende. Gevinsten er at det styrker klimasaken og troverdigheten i kirkens engasjement.

### Forslag til vedtak Mellomkirkelig råd

1. Mellomkirkelig råd tar evalueringen av Kirkerådets og Skaperverk og bærekrafts deltakelse i kampanjen Klimavalg 2013 til orientering.
2. Mellomkirkelig råd har følgende innspill til Kirkerådet i saken om evaluering av Klimavalg 2013:  
.....

## **Forslag til vedtak Kirkerådet**

1. Kirkerådet tar evalueringen av Kirkerådets og Skaperverk og bærekrafts deltakelse i kampanjen Klimavalg 2013 til orientering.
2. Kirkerådet tar evalueringen av Kirkerådets og Skaperverk og bærekrafts deltakelse i kampanjen Klimavalg 2013 til orientering.
3. Kirkerådet er glad for at dette kirkelige engasjementet bærer frukter og blir satt pris på, ikke minst at det også styrker det kirkelige samarbeid for vern om skaperverket og kampen for rettferdighet. Kirkerådet er glade for at flere kirkelig aktører har engasjert seg og deltatt i denne kampanjen. Dette styrker saken og kirkens troverdighet.
4. Kirkerådet vil understreke at et bredt folkelig samarbeid i spørsmålet om klima og miljø er helt avgjørende for å skape nødvendige politiske handlingsrom.
5. Kirkerådet ønsker at både Den norske kirke og samarbeidsprosjektet Skaperverk og Bærekraft fastholder og intensiverer sitt klimaengasjement og fortsetter å samarbeide bred med ulike aktører i arbeidet med klimaspørsmål.
6. Kirkerådet vil vurdere kritisk hvilke aktiviteter og aksjoner som er hensiktsmessige og formålstjenlige for arbeidet med klimaspørsmål.

# Saksorientering

## 1. Innledning

10. september 2013, dagen etter stortingsvalget, ble kampanjen Klimavalg 2013 avsluttet. I en oppsummerende epost til alle tilsluttede organisasjoner skriver kampanjens leder bl.a.:

La meg rette en varm takk til alle dere som har bidradd til Klimavalg 2013. Dere har gjort en kjempeforskjell! Aldri før har så mange organisasjoner vært mobilisert i felles allianse for å få fokus på klimautfordringene i Norge. Og vel møtt på veien videre!

30 av 101 tilsluttede organisasjoner var kirkesamfunn eller kirkelige organisasjoner. Kirkerådet og samarbeidsprosjektet Skaperverk og bærekraft (SoB) var helt sentrale i planleggingen, oppbyggingen, ledelsen og gjennomføringen av denne kampanjen. Dette overrasket og gledet mange av de andre sentrale aktørene, men det kirkelige engasjementet var på ingen måte tilfeldig.

Det er et resultat av en langvarig satsing på miljø og klima i Den norske kirke (Dnk) de siste årene, hovedsakelig i rammen av samarbeidsprosjektet SoB. Her er det over år skapt et godt grunnlag for felles kirkelig engasjement og målrettet samarbeid med andre organisasjoner og samfunnsaktører.

Dette saksdokumentet gir en beskrivelse av kampanjens bakgrunn, innhold og gjennomføring, med spesielt fokus på Dnks deltakelse og engasjement. Notatet belyser også forhistorien for den brede kirkelige deltakelsen. Deretter gjøres det rede for hvordan sentrale personer, grupper og organisasjoner fra kirkelig hold evaluerer deltakelsen i etterkant av kampanjen. Avslutningsvis gjengis noen refleksjoner om en eventuell fortsettelse av dette klimasamarbeidet.

I tillegg til denne rapporten har Kirkerådets kommunikasjonsavdeling bedt Burson-Marsteller å foreta en evaluering av Dnks deltakelse i Klimavalg 2013. Denne evalueringen gjennomføres med hjelp av fire undersøkelser:

- En medieanalyse som skal kartlegge antall mediasaker om Klimavalg 2013 der kirken omtales.
- En intern questback som vil kartlegge hvordan kampanjen oppfattes blant kirkens enheter og samarbeidsorganisasjoner.
- Kvalitative telefon-intervjuer av sentrale politikere, ett for hvert parti på Stortinget.
- En landsdekkende befolkningsundersøkelse for å kartlegge velgernes synspunkter på kirkens engasjement i Klimavalg 2013.

Rapporten fra Burson-Marsteller vedlegges dette saksdokumentet, men var forelå ikke da dette sakspapiret ble skrevet.

Redegjørelsen i sakspapiret og evalueringen fra Burson-Marsteller vil samlet gi Kirkerådet et grunnlag for evaluering av Dnks deltakelse i kampanjen, i særlig grad med vekt på Kirkerådets engasjement.

Sentrale spørsmål som det kan reflekteres over på bakgrunn av dette er:

- Var det overensstemmelse mellom kampanjens mål og Dnks mål for sitt langvarige engasjement for klima, rettferd og miljø?
- Hva var fordelene og ulempene ved å gå inn i en så bred allianse med forskjellige organisasjoner?
- Har kirken lykkes med sin kommunikasjon, har budskapet nådd fram og blitt forstått?
- Styrker eller svekker Dnks deltakelse i kampanjen klimasaken i Norge?
- Hvordan påvirkes Dnks omdømme?

## **2. Bakgrunn for kampanjen og Den norske kirkes deltakelse**

### **Invitasjon fra Besteforeldreaksjonen**

Besteforeldrenes Klimaaksjon inviterte i oktober 2011 ca. 20 organisasjoner fra norsk samfunnsliv til å diskutere samarbeid om en mer offensiv klimapolitikk i Norge. Hensikten med møtet var:

- Avgjøre om det var grunnlag for en bredt anlagt opinionsskapende kampanje fram mot stortingsvalget i 2013.
- Finne en felles plattform og et opplegg for å nå kampanjemålene.
- Avklare praktiske spørsmål som kampanjestyring, administrasjon og økonomi.
- Nedsette en liten, hurtigarbeidende ad hoc-gruppe som kunne skissere kampanjeopplegg, framdriftsplan og praktisk/økonomisk styring mv.

Møtet fant sted 9. november 2011 på Blindern i Oslo. Tidligere direktør ved FNs miljøprogram UNEP, Svein Tveitdal fra Besteforeldreaksjonen ga en faglig begrunnelse for å starte en slik kampanje. Fra Dnk deltok assisterende generalsekretær i Mellomkirkelig Råd og Kirkerådets seniorrådgiver for miljø og sosialetikk.

De fleste på møtet, inklusive Dnks representanter var positive til å gå videre med ideen. Det ble i januar 2012 nedsatt et arbeidsutvalg (AU) der også Kirkerådets miljørådgiver deltok. De andre medlemmene representerte Besteforeldreaksjonen, Natur og ungdom, Tekna og Concerned Scientists. Mange av de første møtene ble avholdt i Kirkens Hus. Etter initiativ fra Kirkerådets representant gjennomførte kampanjens AU en grundig prosess med å klargjøre kampanjens mål, målgruppe, innhold og metode, samt å kartlegge ressursbehovet. Kampanjens overordnede mål var å arbeide for at klima ble et avgjørende tema ved valget i 2013. Målgruppe var både politikere, partier og velgere.

### **En bred allianse med stor kirkelig deltakelse**

Man ønsket å skape en bred allianse av mange organisasjoner som samlet seg om felles mål for å gi nødvendig tyngde til kampanjens krav, samt nødvendig ryggdekning for partier og politikere til å prioritere klimatiltak høyere på den politiske agendaen. Ved

kampanjens slutt hadde 101 organisasjoner sluttet seg til. 30 av disse var følgende kirkesamfunn eller kirkelige organisasjoner (i alfabetisk rekkefølge):

Areopagos, Caritas, Changemaker, Den Evangelisk Lutherske Frikirke, Den katolske kirke, Dnk, Det Norske Diakonforbund, Den norske kirkes Presteforening, Det norske misjonsselskap, Digni, Frelsesarmeen, Frikirkens Barn og Unge, HimalPartner, Kateketforeningen, Kirkens Bymisjon Oslo, Kirkens Nødhjelp, Korsvei, Metodistkirken, Misjonsalliansen, Norges KFUK-KFUM, Norges KFUK-KFUM Global, Norges KFUK-KFUM Speiderne, Norges Kristelige Studentforbund, NORME (Norsk råd for misjon og evangelisering), RE:ACT Strømmestiftelsens ungdomsorganisasjon, SoB, Samarbeid Menighet og Misjon (SMM), Stefanusalliansen, Strømmestiftelsen og Vennenes Samfunn Kvekerne.

At så mange forskjellige kirkesamfunn og kirkelige organisasjoner på så kort tid sluttet seg til kampanjen vakte oppsikt blant alle de andre organisasjonene og i offentligheten. Mens noen av miljøorganisasjonene i starten var noe nølende til å støtte dette felles initiativet på bekostning av egen profilering, vurderte en del fagorganisasjoner hvordan klimamålene kunne komme i konflikt med eget arbeid for vern av arbeidsplasser.

I kontrast til dette støttet «kirka», slik de andre organisasjonene stort sett kalte bredden av de kirkelige deltakere, med Kirkerådet/ Dnk og samarbeidsprosjektet SoB i spissen, tydelig opp om dette initiativ i en hittil ukjent bredde. Gjennom dette felles engasjement utviklet det seg et tett og godt samarbeid mellom mange ansatte i de sentralkirkelige råd, Norges Kristne Råd (NKR) og Kirkens Nødhjelp om det allerede etablerte samarbeidet i SoB. Disse opplevde på mange måter Klimavalg-kampanjen som en gavepakke for Dnks og SoBs eget klimaengasjement.

### **Langvarig og konsistent klima-engasjement i Dnk**

Allerede Kirkemøtet 1996 satte kirkens ansvar for miljø og rettferd på den kirkepolitiske dagsorden med sitt vedtak i sak KM 10/96 «Forbruk og rettferd». Her sies det blant annet:

Vi ønsker som kirke å gå sammen med alle mennesker og organisasjoner av god vilje for å bygge brede allianser lokalt, nasjonalt og globalt, som kan utløse personlig forpliktelse og politisk handling for redusert forbruk og økt rettferdighet.

Ett av de ni områdene som vedtaket nevner for konkrete oppfølging og handling, er klima. Allerede her nevnes eksplisitt det spesielle ansvaret som Norge har gjennom oljeutvinningen.

Både Kirkemøtet, de sentralkirkelige råd og Bispemøtet har siden i flere saker og ved en rekke anledninger bekreftet både alvoret i klimaspørsmålet og det spesielle ansvaret Norge har som oljeprodusent. Det er også gjentatte ganger bekreftet et ønske om samarbeid og brede allianser.

Dette ble understreket av Kirkemøtet 2007 gjennom sak KM 4/07 «Truet liv – troens svar. Kirkens vitnesbyrd i lys av klimaendringer og arbeid med miljø, forbruk og rettferd».

Her oppsummeres Dnks arbeid og engasjement siden 1996 nettopp i lys av klimakrisen. I vedtaket sies det bl.a.:

(...) Dagens klimaendringer gjør at Den norske kirke må innta en tydelig holdning og kreve ansvarlig handling av seg selv og andre. (...) Klimaendringenes omfang og alvorlige konsekvenser krever at dette engasjementet ikke må svekkes i fremtiden, men intensiveres på alle plan i kirken. (...) Kirkemøtet 2007 utfordrer de sentralkirkelige råd og bispedømmerådene til umiddelbart å iverksette en bærekraftreform som berører all kirkelig virksomhet og som har klima som et hovedfokus.

I forkant av Kirkemøtet 2007 kom Bispemøtet med en uttalelse under tittelen «Det haster. Det koster. Det nytter». Her sies det bl.a. at kirken vil bidra til holdningsendringer, for at det blir mulig for politikerne å handle slik situasjonen krever.

Dette ble fulgt opp året etter av Kirkemøtet 2008 som vedtok at den ønskede bærekraftreformen skulle realiseres som et økumenisk samarbeidsprosjekt mellom NKR, Kirkens Nødhjelp og Dnk.

Kirkemøtet 2008 ba også om at kirkens misjons- og ungdomsorganisasjoner, utdanningsinstitusjoner og andre samfunnsaktører, slik som næringsliv, forskningsmiljøer og andre frivillige organisasjoner, inviteres med i et bredt samarbeid om prosjektets hovedmål, deriblant fokus på klima.

SoB ble lansert februar 2009 bl.a. med en appell foran Stortinget, der man bl.a. ba om et femårig moratorium for oljeutvinning i nordområdene. Denne lanseringen fikk stor medieoppmerksomhet og førte til en debatt om kirkens stemme og rolle i klimadebatten der både Dnk og SoB fikk ris og ros for sitt tydelige engasjement.

Ved en midtveiseevaluering av prosjektet ønsket styringsgruppen for SoB tematisk arbeid med klimarettferdighet og teologisk refleksjon som hovedfokus framover. Dette ble bekreftet av Kirkemøtet 2012 som i sitt vedtak til saken, oppfordret de sentralkirkelige råd til også å arbeide med en egen klimamelding for Dnk. Bispedømmerådene og menighetene ble oppfordret til å delta i samarbeidet om Klimavalg 2013.

Kirkemøtet 2013 ble gjennomført i april, dvs. på et tidspunkt hvor kampanjen Klimavalg 2013 allerede hadde kommet godt i gang. Det ble derfor lagt merke til at Kirkemøtet valgte, i sitt første vedtakspunkt til sak KM 12/13 om forsvarlig etisk forvaltning av norske petroleumsressurser, å gi sin tydelige støtte til Dnks deltakelse i kampanjen, bl. a. ved å nevne kampanjens seks politiske krav:

1. Kirkemøtet har gjentatte ganger understreket at Norge må forvalte petroleumsressursene ansvarlig i forhold til utfordringene med klimaendringer, miljø og global fattigdom.

Kirkemøtet er meget bekymret for manglende framskritt i å redusere klimautslipp nasjonalt og globalt. Kirkemøtet viser til vedtaket i sak KM 4/12 om å slutte seg til kampanjen Klimavalg 2013. I kampanjen stilles krav om å kutte norske utslipp i henhold til FNs anbefalinger, at begrepet klimarettferdighet gis konkret innhold, økt satsing på ny næringsutvikling gjennom grønne arbeidsplasser, redusert tempo i oljeutvinningen, tilrettelegging for at norske innbyggere kan gjøre klimavennlige valg og en klimapolitikk som tar solidaritet mellom generasjonene på alvor.

På denne bakgrunn vil derfor Kirkemøtet utfordre:

- a. Alle kirkens medlemmer til å la hensynet til en forsvarlig klimapolitikk og arbeid for global rettferdighet få betydelig vekt ved de politiske valg.
- b. Menighetene til å be for skaperverket og dem som rammes hardest av klimaendringene.
- c. De politiske partiene og mediene til å gjøre klimasaken til et hovedspørsmål i valgkampen.
- d. Bispedømmerådene til å slutte opp om og intensivere sin deltagelse i Klimavalg 2013 ved å stimulere til lokale og regionale arrangementer, spesielt ved hovedmarkeringen 24. august 2013.( ...)

Denne gjennomgangen av Dnks engasjement i klimaspørsmål siden 1996 viser at anliggende til kampanjen Klimavalg 2013 var sammenfallende med Dnks eget klimaengasjement. Derfor var Dnks aktive deltagelse en naturlig fortsettelse av det mangeårige arbeidet. Det gjelder også Dnks uttalte ønske om å samarbeide med «alle mennesker av god vilje». Det at så mange andre kirkesamfunn og kirkelige organisasjoner sluttet seg til dette ved deltagelse i Klimavalg 2013 bidro til en kraftig styrking av samarbeidsrelasjonene i det kirkelige nettverket.

## **2. Kampanjens etablering**

Kampanjens AU sto for utforming og organisering av hele kampanjen og fungerte som kampanjens styre. Her deltok Kirkerådet aktivt fra begynnelsen til avslutningen. Med representanten fra KFUK/M hadde de kirkelige organisasjonene til sammen to representanter i AU. Fellesmøtet, som kom sammen 5 ganger i løpet av toårsperioden, fungerte som kampanjens øverste organ.

Et lite sekretariat ble bemannet på frivillig basis. Her har noen enkeltpersoner, hovedsakelig fra Besteforeldreaksjonen lagt ned betydelig arbeid og tid som henholdsvis kampanjekoordinator, koordinator for lokalgruppene, redaktør for nettsiden og mediekontakt. Kampanjens sluttrapport anslår at det ble lagt ned en frivillig innsats på ca. 6 årsverk.

Etter Besteforeldreaksjonen var Kirkerådet, SoB og NKR samlet kampanjens største bidragsytere av arbeidskraft. Denne innsatsen ble stipulert til ca. 0,6 årsverk fordelt på 7 personer. I tillegg kommer mobiliseringen av store deler av Dnks og andre kirkesamfunns regionale og lokale nettverk og ledelse.

En rekke ansatte i de sentralkirkelige råd samarbeidet tett i kampanjen: En kommunikasjonsrådgiver fra Kirkerådet bidro i betydelig grad med utarbeidelse av materiell og media, en rådgiver fra Kirkerådet var, som nevnt tidligere, sentral i kampanjens AU og hadde hovedansvar for koordineringen av aktivitetene 24. august i Oslo. Koordinator for SoB, i nært samarbeid med Kirkens Nødhjelp og NKR, inviterte og involverte hele nettverket av organisasjoner tilknyttet SoB i kampanjen, bl.a. ved å gjennomføre to nettverksmøter om temaet september 2012 og januar 2013. Det var ikke minst på grunn av dette at den kirkelige oppslutningen om kampanjen ble så stor.

Kirkens nord-sør-informasjon (KUI) bidro i betydelig grad til utforming av materiell, ikke minst ved å utarbeide en stor materiellpakke til markeringen av Skaperverkets Dag. Denne materiellpakken tilrettela for menighetenes deltagelse i kampanjen med bl.a.

nyskreven salme, liturgiske byggeklosser, ressursmaterieil til gudstjenestefeiringen, stoff til publikasjoner, praktiske tips og idéer til kirkekaffen og forslag til aktiviteter for Klimavalg 2013, m.m. I tillegg tilrettela KUI for fagdager om Klimavalg 2013 både på Menighetsfakultetet i Oslo (januar 2013) og Ansgarskolen i Kristiansand (mars 2013).

Kampanjen ønsket å etablere lokale grupper og aktiviteter. Per 10. september var det registrert over 52 lokale grupper som bidro med aktiviteter i den mest intensive delen av valgkampen. Gruppene fikk tilsendt materieil og ideer til arbeidet. Samlet bidro disse gruppene med ca. 280 standsdager og 1,5 årsverk i perioden juni til september. Dnks menigheter og andre kirkelige aktører var med på mye av dette. For å støtte opp om denne mobiliseringen sendte Kirkerådet brev til bispedømmene og gjennomførte en besøksrunde til bispedømmenes ressursgrupper for miljø og rettferd våren 2013.

Allerede høsten 2012 utarbeidet en kommunikasjonsrådgiver fra Kirkerådet en kommunikasjonsplan for kampanjen. Planen skisserte hovedmål, delmål og avgrensning av målgruppen. Den skapte en bevissthet om behovet for et differensiert budskapsbilde for ulike målgrupper. Kirkerådet utarbeidet på bakgrunn av dette en egen kommunikasjonsplan for SoB som del av kampanjen. Denne planen fokuserte på å bruke kirkenes unike stemme og rolle bevisst for å skape oppmerksomhet om saken.

Til sammen hadde kampanjen et budsjett på ca. 1 million kroner, derav innsamlede midler fra organisasjonene på ca. kr. 270 000, og en NORAD-bevilgning på kr. 300 000. Dnk bidro dessuten med ca. kr. 360 000, i hovedsak til arrangementer, informasjonsmateriale og mediestrategi. Dnk var dermed også en betydelig økonomisk bidragsyter, i tillegg til den omfattende arbeidsinnsatsen av mange personer i 2012 og 2013.

### **3. Kampanjens aktiviteter**

#### **Etablering av faglig grunnlag og krav til politikerne**

I begynnelsen ble det lagt ned et betydelig arbeid i å formulere og diskutere kampanjens faglige grunnlag og politiske krav. Hovedstrategien var å kreve en norsk klimapolitikk i henhold til FNs anbefalinger til rike land for at den globale temperaturen skal begrenses til to grader. Både det faglige grunnlaget og de politiske kravene måtte være troverdige, lette å forstå, enkle å kommunisere og være godt forankret i medlemsorganisasjonene. Kampanjen krevde:

- Kutt i norske utslipp i henhold til FNs anbefalinger.
- At begrepet klimarettferdighet gis konkret innhold.
- Økt satsing på ny næringsutvikling gjennom grønne arbeidsplasser.
- Redusert tempo i oljeutvinningen.
- Tilrettelegging for at norske innbyggere kan gjøre klimavennlige valg.
- En klimapolitikk som tar solidaritet mellom generasjonene på alvor.



Et par fagorganisasjoner trakk seg da punktet om redusert tempo i oljeutvinningen ble vedtatt. Etter dette ble betingelsen for nye medlemmer å slutte seg til disse seks kravene. Det oppsto ingen diskusjoner om det faglige grunnlaget eller kravene etter at de var vedtatt.

### **Informasjonsmateriale/brosjyrer/annonsering**

De to folderne «Framtida velges nå» (opplag 50 000) og «Stem for klimaet» (opplag 30 000) ble publisert i kampanjen og var sentrale i profileringen. I tillegg ble det laget bannere og t-skjorter for stands og ulike lokale aktiviteter. Det ble dessuten produsert diverse plakater og flyers i forbindelse med de forskjellige lokale aktivitetene. Aksjonsdagen 24. august ble markert med helsides annonser i Aftenposten, Dagbladet og Vårt Land.

### **Trykksaker**

I forbindelse med kampanjen ble det produsert følgende trykksaker:

- Svein Tveitdal: *Klimameldingen og togradersmålet* (Norsk Klimastiftelse)
- Andreas Ytterstad: *100 000 klimajobber og grønne arbeidsplasser nå!* (Gyldendal 2013)
- SoB: *Klimarettferdighet* (red. Susanne Lende, juni 2013)
- Helge Ryggvik: *Norsk olje og klima. En skisse til nedkjøling* (Gyldendal 2013)

I forbindelse med bøkene skrevet av Ryggvik og Ytterstad har det oppstått nye samarbeidsallianser mellom fagbevegelsen, miljøorganisasjoner og Dnk.

### **Hjemmeside, Facebook og Twitter**

Kampanjens hjemmeside ble utformet kontinuerlig underveis og inneholdt mye nyttig informasjon og linker bl.a. til de deltakende organisasjonene. Siden hadde nesten 12000 unike besøkende og totalt 605 000 treff. Mange av de kirkelige deltakerne i kampanjen ble presentert og intervjuet her (bl.a. Korsvei, Presteforeningen, NORME, SMM og Den katolske kirke). Ved dette ble det blitt gitt en flerstemt, men tydelig begrunnelse for det kirkelige klimaengasjementet.

Det ble dessuten opprettet en Facebookside for kampanjen, samt Facebook-ener for 24. august og for en rekke regionale arrangement. Facebook representerte en meget nyttig arena for informasjonsspredning og oppfølging av aktiviteter, og ble et nøkkelement for mobilisering og rask kommunikasjon med kampanjens store kontaktflate. Ved kampanjeslutt var det registrert rundt 4400 følgere av Klimavalg 2013 på Twitter. Også dette bidro til mobilisering og spredning av informasjonsstoff.

### **Arbeid med media**

Kampanjen brukte lang tid til å finne en frivillig som kunne ta et overordnet medieansvar. En erfarte at det generelt var vanskelig å få riksmidia til å dekke Klimavalg 2013. Det har, derimot, vært en del større oppslag i regionale og lokale media. Kvasir nyheter viser 77 linker til oppslag med Klimavalg 2013 og Retriever, som også dekker papirutgaver, viser ca. 300 oppslag. En god del av dette er lokale leserinnlegg. I tillegg fikk kampanjen noen TV-innslag på TV2.

## **Partievaluering**

En annen viktig aktivitet var å fokusere på partienes valgprogram. Framtiden i våre hender (FIVH) påtok seg på vegne av kampanjen å arbeide med dette. Dette skjedde i dialog med partiene. I en første fase evaluerte man alle stortingspartienes utkast til program i forhold til kravene fra Klimavalg 2013. Det ble gitt konkrete tilbakemeldinger til partiene, slik at programinnholdet kunne justeres i forbindelse med den interne behandlingen av utkastene.

Etter at programmene var vedtatt på landsmøtene startet fase to av arbeidet. Målgruppen endret seg da fra politikere til velgere. FIVH evaluerte de endelige partiprogrammene og produserte flyers med informasjon om evalueringen. Kampanjens lansering på et frokostmøte i Oslo fikk bred mediedekning i blant annet Vårt Land, NRK og Stavanger Aftenblad. Vårt Lands journalist utfordret de kirkelige deltakerne på lanseringen til å distansere seg fra FIVHs, etter journalistens syn, for konkrete velgeråd, men fikk ikke gehør for dette. Biskopene i Bjørgvin og Borg gikk imidlertid ut med kritikk i Vårt Land. Etter deres syn ble kirken ved dette utspillet partipolitisk involvert på en måte som går utover grensen for det mandatet den har.

## **Ukentlige åpne verksteder**

Norsk klimanettverk er ikke en tradisjonell organisasjon, men en sammenslutning av enkeltpersoner som med sin fagkompetanse og interesse, vil engasjere seg i klimaspørsmål. Nettverket ønsket spesielt å bidra til bred oppslutning om kampanjedagen 24. august. Blant annet arbeidet medlemmene med utforming av plakaten for kampanjedagen 24. august i Oslo. I seks måneder arrangerte Norsk klimanettverk åpne, ukentlige verksteder på Litteraturhuset. Der ble det jobbet med å planlegge og forberede et stort spekter av tiltak og aksjoner.

## **Aksjonsdag 24. august**

Klimavalg 2013 forberedte en felles, nasjonal aksjonsdag 24. august. Det ble dessuten etablert en rekke lokale grupper som jobbet med å planlegge lokale markeringer. Veldig godt vær over store deler av Norge bidro til at det ble et vell av yrende klimakreativitet og smittende engasjement over hele landet. Klimaet ble utvilsomt satt på dagsorden ved den fargerike alliansen av kirkefolk, fagorganisasjoner, miljøvernere, besteforeldre og ungdom.

En liten gruppe under ledelse av Kirkerådet og med Kirkens Hus som møtepunkt, hadde siden januar arbeidet med å planlegge dagen. Målet var å benytte positive og kreative måter å kommunisere det alvorlige budskapet på. Gruppen ble utvidet rett før sommeren.

Det ble tidlig inngått et samarbeid med Oslo domkirke. En rekke av kampanjens organisasjoner var til stede med stands på området mellom domkirken og Karl Johan. Noen delte ut infomateriell, andre inviterte til kaffe og vafler. Gatekapellet var innredet som stille rom med mulighet for bønn, meditasjon og lystenning for jorden.

Norsk klimanettverk fordelte over 30 musikere og dansere på gater og torg i Oslo. Det bidro sterkt til å synliggjøre kampanjen i bybildet denne dagen. Kjendiser som Lars Lillo Stenberg som sang på Karl Johan, vakte oppmerksomhet og ble gitt plass i TV2-nyhetene.

Naturvernforbundet arrangerte «klimaduell» mellom miljøvernminister Bård Vegar Solhjell fra SV og Nikolai Astrup fra Høyre foran Nationaltheatret. Forfatternes klimaaksjon fulgte opp med opplesning av poesi og appeller.

Høydepunktet i Oslo var klimakonserten foran Stortinget der mange kjente musikere og dansere stilte opp for å gi sin støtte til klimakampen. Hilde Hummelvoll og Andrew Kroglund ledet arrangementet, og preses i Bispemøtet Helga Haugland Byfuglien bidro med appell sammen med representanter fra Fagforbundet og Natur og ungdom. Markeringen hadde rundt 1000 fremmøtte. Ved avslutningen ble tilhørerne oppfordret til å delta på temagudstjenesten om skaperverket i domkirken.

Ca. 200 personer var med på gudstjenesten der alle de fem kirkesamfunnene som hadde sluttet seg til kampanjen, bidro. Samme kveld inviterte Café Blitz til klimakonsert.

I tillegg til aktivitetene i Oslo var det denne dagen 12 større regionale arrangementer. Programmet varierte fra sted til sted, men inneholdt ofte politikerdebatt, appeller og underholdning. Det var denne typen arrangementer i Kristiansand, Skien, Bergen, Drammen, Moss, Fredrikstad, Hamar, Lillehammer, Ålesund, Bodø, Harstad og Tromsø.

#### **Debatt- og folkemøter rundt om i landet**

Ved kampanjens slutt var det registrert 38 arrangementer inklusive 24 debatter, mange steder med partienes listetopper som deltakere. I tillegg kommer et ukjent antall arrangementer som ikke ble registrert.

Det største debattarrangementet og folkemøtet skjedde under Korsveifestivalen i Seljord i slutten av juli der over 800 engasjerte tilhørere deltok. Klimavalg 2013 var til stedet med stand, bemannet av SoB og Kirkerådet. Også under Arendalsuka i august bidro kirken lokalt til markeringen av Klimavalg 2013.

#### **Hendelser der Kirkerådet var spesielt involvert**

I saken om forvaltning av norske petroleumsressurser oppfordret Kirkemøtet bispedømmer og menigheter til å engasjere seg i kampanjen Klimavalg 2013. Det ble også sendt en simultanoverført hilsen fra Kirkemøtet til boklanseringen av *100 000 klimajobber og grønne arbeidsplasser nå*.

18. april var Kirkerådets seniorrådgiver for miljø og sosialetikk, sammen med direktøren i Cicero, senter for klimaforskning, invitert til en klimafagdag på høgskolen i Harstad, førstnevnte som hovedforedragsholder med temaet kirkens klimaengasjement.

August 2013 besøkte en av verdens mest profilerte klimaforskere, James Hansen fra USA Kirkens Hus i Oslo. Han deltok på et informasjons- og inspirasjonsmøte for over 100 deltakere fra kampanjens organisasjoner. Hansen var invitert av regjeringen i forbindelse med et seminar på Arendalsuka. Kirkerådet tilrettela hans møte i Oslo.

## **4. Kampanjeledelsens tanker om måloppnåelse**

Kampanjens AU oppsummerte i midten av september sine erfaringer vedrørende måloppnåelse. Her sies det bl.a.:

Til tross for at klima ikke ble et avgjørende tema ved valget, har klima antakeligvis aldri blitt mer diskutert ved noen tidligere valg, og i miljøer langt ut over de tradisjonelle miljøorganisasjonene. I den siste partilederdebatte på NRK fjernsynet var klima ett av to hovedtemaer. En meningsmåling før debatten viste at to tredeler av velgerne er innstilt på å betale for en bedre klimapolitikk. Klimavalg 2013 har klart bidradd til hovedmålet om å få klima på dagsorden i valgkampen 2013.

- 101 medlemsorganisasjoner var over forventning.
- 52 lokalgrupper var over forventning.
- Aldri tidligere har så mange folkelige organisasjoner stått sammen om så konkrete krav om klimapolitikk.
- Unikt og bredt samarbeid mellom kirken, fagbevegelsen, næringsorganisasjoner, miljøbevegelsen, akademia og flere.
- Bidrag til kunnskaps- og nettverksbygging i medlemsorganisasjonene.
- To bokutgivelser og flere rapporter.

Samtidig erkjenner man at mediadekningen var under forventning, og at miljøorganisasjonene, i hvert fall i starten, var vanskelige å mobilisere til fellesdugnad.

Utstrakt bruk av frivillig innsats blir ansett som en av de viktigste suksessfaktorene som gjorde arbeidet mulig, også uten store økonomiske ressurser. Det var avgjørende at prosessen begynte tidlig, og at en tok seg tid til å utvikle både et faglig grunnlag og de politiske kravene. At eierskapet og felles milepæler var forankret, og at man ga rom for hverandres aktiviteter nevnes som andre viktige faktorer som var positivt for kampanjen.

## **5. Evaluering av Klimavalg 2013 på Kirkerådets strategisamling for regionale ressursgrupper 28. oktober 2013**

Som nevnt hadde Kirkerådet gjennom brev og besøk oppfordret bispedømmene til å engasjere seg i Klimavalg 2013. Det samme gjorde Kirkemøtet 2013. De fleste stedene var det de etablerte ressursgruppene for miljø og rettferd som fulgte opp i bispedømmene. Kirkerådet inviterer disse ressursgruppene til årlige strategi- og inspirasjonssamlinger. På årets samling ble det satt av tid til rapportering, erfaringsutveksling og evaluering av Klimavalg 2013.

I Sør-Hålogaland var Klimavalg 2013 en av to hovedsaker i 2013. Ressursgruppen deltok med stand på hovedmarkeringen i Bodø 24. august.

Også i Møre konsentrerte aktivitetene seg sommeren og høsten 2013 om kampanjen. Ressursgruppen var medarrangør av et politisk debattmøte i bystyresalen i Ålesund 24. august der biskopen hadde en innledning. Samarbeidet mellom Naturvernforbundet, SVs lokallag, Kirkens Nødhjelp og ressursgruppen ble opplevd som positivt.

I Tunsberg var Klimavalg 2013 den største saken for ressursgruppen dette året. Det ble lagt vekt på å informere ansatte og menighetene godt om kampanjen. Drammen ble tyngdepunktet for aktivitetene med politisk debattmøte 26. august.

I Agder og Telemark var kampanjen en hovedaktivitet som var godt synlig både i Skien, Arendal og Kristiansand. Biskopen hadde innledning alle stedene. I Agder var inntrykket at kirken hadde blitt lagt merke til i Klimavalg 2013. Det var viktig at biskopen deltok så tydelig. Dette gav større synlighet.

Også i Hamar har ressursgruppen for miljø og rettferd stort sett jobbet med Klimavalg 2013. Gruppen roser god oppfølging fra sentralt hold, og satset på et sentralt arrangement den 24. august. På Lillehammer var det et eget arrangement i regi av kirka og Naturvernforbundet der.

Fra Hamar poengteres det at det var en styrke at satsningen var en del av planene til Dnk sentralt. Det ga større frimodighet til å engasjere seg i dette på regionalt plan. I mange av de andre organisasjonene var dette ingen selvfølge. Der oppdaget mange at tilslutningen til kampanjen på sentralt nivå ikke automatisk førte til engasjement lokalt. Kampanjen krevde en god del arbeid, noe man må være bevisst på når man deltar i denne typen kampanjer. Alt i alt var innsatsen lystbetont. At arbeidet var tidsavgrenset gjorde satsingen overkommelig.

Situasjonen i Oslo bispedømme var spesiell, da hovedstaden også var stedet for den store nasjonale markeringen. Ressursgruppen her valgte å bruke sin årlige inspirasjonssamling i mars til å planlegge Klimavalg 2013. Her ble det bestemt at man skulle ta hovedansvar for en økumenisk gudstjeneste i Oslo domkirke 24. august, i forlengelse av klimakonserten på Eidsvolls plass. Gudstjenesten fikk bred økumenisk medvirkning av alle kirkesamfunnene som var tilsluttet kampanjen. Det ble opplevd som positiv å knytte en gudstjeneste opp mot dette store fellesarrangementet.

## **6. Evaluering av Klimavalg 2013 på SoBs nettverkssamling 29. oktober 2013**

Dagen etter at bispedømmenes ressursgrupper hadde møte i Oslo, inviterte SoB til en nettverkssamling i Vestre Aker menighetshus. Også her sto rapportering, erfaringsdeling og evaluering av Klimavalg 2013 på programmet. I referatet pekes det på følgende:

I NKR hadde kampanjen bred økumenisk tilslutning. Engasjement kan gi grunnlag for videre samarbeid, noe man står sammen om som har stort potensiale. Men selv om man sentralt ser muligheter, må også lokalmenighetene involveres. NKR peker på at de store kirkesamfunnene har ansvar for å møte mindre menigheter på et jevnbyrdig grunnlag.

Changemakers bidrag til Klimavalg 2013 var fadderaksjonen ”Klimafadder for en politiker”. Gjennom dette fokuset ble det skapt positiv oppmerksomhet og en god del viktige kontakter. Blant annet førte initiativet til flere spennende twitterutvekslinger og møter mellom ”faddere” og politikere.

Kirkens Nødhjelp påpekte at det er vanskelig å mobilisere massene for klimasaken. Som enkeltorganisasjon må man være villige til å gi slipp på egen «branding». Klimasaken trenger å mobilisere mange. Et sentralt spørsmål er derfor hvordan man kan fostre engasjement på grasrota.

Kvekerne hadde flere medlemmer som engasjerte seg sterkt i kampanjen.

Det norske Misjonsselskap hadde et temanummer om miljø i tidsskriftet Misjonstidende.

Misjonsforbundet hadde seminar om klima på sin sommerkonferanse.

Normisjon hadde stand ved Oslo domkirke 24. august, og la arrangementet ut på sin Facebook-side, på tross at det var intern uenighet om saken.

Nettverkssamlingen drøftet suksessfaktorer og hindringer spesielt. Følgende ble spesielt fremhevet:

For SoB kom Klimavalg 2013 veldig beleilig og passet bra til egne planer og målsettinger. Dette var grunnen til det store engasjementet for kampanjen.

Mange opplevde det som veldig positiv når mange enkeltfaktorer drar i samme retning: Mange engasjerte personer, et mangfold av gode ideer og initiativ, at man gir hverandre handlingsrom og synergieffekter. Å være del av noe større er en fordel, men kan også føre til «ansvarspulverisering». Det har vist seg som viktig å få med frontfigurer, som f.eks. biskopene.

Brosjyren med kampanjens krav fungerte veldig bra og ga godt grunnlag for samtaler. Det var positivt at det fantes tilgjengelig bakgrunnsstoff og materiell på nettsidene. FIVHs partibarometer tiltrakk oppmerksomhet og skapte diskusjoner og samtaler, men vakte også noe irritasjon og motstand.

Det var en fordel å benytte allerede planlagte arrangementer og knytte Klimavalg-kampanjen til disse. Den diakonale dimensjonen i kristen tro (nestekjærlighet) er et viktig argument og en god basis for kirkelig klimaengasjement.

Mange aktører kan være utfordrende for internkommunikasjon i en felles kampanje. Man snakker lett forbi hverandre.

Fremdeles finnes det «klimaskeptikere», også i kirkesamfunnene. I tillegg finnes det en god del generell motstand mot politisk engasjement fra kristelig hold. Det eksisterer frykt for at dette engasjementet skal ta plassen til evangeliet, misjonen og menighetsbyggingen. For å imøtekomme disse motforestillingene er kirkeledernes signaler av stor betydning.

Nettverksmøtet mente at det var viktig å fortsette samarbeidet: Det er viktig at vi støtter hverandre. Vi må vise utholdenhet og bruke god kommunikasjon innad og utad inntil media gjør oss synlige. Det er viktig å tilegne seg høy mediebevissthet og god mediekunnskap. Vi må fortsette med teologiske samtaler om diakoni som vesentlig del av kirkens identitet. Vi må snakke slik at folk forstår oss. Vi må erkjenne at det er en lang vei fra sentrale vedtak til lokalt eierskap. Kanskje bør det arrangeres et seminar om hvordan vi påvirker våre egne organisasjoner?

## **7. Veien videre**

I sin takke- og oppsummeringsmail 10. september skriver kampanjelederen:

Kjære Klimavenner. Så er valget over, uten særlige overraskelser i forhold til det som var forventet. Vi hadde håpet å få større gjennomslag i valgkampen, men vi gjorde en betydelig forskjell. Regjeringserklæringen vil være det første signalet på hvordan det nye Stortinget vil forholde seg til klimapolitikken. Å påvirke Stortingsvalget i 2013 var

viktig. Å påvirke politikken etter valget er enda viktigere! Selv om kampanjen nå er formelt avsluttet, ser det ut til at de aller fleste organisasjonene er innstilt på et videre samarbeide i en eller annen form.

De fleste av de deltakende organisasjonene, også de kirkelige aktørene, har opplevd dette samarbeidet som veldig positivt og deler kampanjelederens ønske. Kampanjens initiativtakere og AU inviterte alle deltakende organisasjoner til et møte 13. november, der man ønsker å drøfte hvordan man eventuelt kan videreføre samarbeidet om kampanjens mål.

Mange sentrale representanter gir uttrykk for at det er både ønskelig og nødvendig å ha med «kirka» i dette arbeidet fremover, og er noe bekymret siden Kirkerådet tydelig har advart mot å forhaste seg.

Kirkerådet har sendt en skriftlig respons til det forestående møtet. I brevet bekrefter Kirkerådet de mange positive erfaringene med kampanjen, samt at man deler ønsket om et bredt samarbeid videre. Det er viktig å videreføre de kommunikasjonslinjene og samarbeidsrelasjonene som er skapt gjennom kampanjen.

Samtidig er Kirkerådet kritisk til noe av det som er foreslått for veien videre: Kirkerådet påpeker at alle ble invitert og har sluttet seg til en avgrenset kampanje. Dette må respekteres.

En vellykket videreføring krever at man grundig vurderer alle relevante aspekter og leter etter de mest hensiktsmessige samarbeidsmodellene. Kirkerådet er spørrende til en modell som kan virke slik at kampanjen forsøker å erstatte enkeltpersoners ekstraordinære innsats for en avgrenset periode med oppbyggingen av en organisasjon. Kirkerådet mener derfor at alle organisasjonene bør ta seg tid til en grundig evaluering, hver for seg og i fellesskap, for å finne ut av hvordan det felles anliggendet kan ivaretas best mulig fremover.

Det er svært bra at Dnks stemme så tydelig regnes med og er etterspurt. Dette ble synlig da Ingeborg Midttømme, Bispemøtets representant i styringsgruppen for SoB, var invitert som innleder på årets Zero-konferanse i Oslo. Hun skulle her gi stemme til Dnks klimaengasjement.

Klimautfordringene står ved lag. Det haster, men det kreves samtidig langsiktighet, utholdenhet og kontinuitet. Kampanjen har skapt et godt grunnlag å bygge videre på. Det brede samarbeidet som er etablert, skaper en arena for handling. Alliansen som helhet forsterker de enkelte gruppenes initiativ og medlemsorganisasjonens egne mål. Meldingen fra Kirkenes Verdensråds generalforsamling i Busan, der det ble vedtatt en uttalelse med krav om handling i kampen mot global oppvarming, bekrefter at kirkesamfunnene må engasjere seg videre.

Deler av fagbevegelsen i Norge planlegger å arrangere en stor klimakonferanse i februar 2014. Fokus skal være på nødvendig omstilling i arbeidslivet. Arrangørene ønsker å mobilisere fagbevegelsens egne medlemmer og ledere, og er svært opptatt av å ha Dnk med som deltaker og medarrangør av konferansen.

I en overordnet, samlet vurdering kan det påpekes at det i meget høy grad var overenstemmelse mellom kampanjens mål og Dnks mål for eget klimaengasjement. Samarbeidet i SoB med de ulike kirkelige aktørene ble betydelig styrket. Den kirkelige argumentasjonen og begrunnelsen for vern av skaperverket ble etterspurt og ble lyttet til. Det var godt rom for kirkens eget språk. Utover det at det forplikter og er krevende, kan en ikke se ulemper ved å gå inn i en så bred allianse av forskjellige organisasjoner.

Rapporten fra Burson-Marsteller vil forhåpentligvis gi en pekepinn om i hvilken grad Dnk/ SoB har lykket med å kommunisere eget anliggende.

### **Økonomiske/administrative konsekvenser**

Evalueringen har ingen økonomiske og administrative konsekvenser. Dette vil først bli aktuelt når eventuelle framtidige tiltak skal planlegges og iverksettes.