

Årsplan 2021 – vedtatt i KR 3.12.2020

Frist: Kvartal i 2021 som tiltaket er planlagt ferdig/evt milepæl for rapportering.

Satsing/fokus: S1: Dåp, S2: Kirke på nett, F1: Rekruttering, F2: Diakoni, F3: Frivillighet, F4: Kirken i det flerkulturelle samfunn, F5: Kirkelig gravferd.

Til/fra KR/KM: Fra KR 17/19 eller KM 04/19 vil si at tiltaket er forankret i disse sakene. Til KR eller KM 2021: Sak som skal behandles i Kirkerådet og/eller Kirkemøtet

KFØ: Avd for kirkefag og økumenikk KOM: Avd for kommunikasjon FA: Avd for forvaltning SKR: Avd for samisk kirkeliv

Strategisk mål 1	Gudstjenestelivet blomstrer				
Resultatmål:	<i>1. Vekst i antall deltakere pr gudstjeneste 2. Flere velger kirkelig vigsel 3. Oppslutning om kirkelig gravferd holdes oppe 4. Flere menigheter inkluderer samisk språk i gudstjenestelivet 5. Gudstjenesten knytter oss til den verdensvide kirken</i>				
Nøkkelindikatorer:	<i>1. Gudstjenestedeltakelse/Gudstjenestefrekvens 2. Antall vigslar 3. Antall kirkelige gravferder 4. Antall sokn med samisk språk i gudstjenesteordning og trosopplæringsplan 5. Antall økumeniske gudstjenester/Antall nedlastninger av ressursmaterieill</i>				
Resultatmål 1.1 Vekst i antall deltakere pr gudstjeneste					
Kritiske suksessfaktorer	Tiltak	Ansvar	Frist	Satsing/fokus	Til/fra KR/KM
A Folk opplever salmer som sentrale i egen livstolkning	1. Utarbeide ny strategi for salmearbeidet i Den norske kirke.	KFØ	Q4		
B Ansatte har effektive digitale verktøy	2. Ferdigstille kartlegging av ansattes bruk av digitale gudstjenesterressurser.	KFØ/FA	Q3		

Resultatmål 1.2 Flere velger kirkelige vigsel					
A Kirken har høy kvalitet og relevans på formidling av vigslar	1. Utarbeide en vigselkampanje til bruk i mange kanaler på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå.	KOM/KFØ	Q3		
Resultatmål 1.3 Oppslutning om kirkelig gravferd holdes oppe					
A Kirkens medlemmer velger kirkelig gravferd	1. Etablere nasjonalt kontaktorgan for gravferdsfeltet i samarbeid med KA. 2. Synliggjøre kirkens sorgstøttearbeid før, under og etter begravelsen på nettsider og ved utvikling av maler for brosjyrer og til pårørende. 3. Sammen med KA vurdere ulike tiltak som bidrar til en god brukeropplevelse for pårørende.	KFØ	Q2 Q3 Q2	F5 F5 F5	
Resultatmål 1.4 Flere sokn med samisk språk i lokal gudstjenesteordning og trosopplæringsplan					
A Menigheter har tilstrekkelig og tilgjengelig materiale på samisk og gode rutiner for tilbud om samiskspråklige tjenester	1. Kommunikasjonsplan med tiltak overfor menighetene i forkant av 6. februar (Samenes nasjonaldag) og Samisk språkuke (uke 43). 2. Planlegge nasjonal samisk gudstjeneste under språkuken. 3. I dialog med utdanningsinstitusjonene synliggjøre behovet for medarbeidere med basiskunnskap om samisk språk og kultur. 4. Se på tiltak for å få bispedømmer i samiske områder til å gi prester mulighet for samiskopplæring.	SKR/KOM SKR/KFØ SKR/KFØ	Q1 Q3		
Resultatmål 1.5 Gudstjenesten knytter oss til den verdensvide kirken					
A Kristne migranter opplever gudstjenesten som relevant og tilgjengelig	1. Oversette ny hovedgudstjeneste til engelsk, tysk, fransk og spansk til bruk i menighetene. 2. Oversette liturgier på bryllup og gravferd til andre språk.	KFØ	Q3 Q4	F4 F4	
B Den norske kirke 'praktiserer' delaktighet i den verdensvide kirken	1. Feire digitale gudstjenester sammen med søsterkirker på kirkens digitale flater, og utarbeide ressurser slik at lokale menigheter kan gjøre det sammen.	KFØ	Q4	F4	

Strategisk mål 2		Flere søker dåp og trosopplæring				
Resultatmål:	<i>1. Oppslutningen om dåp holdes oppe 2. Oppslutningen om trosopplæringstiltakene er stabil 3. Oppslutningen om konfirmasjon holdes oppe</i>					
Resultatindikatorer:	<i>1. Antall døyte barn 2. Deltakerandel i utvalgte, landsomfattende tiltak 3. Konfirmerte av døyte 15-åringer</i>					
Resultatmål 2.1 Oppslutningen om dåp holdes oppe						
Kritiske suksessfaktorer	Tiltak	Ansvar	Frist	Satsing/fokus	Til/fra KR/KM	
A Menighetene har en inkluderende og mangfoldig dåpspraksis	1. Gjøre det enklere for menighetene å tilby ulike former for dåp ved å utvikle rutiner for gjennomføring av åpne dåpsdager, drop-in dåp og egne dåpsgudstjenester. 2. Videreutvikle nettsider om samiske dåpstradisjoner.	KFØ SKR	Q3	S1		
B Informasjon om dåp er tilgjengelig i mange kanaler for mennesker i ulik alder og livssituasjon	1. Drop-in dåp kampanje. 2. Utarbeide materiell om dåp både til utdeling, bruk i informasjonsarbeid og samtaler om dåp for ulike aldersgrupper. 3. Etterspørsel-vinklet dåpsinfo (tekst, film, intervjuer, podkast) i kirkens eksterne kanaler.	KOM KFØ KOM	Q3 Q4 Q1-4	S1 S1 S1		
Resultatmål 2.2 Oppslutningen om trosopplæringstiltakene er stabil						
A Menighetenes tilbud for barn og unge i kirken er tilpasset koronatid	1. Øke antall trosopplæringstiltak som kan gjennomføres utendørs ved å innarbeide fokus på friluftsliv i utvalgte pedagogiske opplegg.	KFØ	Q4			
B Menigheter bruker samiske trosopplæringsressurser	1. Gjennomgang av samisk E-trosopplæring (osko.no) i samarbeid med menighetene.	SKR/ KOM	Q4			
Resultatmål 2.3 Oppslutningen om konfirmasjon holdes oppe						
A 14-åringer og deres foresatte får målrettet informasjon om kirkens konfirmasjon	1. Konfirmantkampanje som trykker både konfirmant og deres foresatte i at konfirmasjon er ok også i en korona-utrygg tid.	KOM/ KFØ	Q1-2			

B Konfirmantene har en god opplevelse av konfirmasjonstiden	1. Lansere konfirmantevalueringsappen (i.konf.) for menighetene og rekruttere menigheter til å ta denne i bruk, samt delta i studie.	KFØ	Q3		
C Konfirmasjonstidens gudstjenester er gode	1. KM-sak om konfirmasjonstidens gudstjenester forberedes og følges opp med hensiktsmessig publiseringsform.	KFØ	Q2		KM 21

Strategisk mål 3	Kunst – og kulturuttrykk er en del av kirkelivet				
Resultatmål:	<i>1. Vekst i antall deltakere på konserter og kulturarrangement 2. Flere åpne kirker</i>				
Nøkkelindikator:	<i>1. Antall deltakere på kunst- og kulturarrangement 2. Antall åpne kirker</i>				
Resultatmål 3.1 Vekst i antall deltakere på konserter og kulturarrangement					
Kritiske suksessfaktorer	Tiltak	Ansvar	Frist	Satsing/ fokus	Til/fra KR/KM
A Menighetene har god kompetanse på kulturarrangementer	1. Utarbeide veiledning for publikumsbygging og programutvikling. 2. Bistå i arbeidet med å etablere flere regionale kultursentra.	KFØ KFØ	Q4		KM 11/18
Resultatmål 3.2 Flere åpne kirker					
B Kirkebygg bevares og utvikles som identitetsbygg	1. KM-vedtak om Kulturarvsstrategi følges opp med handlingsplan. 2. Kommunikasjonsstrategi: kirkebygget som kulturarv og betydning for “folk flest” -ref. medlemsundersøkelse. 3. Videreutvikle sommerkirken, utarbeide mal for lokalkirken. 4. Allehelgen satsing.	KFØ KOM KOM KOM	Q2 Q2 Q2 Q3	F2	KM 21 KM 21

Strategisk mål 4

Folkekirken engasjerer seg i samfunnet

Resultatmål:

1. Flere menigheter med diakonal betjening 2. Flere menigheter tilbyr fellesskap til nye i Norge 3. Arbeid med religionsdialog styrkes 4. Kirkens digitale nærvær øker 5. Kirken er synlig på flere arenaer i det offentlige rom 6. Samarbeidet kirke/skole styrkes 7. Kirken fremmer menneskeverd, fred, menneskerettigheter og vern om skaperverket

Resultatindikatorer:

1. Antall menigheter med diakonal betjening 2. Antall menigheter med tilbud ifm integreringsarbeid 3. Antall fora for religionsdialog 4. Antall SoMe-kanaler/antall følgere og poster pr kanal 5. Antall artiklertreff på Dnk i radio, TV, print, nettaviser/antall frokostseminarer 6. Antall barnehage-/skolegudstjenester 7. Antall arrangement/deltakere og tiltak. Antall grønne menigheter/miljøfyrtårn

Resultatmål 4.1 Flere menigheter med diakonal betjening

Kritiske suksessfaktorer	Tiltak	Ansvar	Frist	Satsing/ fokus	Til/fra KR/KM
A Lokalkirken får styrket diakonal tilstedeværelse og økt diakonal kompetanse	1. Programutvikling på diakonifeltet i kjølvannet av korona.	KFØ	Q4	F2	
B Diakonale og offentlige virksomheter ser Den norske kirke som relevant samarbeidspartner når sosiale utfordringer skal løses	1. Tilrettelegge for deltakelse i Frivillighetens år 2022. 2. Lyse ut innovasjonsmidler til prosjekter knyttet til (frivillighet), samskaping og samarbeid om bærekraftsmål mellom kommuner, næringsliv, diakonale institusjoner og menigheter lokalt.	KFØ	Q4 Q2	F3 F2	KR xx/20

Resultatmål 4.2 Flere menigheter tilbyr fellesskap til nye i Norge					
A Kirken er et mangfoldig fellesskap	1.KR-vedtak om kristne migranter følges opp med handlingsplan. 2.Utvikle flere engelske flater, på nettsider og sosiale medier som fungerer for Dnk som «kirke i verden», kommunikasjon med migranter etc.	KFØ KOM/KFØ	Q1 Q1-4	F4 F4	KR xx/20
Resultatmål 4.3 Arbeid med religionsdialog styrkes					
A Kirkens medlemmer er trygge og konstruktive bidragsyttere i et flerkulturelt og livssynsåpent samfunn	1. Øke kompetanse i kirken om forholdet mellom religion og populisme gjennom bokprosjektet til MKR.	KFØ	Q2		
B Folk opplever at kirken har en aktiv og konstruktiv rolle i et flerkulturelt og livssynsåpent samfunn	1. Motvirke økende antisemittisme og kristensionisme og stimulere til ny refleksjon om kirkens forhold til jødedom, gjennom et forsknings- og formidlingssamarbeid mellom MKR, BM og HL-senteret. 2. Igangsette et pilotprosjekt i menigheter om diakonale praksiser i møte med fremmedfrykt.	KFØ	Q4 Q4		
Resultatmål 4.4 Kirkens digitale nærvær øker					
A Befolkningen ser kirken som viktig del av sitt hverdagsliv	1.Utvikle nett-tilbud til samisk ungdom med fokus på å fremme kristen tro, styrke samisk identitet og kristent fellesskap. 2.Nettkirken integreres og bygges ut. 3.Oppdatere nasjonal digital kanalstrategi ift innhold og målgrupper (kirken.no, SoMe). 4.Gjennomføre nasjonal medlemsundersøkelse, som en oppfølging av 2019.	SKR/ KOM KOM KOM	Q2 Q1-4 Q1 Q2	F2 F2	
B Kontinuerlig interaksjon internt i kirkerådet og med bispedømmekontor og fellesråd	1. Planlegge markering av SKR 30 år i 2022. 2.Utvikle en sterk internkommunikasjon i mange kanaler.	SKR KOM/FA	Q4 Q1-4	S4	
C Stoff om kirkens globale fellesskap finnes på digitale flater	1. Kirkens digitale flater tilrettelegges slik at flere nyheter og levende historier fra søsterkirker og globalt kirkesamarbeid blir delt.	KOM/KFØ	Q1-4		

Resultatmål 4.5 Kirken er synlig på flere arenaer i det offentlig rom					
A Den norske kirkes stemme i det offentlige rom er tydelig til stede for flere	1.Kirken til stede-prosjektet videreutvikles på ulike fysiske arenaer, samt i podcasts og webinarer.	KOM/KFØ	Q1-4	F2	
	2.Proaktiv mediestrategi med positivt-vinklet saker som viser kirken som aktiv og tilstedeværende (minst 2 pr mnd på nasjonalt nivå).	KOM	Q1-4		
	3.Sette bærekraftsmål og aktuelle verdipørsmål på den offentlig dagsorden i forkant av stortingsvalget.	KOM			
B Den norske kirke er relevant samvirkeaktør ved katastrofer og ulykker	1. Utvikle digital læring for lokalt arbeid med ekstern beredskap.	KFØ	Q3		
Resultatmål 4.6 Samarbeidet kirke/skole styrkes					
A Skolen ser Den norske kirke som en ressurs for å realisere skolens formål og læreplaner	1. Utrede mulighet for samarbeid med NRK om oppdatering av innhold om kristendom og Dnk på NRK/skole.	KFØ	Q1		
B Skoleelever og andre har god tilgang på litteratur om kristen tro	1. Finne egnede metoder for å stimulere bibliotekene til å ta inn mer litteratur om kristen tro.	KFØ	Q2		
Resultatmål 4.7 Kirken fremmer menneskeverd, fred, menneskerettigheter og vern om skaperverket					
A Den norske kirke er en aktiv og synlig forkjemper for menneskeverd, fred, menneskerettigheter og lokal og global rettferdighet	1. Utvikle en helhetlig policy om Dnks arbeid med migrasjon, asylpolitikk og solidaritet med mennesker på flukt.	KFØ	Q4		MKR 2021
	2. Revidere «Strategi for Mellomkirkelig råds engasjement for rettferdig fred i Palestina og Israel 2018 - 20».		Q1		MKR 2021
	3. Være pådriver og bidragsyter for en god norsk handlingsplan for bærekraftsmålene og gjennomføring av denne, gjennom myndighetsdialog og kommunikasjon.				
B Kirken er en verdibevisst forvalter	1. Lage handlingsplan for halvering av utslipp fra Den norske kirke innen 2030.	KFØ/FA	Q4		KM 2021
C Kirken forsvarer samers og urfolks menneskerettigheter	1. I arbeidet med kirkelig kulturarvstrategi bygge opp samisk kompetanse på samisk kristendoms- og kirkehistorie som en del av å sikre kirkens deltakelse i sannhets- og forsoningsprosessene i Sápmi.	SKR			

Strategiske mål 5	Flere finner sin plass i kirkelig arbeid				
Resultatmål	1. Rekruttering til vigslende stillinger styrkes 2. Flere engasjeres til frivillig tjeneste i kirken 3. Kirkelige medarbeidere trives i jobben 4. Tilbud for unge i menighetene styrkes				
Resultatindikatorer	1. Antall vigslinger 2. Antall frivillige 3. Medarbeiderundersøkelser / sykefravær 4. Antall deltakere på tilbud for 13-17 år og 18-30 år				
Resultatmål 5.1 Rekruttering til vigslende stillinger styrkes					
Kritiske suksessfaktorer	Tiltak	Ansvar	Frist	Satsing/ fokus	Til/fra KR/KM
A Flere søker og fullfører profesjonsstudier	1. KM-sak om rekrutteringsstrategi følges opp med handlingsplan.	KFØ/FA/KOM	Q2	F1	KM 2021
	2. Utlyse stimuleringsmidler til menighetene for å rekruttere ungdommer til å ha sin arbeidsuke i kirken.	KFØ	Q2	F1	KM 2021
	3. "Prest under utdanning" utredes, besluttes og tas i bruk.	FA	Q3	F1	
	4. Undersøkelse av samiske ungdommers holdninger til tro og kirke med mål om å øke rekruttering til frivillighet og utdanning som fører til jobb i kirken.	SKR		F1	
Resultatmål 5.2 Flere engasjeres til frivillig tjeneste i kirken					
B Folk kjenner til muligheter for frivillig innsats med mening	1. KR-sak om frivillighet følges opp med handlingsplan.	KFØ	Q1	F3	KR xx/20
Resultatmål 5.3 Kirkelige medarbeidere trives i jobben					
C Internkultur og arbeidsmiljø skaper trivsel	1. Kirkebakken og Ressursbanken utvikles og lanseres i ny, forbedret versjon, både teknisk og innholdsmessig. 2. Bygge gode samarbeidsrutiner gjennom en satsing på internkommunikasjon. 3. Medarbeiderundersøkelse for alle ansatte gjennomføres i samarbeid med KA. 4. Følge opp LHBT rapporten med tiltak. 5. Arbeidsundersøkelse blant kvinnelige prester.	KOM KOM FA FA FA	Q4 Q4 Q2 Q1	S2	KR 62/20

Resultatmål 5.4 Tilbud for unge i menighetene styrkes					
D Menighetene har tilbud til unge og unge voksne	1. Utarbeide ressurser til menighetene slik at de kan løfte frem kirkens gratis sjelesorg/samtaletilbud.	KFØ/KOM	Q3		
	2. Samarbeide med Oslo bispedømme om at samtaletilbud rettet mot unge voksne 18-30 år etter modell fra VentilOslo tas i bruk flere steder i landet.	KFØ	Q4		
	3. Synliggjøre Den norske kirkes tilbud til unge voksne i de store studentbyene i Dnks SoMe-kanaler der målet er å nå de som flytter for å studere/jobbe i starten av et nytt semester.	KFØ/KOM	Q3		
	4. Bidra til at alle bispedømmer har oppdatert, relevant og lett tilgjengelig informasjon om unge-voksne tilbud rundt om i landet og at det er tilgjengelig også på den norske kirkes hjemmeside.	KFØ/KOM	Q4		

Strategisk mål 6		Kirken har en demokratisk og velfungerende organisasjon			
Resultatmål	<i>1. Oppslutning om kirkevalg opprettholdes 2.Reduksjon i administrative kostnader 3. Kirken har en velfungerende organisasjon</i>				
Resultatindikatorer	<i>1. Valgdeltakelse 2. Administrative kostnader 3. Antall avviksmeldinger</i>				
Resultatmål 6.1 Oppslutning om kirkevalg opprettholdes					
Kritiske suksessfaktorer	Tiltak	Ansvar	Frist	Satsing/fokus	Til/fra KR/KM
A Valget er lett tilgjengelig for kirkens medlemmer	Anskaffe internettløsning for forhåndsstemming.	FA	Q4	S2	
B Barn sikres medvirkning i Den norske kirke	Utrede muligheter for opprettelse av nasjonalt barneråd.	KFØ	Q4		UKM 4/18

Resultatmål 6.2 Reduksjon i administrative kostnader					
A Hensiktsmessig organisering av Den norske kirke på regionalt og nasjonalt nivå	1.Sammen med Fellestrådene skaffe ny rammeavtale for LPR (lønn, personal, regnskap). 2.Motta Hovedutvalgets arbeid med Kirkelig organisering, sende det høring og forberede politiske beslutninger.	FA FA	Q3 Q2	S2	
B Optimal utnyttelse av økonomiske rammer	1.Utrede endringer i tilskuddssystemet for bedre måloppnåelse av tilskuddene. 2.FOUI-strategien iverksettes gjennom 1) statistikk/analyse 2) forskningsstrategi 3) innovasjonsplan.	FA FA	Q4 Q3	S2	
C Ansatte opplever at elektroniske verktøy alltid er lett tilgjengelig	1.Etablere en nasjonal bildebank som sikrer korrekt behandling av personvern og rettigheter. 2.Etablere enkle verktøy for universell utforming.	KOM KOM	Q3 Q2	S2 S2	
D Ansatte har tilbud om faglig påfyll der de er	1. Kirkefaglig webinarserie hver torsdag hele året. 2.Anskaffe og ta i bruk en læringsplattform for opplæring og kompetanseheving. 3.Webinarer/frokostmøter/e-kurs knyttet til kommunikasjonsfaget – rettet mot lokalt arbeid.	KFØ FA KOM	Q1 Q3 Q1-4	S2 S2	KR 62/20
Resultatmål 6.3 Kirken har en velfungerende organisasjon					
A Kirken har oversikt over alle ansatte	Etablere et ansattregister med oversikt over alle ansatte.	FA	Q3	S2	KR 62/20
B Kirken driver aktiv medlemspleie	Etablere mulighet for å starte innhenting og registrering av kontaktinfo til medlemmene.	FA	Q4	S2	KR 62/20
C Kirken forvalter kulturhistorien	1. Gjennomføre utskillelse av presteboliger og andre eiendommer med særskilt kirkelig interesse frå OVF til Dnk. 2. Bidra til å opprette et kirkebevaringsprogram, jf Meld.St.29 (2018-2019) om OVF.	FA FA	Q3 Q4		St.meld.29 (2018-2019) om OVF
E Kirken er i stand til å dra nytte av eksisterende virksomhetsdata	Etablere løsning for styrings- og ledelsesinformasjon basert på dagens datakilder.	FA	Q4	S2	KR 62/20
F Plattformer for samarbeid er hensiktsmessige	Vedta nye vedtekter og organisering av SMM for å styrke samarbeidet mellom Dnk og misjonsorganisasjonene.	KFØ			

Strategisk mål 7 Den globale kirkes enhet

Resultatmål:	<i>Den norske kirke ivaretar sine medlemskapsforpliktelser i de økumeniske organisasjonene</i>				
Nøkkelindikator:	<i>Deltakelse og bidrag i økumeniske sammenhenger</i>				
Kritiske suksessfaktorer	Tiltak	Ansvar	Frist	Satsing/ fokus	Til/fra KR/KM
A Den norske kirkes tilhørighet i globalt kirkeliv er synliggjort	1. Bidra med kompetanse og ressurser til internasjonale økumeniske organisasjoners omstillingsprosesser i en krevende koronasituasjon.	KFØ	Q1-4		
B Den norske kirkes økumeniske relasjoner er synliggjort og systematisert	1. Iverksette vedtaket i KM-sak om "Den norske kirkes globale oppdrag".	KFØ	Q 3-4		
C Den norske kirke lærer av og viser solidaritet med kirker i særlig sårbare områder	1. Gjennomføre «Strategi for arbeid med tros- og livssynsfrihet» i samarbeid med BM. 2. Utvikle og gjennomføre alternativer til solidaritetsbesøk i en situasjon hvor reiser er vanskelig.	KFØ KFØ	Q1-4 Q1-4		