



## Rapport fra «Sammen som kirke i hele verden» 2021

**Til:** SMM- rådet og Agder og Telemark bispedømmeråd

**Fra:** Aksjonsgruppen for «Sammen som kirke i hele verden»

Aksjonsgruppen for «Sammen som kirke i hele verden» avgir rapport til SMM- rådet og Agder og Telemark bispedømmeråd, som begge på hver sin måte stod bak aksjonen. SMM- rådet støttet aksjonen og representerte organisasjonene. Agder og Telemark bispedømmeråd stod bak aksjonen og inviterte de andre bispedømmene til å være med.

### Beskrivelse av aksjonen

Aksjonen ble gjennomført for andre gang, i 2021 fra Kristi himmelfartsdag til Sankthans.

Planleggingen av aksjonen begynte rundt nyttår 2020/2021. Aksjonsgruppen bestod av: Knut Hallen (Daglig leder SMM), Ivar Sandnes (Agder og Telemark), Rune Rasmussen (Agder og Telemark), Tore Gullaksen (Agder og Telemark) og Geir Sakseid (Møre).

Første fase bestod av en gjennomgang av aksjonens profil og rekruttering av de andre bispedømmene. Misjonsrådgiverne ble betraktet som nøkkelpersoner og var med i planleggingen av aksjonen. Tidspunktet for årets aksjon ble bestemt i nær forståelse med Kirkens Nødhjelp (KN) og Fasteaksjonen.

Når vi denne gangen inviterte menighetene til å være med, profilerte aksjonsgruppen enda tydeligere menighetens eget valgte prosjekt som fokus for aksjonen. Vi har formidlet enda klarere enn første gang at aksjonen er en styrking av misjonsengasjementet i menighetene, og en hjelp til å ta det ansvaret som ligger i misjonsavtalene på større alvor.

### Aksjonen i tall (pr. 7.9.2021)

<b>Totale inntekter 2021</b> 138 av 183 menigheter har levert rapport	<b>kr. 1.645.519</b>
<b>Gjennomsnittlig bidrag pr menighet</b>	<b>kr. 11.670</b>

**Inntektene fordelt på organisasjonene:**

NMS	Nor- misjon	Himal Partner	Areopagos	Israels- misjonen	Misjons- alliansen	Stefanus- alliansen	Andre
1.111.886	109.079	90.824	23.631	850	99.487	155.620	54.129

**Inntekter pr. innsamlingsform**

Facebook	Vipps	Spleis	Andre	Offer
165.411	517.633	176.074	336.096	452.482

**Inntekter og antall pr. bispedømme 2021**

2021	A&T	Tunsb	Oslo	Møre	Bjørg	Borg	S.H	Stav	Nida	NH
Inntekter	485.543	88.041	67.125	307.314	92.370	231.654	42.024	312.496	15.127	3825
Menigheter Levert rap i parentes	44 (38)	15 (11)	11 (10)	34 (34)	12 (8)	8 (7)	15 (11)	25 (18)	13 (7)	5 (1)

**Inntekter og antall pr. bispedømme 2020**

2020	A&T	Tunsb	Oslo	Møre	Bjørg	Borg	S.H	Stav	Nida	NH
Inntekter	992.375	60.613	38.840	52.162	157.906	78.309	34.286	139.754	353.527	19.544
Menigheter	45	9	8	12	39	3	10	31	7	27

**Enkeltaksjoner som har samlet inn over 100.000:**

	2020	2021
Store gaver pr bispedømme	Agder og Telemark: 421.000 Nidaros: 319.000 (ikke SMM)	2021: Borg: 170.000
Store gaver totalt	740.000	170.000
Total pr år	1.927.316	1.612.164

Vi ser at antall menigheter som var med i årets aksjon, var tilnærmet det samme som i 2020 – 183 (2021) mot 185 (2020). Engasjementet i bispedømmene og blant misjonsrådgiverne har hatt stor betydning for rekruttering og oppfølging. Samarbeidet med organisasjonene har vært meget godt. Vi ser konturene av at aksjonen åpner dører for økt samarbeid mellom menighet og organisasjon, noe som vil kunne få stor betydning for misjonsavtalene framover.

Snittet pr. menighet i aksjonen har økt fra kr.10.475 (2020) til kr.11.670 (2021). Når vi ser bort fra ekstraordinære innsamlingsresultater fra tre menigheter i 2020, som vi ikke fikk i 2021, blir gjennomsnittresultatet pr. menighet enda bedre. Vi er på rett vei.

Gjennomsnittsbetøpet for en menighetsavtale i et normalår, før korona, lå på ca. kr.16.000. I

2020 var dette beløpet redusert til kr.14.884,-. Dette viser at aksjonen bidrar vesentlig for å sikre inntektene fra misjonsavtalen.

### **Innhold og digital kompetanse**

Gjennom aksjonen har menighetens misjonsavtale blitt synliggjort og misjonens plass i menighetsarbeidet er styrket. En slik synliggjøring er viktig. Aksjonen er med å styrke forbindelseslinjen mellom arbeidet lokalt og internasjonalt. Det er med på å vektlegge menighetenes misjonale perspektiv lokalt og globalt.

Det har også vært et mål for aksjonen å styrke menighetenes digitale kompetanse både på innsamling og formidling. Mange menigheter har fått trening og opplæring i å bruke digitale plattformer og hjelp til å formidle budskap via sosiale medier. Dette er svært verdifullt. Innsamlingsprofilering har hjulpet menighetene til å spisse sitt budskap til engasjement. Aksjonen har vektlagt menighetens eget kall til å være misjonar, både i egen kultur og tverrkulturelt.

### **Ressurser**

Aksjonen har vært drevet ut fra en egen nettside og en Facebook-side med ca. 1855 følgere. I tillegg har det vært sendt ut informasjon og veiledning fra det enkelte bispedømme. Aksjonsgruppen har laget felles materiell, slik som: Prekenknagger for aksjonsperioden, eget temanummer i Luthersk Kirketidende, annonsekampanje i Vårt Land og annonser til sosiale medier. Aksjonen har også fått redaksjonell omtale både nasjonalt og regionalt. I tillegg har det blitt gjennomført to web-cafemøter rundt aksjonen. Vi vil også understreke betydningen av biskopenes anbefaling av aksjonen.

### **Samarbeid med organisasjonene**

Selv om dette er kirkens egen aksjon for den globale kirke, har organisasjonene en sentral rolle i samarbeidet. Her har vi opplevd mye velvilje og god drahjelp. Organisasjonene har utnevnt egne kontaktpersoner som har fulgt opp, både i forhold til informasjonsbehovet i aksjonen og når det gjelder verving av menigheter som organisasjonen har avtale med. All honnør til SMM-organisasjonene. Daglig leder av SMM har spilt en viktig rolle i gruppen og i fasiliteringen av kontakt, både med misjonsrådgiverne og SMM-organisasjonene. Han har også vært forbindelseslinjen mot Kirkerådet sentralt.

### **Kontakt med Kirkens Nødhjelp**

Vi opplever at menighetenes to «globale bein» går i fin takt og gjensidig beriker og styrker hverandre. For menighetene er det viktig at det er god koordinering mellom de to aksjonene. KN har vært positive til aksjonen og vi har samkjørt våre tiltak i god og gjensidig dialog.

### **Gode effekter**

En av årsakene til at årets aksjon har fått en bredere forankring blant de aller fleste av landets bispedømmer, er at menighetene har fått bedre tid til å forankre aksjonen i menighetsråd og i staber lokalt. For de av menighetene som var med i fjorårets aksjon, er det grunn til å anta at årets aksjon ble noe enklere å gjennomføre nettopp på grunn av erfaringen de hadde fra fjorårets aksjon.

Gjennom aksjonen ser vi gode eksempler på at det som skjer i aksjonsperioden forplanter seg over i menighetens øvrige arbeid. Veien fram til å bli med i aksjonen er enkel. Når menigheten går videre og setter sammen en aksjon som er digital og samtidig består av fysiske kreative samlinger, lykkes menighetene best. Noen eksempler her er SUP (stand up padling) stafetter, sykkelaksjoner, badeløfter fra prester og ulik bruk av digitale basarer og mye mer. Dette må tilpasses lokale forhold og ressurser. Vi fastholder at en lav terskel til å bli med er viktig og at gode erfaringer i selve aksjonstiden forplanter seg til aktiviteter også utover aksjonsperioden. På denne måten ser det også ut til at misjonsengasjementet befrukter menighetsarbeidet, ikke minst innen konfirmant og trosopplæringsarbeidet.

### **Oppsummering - veien videre**

Hovedinntrykket etter årets aksjon er at den oppleves å ha livets rett fordi den styrker misjonsengasjementet lokalt. Vi ser av kommentarer som framkommer i sluttrapportene at menighetene opplever aksjonen som et tjenlig redskap for menighetsavtalen. Av rapportene framkommer det at en klar majoritet av menighetene som var med i fjor, også ble med i år. Tallene viser at aksjonen har fått et større eierskap i de fleste av bispedømmene. Vi kan derfor konkludere med at aksjonen virker til å skape innovasjon og nytenkning rundt misjon.

Aksjonen «Sammen som kirke i hele verden» er en hjelp til å styrke menighetenes egne valgte SMM- misjonsprosjekt. Den er et tiltak og en aksjon som, i en ny digital tid, hjelper menighetene med å virkeliggjøre sin identitet og misjonale oppgave.

En kan si at aksjonen begynte for å **berge** misjonsavtalen i koronatiden, nå vil vi gjerne fortsette for å **styrke** de samme avtalene.

Ut fra dette anbefaler aksjonsgruppen en fortsettelse av aksjonen. Vi tror at en regional forankring i ett bispedømme kan være en god modell også videre. Aksjonen vil dog miste sin kraft dersom ikke en koordinerende gruppe drar lasset og bygger en felles nasjon profil og identitet. En slik gruppe er arbeidsbesparende og effektiv. Denne aksjonen har vokst fram fra et initiativ i Agder og Telemark bispedømme og er i dag landsomfattende. For kirken mener vi det er viktig at en slik aksjon fortsatt kan være forankret i ett bispedømme, på vegne av de bispedømmer og menigheter som slutter seg til.

### **Aksjonsgruppens anbefalinger:**

1. Aksjonsperioden ligger fast fra Kristi Himmelfartsdag til Sankthans.
2. Aksjonen er fleksibel, med en lav terskel til å bli med og samtidig tilrettelegge for økt globalt engasjement for den enkelte menighet.
3. Målet for 2022: Vekst i antall menigheter som er med i aksjonen til 200 og å nå fullt ut 2 millioner kroner i registrerte inntekter til prosjektene.
4. En ser for seg en fortsatt vekst på kr. 500.000 pr. år i de neste 5 årene. Dette skal skje både ved vekst i antall menigheter og vekst i inntektene fra de menighetene som er med.

10. september 2021

Aksjonsgruppen

Ivar Sandnes   Knut Hallen   Tore Gullaksen   Rune Rasmussen   Geir Sakseid