

**BORGÅ SVENSKA
DOMKYRKOFÖRSAMLING**



Kommunikationsplan 2022 - 2024



Kommunikationsplan 2022-2024

Borgå svenska domkyrkoförsamling

Inledning

Kommunikationsplan 2022 - 2024 för Borgå svenska domkyrkoförsamling är uppgjord utgående från de bärande tankarna i församlingens verksamhetsstrategi 2021 - 2024 mitt ibland oss. Gud är mitt ibland oss, i vardag och i fest. Vi vill kommunicera den här närvaron, bl a genom att framhålla församlingens kärnvärden helighet, delaktighet och livsnärhet.

Domkyrkoförsamlingens identitet

Fram till år 2017 använde Borgå svenska domkyrkoförsamling en egen logo med församlingens egna namn i sin kommunikation.

Sedan år 2017 har Borgå svenska domkyrkoförsamling, Porvoon suomalainen seurakunta och Borgå kyrkliga samfällighet använt en gemensam logotyp med huvudnamnet Kirkko Porvoossa - Kyrkan i Borgå och organisationens namn som undertext.

Vid gemensamma evenemang har endast logon Kyrkan i Borgå - Kirkko Porvoossa använts.

Formuleringen Kyrkan i Borgå - Kirkko Porvoossa är ekumeniskt problematisk. Uttrycket fördunklar också det faktum att Porvoon suomalainen seurakunta och Borgå svenska domkyrkoförsamling är två självständiga församlingar med varsin egen identitet, kultur och profil.

I den av församlingsrådet godkända verksamhetsplan 2021 - 2024 för Borgå svenska domkyrkoförsamling betonas domkyrkoförsamlingens egna identitet som en kristen, svenskspråkig domkyrkoförsamling.

Församlingsrådet har därför gått in för att frångå användningen av den gemensamma logon och igen börja använda en egen logo där namnet på församlingen - Borgå svenska domkyrkoförsamling - tydligt framgår.

Församlingen skapar därför en ny logotyp som följer den evangelisk-lutherska kyrkans i Finland grafiska anvisningar för de evangelisk-lutherska församlingarna i Finland.

Det centrala budskapet - Mitt i bland oss

Målsättningar för kommunikationen

Berätta om vad som händer i församlingen, evenemang

Stärka uppfattningen att man kan vara kristen på många olika sätt - du duger

Framhålla högmässan i Domkyrkan som hela församlingens gemensamma fest

Församlingen är mitt ibland oss och syns i vardagen och i olika evenemang

Församlingen finns där människor finns - vi deltar i evenemang i Borgå.



Användningen av kommunikationens resurser

Läget just nu

Kommunikationens budget för år 2021 var ca. 165 500 €.

Av den summan var ca 83 000 € för prenumerationen av Kyrkpressen, ca. 49 000 € för personalkostnader ca 12 000 € för annonsering, ca. 14 500 € för tryckkostnader och ca. 7 000 € för övriga utgifter. Budgetsumman för annonsering innebär annonsering i Östnyland, samt en bråkdel för Facebook-annonsering.

Då det gäller Kyrkpressen omfattar prenumerationen i dagens läge 4 608 hushåll. Östnyland har ca. 5 000 prenumeranter, och läses av ca. 10 000 personer.

Så här vill vi använda kommunikationens resurser i framtiden

Eftersom vår ekonomi förutspås bli stramare i framtiden behöver vi fundera över hur vi för delar resurserna i allmänhet, också när det gäller annonsering.

Hur används vår annonseringsbudget idag och hur borde vi använda den?

Annonsering på Facebook är förmånlig och man når betydligt flera via dessa annonser än via en papperstidning.

Det flesta av församlingens medlemmar under 80 år finns idag på sociala media, och även många över 80 år.

För att nå ut till icke-aktiva medlemmar bör vi satsa mera pengar på annonsering via sociala medier där folk rör sig mest.

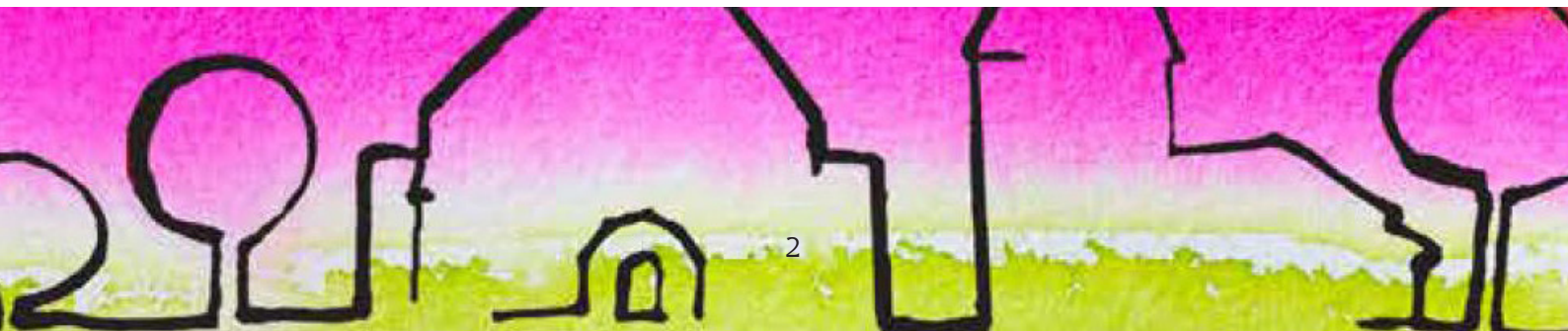
Då det gäller Kyrkpressen vill vi fortsättningsvis sända ut tidningen till alla våra hushåll.

På lång sikt vill vi reducera tjänsteinnehavarens lönekostnader till 50 % av den nuvarande summan.

Vi vill fortsättningsvis annonsera i tidningen Östnyland varje vecka. I annonserna ingår gudstjänster, konserter och evenemang som inte är fortlöpande.

Vid varje terminsstart gör vi en mer utförlig annons där vi presenterat alla grupper som finns och deras verksamhet.

Vi gör upp terminsprogram som vi delar ut i alla grupper, i Domkyrkan, kapellen och i församlingshemmet. Detta program delas också på vår webbsida (som pdf för nedladdning) samt på vår Facebook sida. Vi sänder det också per epost till de medlemmar som har uppgett sin e-postadress.



Budskap – Han låter vår bägare flöda över –att få och ge vidare

**Vi producerar och publicerar andligt innehåll i våra kanaler,
med beaktande av mottagarnas livssituation och behov**

Vi inkluderar så många som möjligt i vår gemenskap

Vi strävar till att använda en gästfri ton i våra texter

**Vi strömmar gudstjänster och konserter, enligt behov och
resurser**

**Vi nätverkar och samarbetar inom kyrkan och utanför kyrkan
med andra samarbetspartners**

**Vi behöver inte konkurrera med någon annan församling utan
genom samverkan blir vi starka inom kyrkan**

**Kommunikationen lyckas då vi beaktar
den som vi vill nå med vår information.**

Dialog

Sikte mot framtiden

Utveckla kanalerna, t.ex. e-post nyhetsbrev



Kanaler och metoder – Han dukar ett bord för oss – ett inkluderade oss

Kommunikationen baserar sig på en mängd olika innehåll som vi sprider via många olika kanaler - tidningsartiklar, pressnyheter, annonser, bilder, videon, direktströmningar som vi sprider.

Kanalerna är bilagan i Kyrkpressen, tidningen Östnyland, webben och sociala medier.

Kommunikationen fokuserar både på innehåll som är centralt ur församlingens perspektiv och på innehåll som är viktigt för våra målgrupper. Vi strävar till att använda innehållet i flera kanaler och satsar på kvalitet framför kvantitet.

Vi håller fram församlingens grunduppgifter i vårt innehåll och strävar till att kommunicera dess relevans i vardagslivet. Vi ger mervärde till borgåborna t.ex. via innehåll om olika förrättningar.

Vårt innehållsarbete utvecklas till en del i samarbete med Porvoon suomalainen seurakunta och Borgå kyrkliga samfällighet.

Vi använder oss av den sakkunskap som finns hos Borgå kyrkliga samfällighets kommunikatör i utvecklandet av församlingens kommunikation.

Utvecklandet av Kyrkbackens fastigheter, och den verksamhet som ordnas där, prioriteras i såväl Porvoon suomalainen seurakuntas som Domkyrkoförsamlingens strategi.

Vi vill därför lyfta fram Kyrkbacken i vår kommunikation.

Vi sprider och delar det kristna budskapet och synliggör vår tro i det kyrkliga rummet.

Vi skapar dialog med besökaren också i våra kanaler i sociala medier.

Vi utvecklar och utbildar - Den gren som bär frukt, den ansvar han

All verksamhet är kommunikation, all kommunikation är verksamhet

Vi utbildar vår personal med syfte att alla anställda skulle uppfatta kommunikationen som en naturlig del av den egna arbetsuppgiften

