

**Fra:** Brit Wichlund <britwic@yahoo.no>  
**Sendt:** 17. november 2014 14:28  
**Til:** Borg-bdr  
**Emne:** Strategiplanen, Dnk i Borg, 2015- 2020

**Oppfølgingsflagg:** Follow up  
**Status for flagg:** Flagget

Til Borg bispedømmeråd,

vedr. Strategiplanen 2015- 2020.

Det står på deres nettsider at innspill eller kommentarer til Strategiplanen kan sendes denne e - post adressen. Jeg vil gjerne sende en slik kommentar, så da gjør jeg det selv om jeg ikke har noen direkte befatning med Strategiplanen.

"Mer himmel på jord" er en fantastisk visjon. Som med de fleste visjoner og planer, er utfordringen gjerne å gå fra plan til virkelighet. Det kan se ut til (?) at Strategiplanen delegerer de konkrete tiltak til de lokale miljøer. Kunne Strategiplanen kanskje likevel i større grad tatt opp helt konkrete tiltak, er noe jeg lurer på.

I Strategiplanen vises det til utfordringer med hensyn til f.eks medlemstall og deltagelse. Årsakene utredes ikke direkte (men det gjøres sikkert i andre dokumenter). Under overskriften 'Folkekirke, religiøsitet og verdisyn' s.3, vises det til ulike endringer i samfunnsutvikling. I denne sammenhengen dukker det opp et spørsmål (som kan ha betydning) og som gjelder 'alternative verdisyn'. Kanskje særlig yngre generasjoner søker tilhørighet i verdisystemer, eller nyåndelige strømninger, som ligger utenfor kirken, men som har et religiøst tilsnitt. Har kirken et uttalt forhold til 'nyåndelighet', enten det gjelder å skille seg fra, eller å plukke opp elementer fra, slike strømninger?

Klimautfordringene er blitt påtrengende. Hva kan kirken konkret gjøre på området (selv om det i en viss forstand skulle være 'utradisjonelt' for kirken å opptre som 'miljøaktivist').

Måleproblemer?

Å måle resultater av Strategiplanen og strategiarbeidet kan by på utfordringer. For det kan være mange positive ringvirkninger/ ikke- målbare størrelser, som strekker seg godt utover de målbare strategimålene.

En bekjent av meg (Domkirken menighet) uttalte en gang at 'kirken har et godt budskap, men er dårlige på å 'markedsføre' det' (ikke mine ord, altså!).

Hvis det er et poeng her, hva kan gjøres, helt konkret, for å styrke kommunikasjonen (s. 5).

Takk for anledningen til å kommentere Strategiplanen.

Med vennlig hilsen

Brit T. Mohn Wichlund  
( økonom )