

Årsrapport 2024
KOMMUNIKATON





Årsrapport 2024 - Viborg Stift Kommunikation

Denne årsrapport samler de vigtigste aktiviteter, kampagner og initiativer i Viborg Stift Kommunikation i 2024.



Magasinproduktion og Digital Kampagne

Magasinet *Nye generationer – nye muligheder* blev udviklet og distribueret i både trykt og digital form. Med et oplag på 3300 eksemplarer blev den distribueret ud til menighedsråd og ansatte i stiftet.

- [Årsmagasin 2024](#)



Menighedsrådsvalg og Kampagner

En omfattende kampagne blev gennemført for at fremhæve betydningen af menighedsrådsarbejde hvor vi bragte 4 forskellige menighedsrådsmedlemmers største oplevelser i arbejdet.

- Det er jeg særlig stolt af: <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/lokale-ildsjaele-skaber-faellesskaber-og-nye-muligheder>

Det blev fulgt op af webinar og podcast serie der udgår en velkomstpakke til de nye menighedsråd:

- Velkomstpakke til nye menighedsråd: <https://www.viborgstift.dk/velkommen-til-nye-menighedsraad>



Layout

- Der er produceret layout til fire foldere om dåb, konfirmation, vielse og begravelse. De findes her: <https://www.viborgstift.dk/om-os/stiftet/juridisk-afdeling/vejledninger/kirkelige-handlinger>
- Der er udarbejdet logo til KSA
- Og så er løbende lavet layout til programmateriale



De smukkeste steder

Kulturprojekter som *De smukkeste steder* skaber opmærksomhed om værdien af kirkens engagement i lokalsamfundet. I sommers indledte vi projektet hvor vi opsætter et timelapse kamera ved en kirke i stiftet og lader det stå der i 14 inden det flyttes til et nyt sted. Efter et år vil der kunne redigeres en flot årstidsfilm, som tænker at have premiere til Stiftsmenighedsstævnet i 2025. Læs mere om projektet her: <https://www.viborgstift.dk/inspiration/de-smukkeste-steder>



Grøn Omstilling og Bæredygtighed

Der blev afholdt temaaftener og produceret materialer for at understøtte bæredygtige initiativer i folkekirken.

- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/folkekirken-faar-staerkt-redskab-til-at-naa-klimamaal>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/over-100-deltog-i-temaaften-om-groen-omstilling>



Jobspots

Viborg Stift arbejdede aktivt på at rekruttere nye medarbejdere gennem video- og onlinekampagner.

- Gudum Fabjerg
- Ikast-Brande Provsti
- Struer kirke
- Isenvad, Bording, Christianshede, Engesvang
- Venø
- Administrative medarbejdere til Viborg Stift

Læs mere om vores jobspot-service her: <https://www.viborgstift.dk/medieportal/optagelse-af-jobspots>



Kommunikationsstrategi og AI-debat

Kommunikationsudvalget vedtog en ny billedpolitik, der fastsætter retningslinjer for brug af AI-genererede billeder og kreditering af visuelle materialer.



Skovkirkegårde

For at give folkekirken i midt og vestjylland en stemme på nettet i forhold til skovkirkegårde har vi købt domænet skovkirkegårde.dk og skovkirkegaarde.dk og lavet en temaside:
<https://www.viborgstift.dk/skovkirkegaard>



Kalender

30 arrangementer er oprettet i vores aktivitetskalender og delt på vores sociale kanaler. Aktivitetskalenderen findes her: <https://www.viborgstift.dk/kalender>



Artikler

Der er produceret 47 online artikler (derudover er der produceret artikler til magasinet). Her er et uddrag

- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/besoeg-af-kommende-praester>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/naesten-fyldte-menighedsraad>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/nyt-fordybelses-univers-er-hjem-for-inspiration-og-refleksion>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/koordinator-skal-vaere-bindeled-mellem-kommunen-og-kirkerne>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/det-skal-vaere-lettere-at-vaere-menighedsraadsmedlem>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/praesidenten-fra-jylland>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/kalender-succes-udvides-med-indblik-i-pinsens-ubegribelighed>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/folkekirken-faar-staerkt-redskab-til-at-naa-klimamaal>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/praest-inviterede-til-dram-paa-kroen>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/biskop-henrik-stubkjaers-tale-til-soeren-papes-bisaettelse>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/kirkestatistik-2024>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/krydsfelt-blev-en-succes>
- <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/arbejdsmiljoe-i-folkekirken>



Biskoppens betragtninger

Der er udkommet 6 nyhedsbreve i løbet af 2024 hvoraf 2 som podcasts.

De kan alle findes her: <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/biskoppens-nyhedsbrev>



Video

Vi opsagde vores aftale hos Vimeo og overflyttede al vores videomateriale til platformen Kaltura som også varetages af Folkekirken IT. Skulle vi være blevet ville det koste os 25.000 om året – vores nye aftale vil koste os 2.000 om året. Desværre vinkede vi farvel til opsøret statistik – som jo er med til at give os popularitet på nettet. I de omkring 4 år vi var på Vimeo havde vi 196.000 kigget vore videoer og videoerne har været afspillet over 860.000 gange.

Der er produceret 46 videoer i 2024 - her er et uddrag:

- Der blev produceret pinse-serien Giv det videre: <https://www.viborgstift.dk/inspiration/hoejtider/giv-det-videre>
- Madredderne: Socialt initiativ fra Kirkernes Sociale Arbejde: <https://www.viborgstift.dk/webtv/videoer/viborg-stift-madredderne>
- De små syng med de små - musikalsk generationsmøde: <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/de-smaa-synger-med-de-graa>
- Bededagskonference: <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/bededagsproces-var-markant-brud-med-folkekirkeordningen>
- Konference om grøn omstilling: <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/over-100-deltog-i-temaaften-om-groen-omstilling>
- Ukraine: <https://www.viborgstift.dk/aktuelt/nyt-fra-stiftet/2024/henrik-stubkjaers-besoeg-i-ukraine>
- Vi begyndte produktionen af en ide-bank for gudstjesteudvalget. Idebanken udkommer i 2025 og ex på indhold kan ses her: https://www.kaltura.com/index.php/extwidget/preview/partner_id/2211051/uiconf_id/54620212/entry_id/1_d5qokw5y/embed/dynamic



Pressekontakt

Vi har været tilgængelige for adskillige pressehistorier hvor vi har videregivet baggrund, tal og udtalelser



Nationalt samarbejde

I to år har Henrik Helms siddet i arbejdsgruppen om større national kommunikationssamarbejde og som tovholder for et af tre teams som indgik i en to-årig forssøgsperiode.

Det hele blev afsluttet med en større evaluering og et stort fællesmøde med kommunikationsansatte, biskopper, stiftskontorchefer og stiftsrådsmedlemmer i marts.



Kursus

- Henrik Helms holdt kursus for de nye frivillighedskoordinatører i Kirkernes Sociale Arbejde
- Troels Witter og Henrik Helms holdt fyraftens workshop omkring kommunikationsstrategi



Statistik

Der blev indsamlet tal på sociale medier og hjemmesiden for at måle effektiviteten af kommunikationsindsatsen.



Facebook: Vi har haft en rækkevidde på knap 219.000 og 15.000 har interageret med vores indhold



Top 3 hitlisten:

1. De små synger med de grå
2. Biskoppens julehilsen
3. Jobopslag



Hjemmeside: 52.000 besøgende og 230.000 sidevisninger



Top 3 hitlisten:

1. Kalender
2. Kontakt siden
3. Pinseserien: Giv det videre

Denne rapport giver en samlet oversigt over Viborg Stift Kommunikations aktiviteter i 2024. For yderligere information, besøg [Viborg Stift](#).

Henrik Helms, kommunikationskoordinator Viborg Stift

Stiftsudvalget for medier og kommunikation:

Anne Lisbeth Jepsen (formand), Ejvind Dahl, Troels Witter, Karina Odgaard Nielsen, Victoria Vejle Kilpatrick.



VISION & STRATEGI 2025

”Vi skal dele **inspiration, begejstring og eftertænksomhed**,
for at kunne give alle i Viborg Stift
et fælles ejerskab
på **folkekirkens liv og vækst og give den relevans.**”

Vi prioriterer de platforme som giver os den største dokumenterede effekt, og hvor vi har de bedste muligheder for at producere seværdigt indhold til vores brugere.

Vi ønsker at give vores brugere et indblik i et folkekirkeligt **fællesskab** med velproduceret indhold, som giver dem stolthed og lyst til at dele. Vi prioriterer indhold der er visuelt – og vil gerne konstant blive dygtigere til at levere **video, fotos og podcasts**. Vi skal være synlige når der søges på indhold om folkekirken i Midt- og Vestjylland.

Vores primære målgruppe på egne platforme er folkekirke-interesserede og ansatte faggrupper og sekundært folk, der har et lille eller ingen kendskab til folkekirken. Vi ønsker at styrke fællesskabet og stoltheden over at være en del af folkekirken i en let forståelig sprogton.

Til at nå den eksterne gruppe ønsker vi at være tilgængelige for andre medier og stå til rådighed med tal, baggrund, henvisninger og adgang til biskop.

Vi prioriterer vores hjemmeside, fordi vi her kan strukturere og layoute vores indhold bedst – og har et veldokumenteret og stort besøgstal. Vi bruger hjemmesiden som startsted for vores nyheder, og linker til vores artikler på hjemmesiden, når vi ønsker at dele historierne på sociale medier, for på den måde også at kunne genere trafik til vores side. På Facebook har vi en støt voksende gruppe af følgere. Måske ikke så mange, men de er meget loyale og har stor lyst til at dele materiale.

Vi prioriterer følgende indhold:

- Nyheder
- Events og kurser fra stiftet og vores mange stiftsudvalg
- Jobopslag
- Præsentationer af nye præster
- Et indblik i biskoppens visioner og tanker
- Inspirationsindhold
- Kontaktoplysninger

Vores to primære platforme til sociale medier

- Facebook
- LinkedIn

Vi prioriterer et årligt trykt magasin, hvor vi giver en del af vores allerede udgivne digitale artikler et trykt liv, for at skabe merværdi til vores indhold. Det er væsentligt for os at have kommunikative fyrtårne på forskellige platforme, og her skal vores årsmagasin være netop det, hvor målet er, at det skal være et coffee table produkt, som folk er stolte af at have liggende fremme.



Billedstrategi

Vi tager så vidt muligt altid billeder selv eller via tilkøbte fotografer.

Vi bør kun bruge AI til at generere illustrationer og billeder, hvor det ikke er muligt eller hensigtsmæssigt at bruge ægte fotos og illustrationer. Vær varsom med at bruge kunstigt skabte fotografiske billeder med ansigter vendt mod "kamera".

Vi krediterer alle vores billeder, og varedeklarerer altid kunstigt skabte billeder med et vandmærke i nederste højre hjørne eller hvor beskæring af billede ellers muliggør det. Ellers via tekst.

Desuden ønsker vi af hensyn til klimaaftrykket altid at overveje om kunstigt skabte billeder er det rigtige valg i hver enkelt situation. Men hvor vi også sammenholder det i forhold til, hvad der er muligt med den mandskabsressource vi råder over til kommunikation.