



Beretning fra kommunikationsudvalget til Landemodet 2026 samt Stiftsrådets orientering.

Modellen for beretninger anvendes af alle stiftsudvalg, nedsat og finansieret af stiftsrådet for at sikre sammenlignelighed og gennemsigtighed på tværs af udvalgene.

Beretningen dækker perioden siden sidste landemode, 2025 - 2026.

Beretningerne fremlægges ved Landemodeforhandlingen 2026 og tilgår endvidere Stiftsrådet til orientering.

1. Introduktion:

Udvalget er nedsat af stiftsrådet og har som formål at kvalificere kommunikationsindsatsen i Helsingør Stift inden for de overordnede strategiske målsætninger for Helsingør Stift. Udvalget er faglig og strategisk sparringspartner for stiftets kommunikationskonsulenter.

Budgettet for kommunikationsindsatsen i 2025 var kr. 1.933.124. Regnskabet pr. 31.12.25 udviste et forbrug på kr. 1.865.807 svarende til 97 % af det budgetterede. Budgettet for 2026 er kr. 1.944.472.

Udvalget består af:

Biskop Peter Birch

Provst Ove Kollerup Nielsen (formand)

Provst Rebecca Rudd

Sognepræst Jannik Theilgaard

Stiftsrådsmedlem og sognepræst Jesper Knudsen

Stiftsrådsmedlem Jacqueline Catarina Uhrskov Christoffersen

Stiftskonsulent Jørgen Skov Sørensen

Kommunikationskonsulent Silje Arendt

Kommunikationskonsulent Benjamin Birk Christophersen

Kommunikationskonsulent Rikke Lyskjær-Rudbæk

2. Møder:

En oversigt over afholdte møder med datoer (udvalg og evt. underudvalg) samt en kort beskrivelse af de vigtigste diskussionsemner og beslutninger ved de enkelte møder.



Udvalget samles cirka tre gange om året. Siden seneste Landemode har udvalget været samlet den 8.10.25, den 27.3.26 og den 18.6.26.

8.10.25

Det blev på mødet i oktober drøftet, hvordan stiftets dåbsmateriale fortsat aktualiseres. 'Hvordan holder vi gryden i kog?' lød spørgsmålet. Konklusionen blev at opfordre provsterne til at afholde lokale møder, hvor kb'ere og kordegne introduceres til det konkrete materiale og mulighederne for kommunikation til nybagte forældre. Idéen om provstimøder tilgår Jørgen Skov Sørensen.

Stiftsinitiativprisen blev drøftet med henblik på muligheden for at få mere liv fra scenen til Landemode. Udvalget foreslog en navneændring til Stiftsprisen.

Kommunikationskonsulenterne redegjorde for kommende nyhedsbreve, netværksmøde for kommunikationsansvarlige samt kommunikative tiltag i forbindelse med julen. Der blev stillet spørgsmål til, hvorfor stiftet ikke er på Instagram. Dette skyldes blandt andet manglende ressourcer, da indhold ikke kan bruges 1:1 på flere platforme.

Der blev orienteret om, at kommunikationskonsulent Rikke Lyskjær-Rudbæk deltager i planlægningen af folkekirken på Folkemødet.

Der blev sagt tak til Annette Margrethe Dalitz Dragsdahl for hendes indsats i kommunikationsudvalget, eftersom Annette ikke stillede op ved efterårets stiftsrådvalg og derfor træder ud af kommunikationsudvalget.

27.3.26

På mødet i marts holdt Peter Birch og Jørgen Skov Sørensen oplæg om Helsingør Stiftsråds vision. Det blev foreslået, at menighedsrådene skal understøttes i forhold til at tænke visionært og strategisk.

Der blev orienteret om, at Helsingør Stift sammen med Københavns Stift arbejder videre med et SoMe-projekt målrettet unge voksne.

Kommunikationskonsulenterne orienterede om, at de fysiske møder med netværket for kommunikationsansvarlige i stiftet nedlægges - blandt andet på grund af manglende tilslutning til møderne. Sidste møde er den 22. april.

18.6.26

Der blev orienteret om, at kommunikationskonsulent Rikke Lyskjær-Rudbæk i maj var til NORDKOM – en konference i Uppsala for kommunikationsmedarbejdere i Nordens kirker. Det var udbytterigt, både fagligt og socialt.



På årets Folkemøde deltog biskoppen i to debatter samt en live-udsendelse på TV2 News, hvor han leverede gode budskaber i øjenhøjde. Stiftets præster, Ane Øland Bækgaard og Kristoffer Hjorth Kruse faciliterede samtaler på folkekirkens scene med kendte danskere i "Skriftestolen". Præsterne har begge deltaget på stiftets præstemediekursus og har fået stor gavn af det. Kommunikationskonsulent Rikke Lyskjær-Rudbæk var med i planlægningsgruppen for folkekirken på Folkemødet og deltog også i selve eksekveringen på Folkemødet.

Netværket af kommunikationsansvarlige er nedlagt i den hidtil anvendte model. Rebecca Rudd fortalte, at hun har sammensat et kommunikationsudvalg i sit provsti. Det bemærkes, at stiftet fortsat bør invitere til arrangementer på kryds og tværs af fagligheder og funktioner, have fokus på de folkevalgte og fokusere på at få ting forankret i den lokale virkelighed. Det er en målsætning, at alle ansatte og frivillige abonnerer på stiftets nyhedsbrev. Det blev foreslået at lave en konkurrence ved årets Landemode for at få flere abonnenter.

Det blev fremhævet, at kommunikationen om stiftsrådets vision skal være simpel og koncis.

Sognene skal aflevere budgetter inden 30. juni, og det er oplagt at opfordre til, at man i den forbindelse italesætter visionen, og hvordan man lokalt vil arbejde med den.

3. Aktiviteter og resultater:

En beskrivelse af de aktiviteter og projekter, udvalget har gennemført og afsluttet i perioden siden sidste landemode, samt en tilsvarende oversigt over opnåede resultater.

Til Landemodet havde kommunikationsafdelingen udarbejdet en folder med en præsentation af stiftsadministrationen og stiftets konsulenter samt postkort med QR-koder til stiftets nyhedsbrev med mere, så de fremmødte nemt kunne finde relevant info – og for at bakke op om, at Helsingør Stift er et grønt stift. Op til Landemodet havde kommunikationsafdelingen desuden arbejdet med formidling af Stiftsinitiativprisen.

Biskoppens julekoncert blev afholdt den 29. november, og kommunikationsafdelingen arbejdede både før og efter koncerten med at skabe omtale heraf. Det resulterede blandt andet i en artikel i Helsingør Dagblad. Koncerten var igen meget velbesøgt.



I forbindelse med julen producerede kommunikationsafdelingen en julevideo med biskoppen, der blev delt på stiftets Facebookprofil samt en 'Glædelig jul'-video bestående af klip med folk fra stiftet.

VELUX FONDEN har bevilget penge til forskningsprojektet 'Sorgens Have', som Helsingør Stift er med i, og i den forbindelse var fokus i januar måneds nyhedsbrev rettet mod mænd i sorg. En af artiklerne, der specifikt omtalte projektet, der tager sit udspring på kirkegårde i stiftet, er siden blevet bragt i to forskellige kirkegårdsmagasiner, så omtalen er nået bredt ud.

I januar var de to fuldtidsansatte kommunikationskonsulenter desuden til det årlige seminar for folkekirkens kommunikationsnetværk i Løgumkloster. Rikke Lyskjær-Rudbæk var med til at planlægge årets seminar, hvis hovedtema var krisekommunikation. Benjamin Birk Christophersen blev genvalgt som tovholder for stifternes kommunikationsnetværk. Netværket mødes månedligt online og to-tre gange fysisk i løbet af året. Netværket opleves som meget værdifuldt.

I februar udkom årets kirkestatistik, og der blev lavet artikler om de vigtigste pointer til hjemmeside og SoMe. I denne måned var kommunikationsafdelingen også til stede ved det fælles stiftsrådsmøde, der blev afholdt i Toldkammeret. Ligeledes var afdelingen til stede, da der i marts blev afholdt provstiudvalgskonference samme sted.

I april blev det foreløbigt sidste netværksmøde for de kommunikationsansvarlige i sognene afholdt. Fremmødet var flot, og der blev givet udtryk for stor taknemmelighed over de arrangementer, der har været gennem årene.

Første halvår af 2026 har kommunikationsafdelingen i høj grad fokuseret på unge og folkekirken – blandt andet gennem interviews med dåbskonfirmander og unge voksne, der har fundet vej til kirken. Dette er blandt andet omtalt i nyhedsbreve og på SoMe og er blevet pitchet til eksterne medier.

En af kommunikationskonsulenterne deltog i maj ved NORDKOM – en konference i Uppsala for kommunikationsmedarbejdere i Nordens kirker. Her var der oplæg om blandt andet krisekommunikation, SoMe og kirkens rolle i samfundet anno 2026. Konferencen var særdeles interessant og relevant for afdelingens videre arbejde.

I juni arrangerede kommunikationsafdelingen i samarbejde med sognepræsterne Lizette Harritsø og Pernille Nærvig fra Hornbæk Kirke et SoMe-kursus på stiftet. Arrangementet var velbesøgt, og det kalder eventuelt på en gentagelse, da interessen for at lære mere om SoMe fra Hornbæk-præsterne, der gør det godt på Instagram, har været stor.



I forbindelse med åbningen af Klosterhaven samt Helsingørs 600-års i juni købstadsjubilæum har kommunikationskonsulenterne været i tæt kontakt med kommunens kommunikationsafdeling for at sikre relevant formidling i denne sammenhæng.

En af kommunikationskonsulenterne var med i planlægningsgruppen, der siden efteråret har tilrettelagt folkekirkens deltagelse på årets Folkemøde. Da Folkemødet løb af stablen i juni, var konsulenten desuden med i eksekveringen i Allinge samt forberedelsen af de to debatter, biskoppen deltog i under Folkemødet.

Alle årets måneder - med undtagelse af juli og august - har kommunikationsafdelingen udgivet et nyhedsbrev med et relevant tema, der sætter fokus på stiftets fokusområder. Blandt andet kan nævnes 'Folkekirken og de unge', 'Dåb i alle aldre' og 'Stiftsrådets vision'.

I løbet af året har kommunikationsafdelingen understøttet arbejdet i forbindelse med kommunikationsopgaver for 'Kirkernes Folkemøde', når der har været behov for dette. Derudover har afdelingen løbende omtalt Kirkernes Folkemøde i nyhedsbreve og på SoMe.

Kommunikation af stiftsrådets vision har også været et stort opmærksomhedspunkt, og der er udarbejdet en plan for resten af 2026 i forhold til dette.

Afdelingens grafiske medarbejder har arbejdet på en udvidet visuel identitet for stiftet, der skal sikre genkendelighed og hurtig afkodning af stiftets fokusområder i forhold til visionen.

Opsummering:

Året igennem har der været fokus på at fortælle både internt og eksternt om de områder og initiativer, der er vigtige for Helsingør Stift. Kommunikationsafdelingen arbejder kontinuerligt på at indtænke fokusområderne i alt, så arbejdsindsatsen er så målrettet som overhovedet muligt. Det er lykkedes afdelingen på den ene side at orientere og inspirere internt i stiftet og på den anden side at skabe en øget eksternt synlighed af stiftets arbejde, folkekirkens værdier og biskoppens engagement ved at være til stede, hvor befolkningen er (for eksempel Folkemødet) og via eksterne medier samt stiftets egne eksterne kanaler (hjemmeside og SoMe). Desuden er kommunikationsarbejdet - både i afdelingen og på tværs af stiftet - blevet opkvalificeret via kurser, seminarer, netværksmøder, sparring og artikler.

4. Udfordringer:



En beskrivelse af evt. udfordringer eller hindringer, udvalget har mødt, og hvordan de er blevet håndteret.

Side 6

FIN giver fortsat nogle udfordringer, da de muligheder, systemet giver, ikke er fordrende for kommunikationsafdelingens arbejde. Det er en hindring, at ikke alle har adgang til den lukkede del af systemet. Kommunikationsafdelingen har derfor øget mængden af info på den åbne del af FIN, men det er usikkert, hvem det rammer. Derudover har kommunikationsafdelingen oplevet at få afslag på ønsket om at få projekt 'Sorgens Have' på FIN som temaside, hvilket spænder ben for mulighederne for at udbrede kendskabet hertil til alle i folkekirken. I stedet er det besluttet at oprette en temaside på stiftets egen hjemmeside.

Kommunikationskonsulenterne har fokus på, hvordan man når en større del af den interne målgruppe. Der er som udgangspunkt et fint antal abonnenter på nyhedsbrevet, men målet er, at endnu flere vil abonnere på nyhedsbrevet, og at læsegraden på artiklerne bliver endnu højere.

Der er fortsat et ønske om at være til stede på Instagram for i højere grad at nå ud til den unge målgruppe. Der arbejdes på mulighederne – blandt andet sammen med Københavns Stift.

5. Fremtidige planer:

En kort beskrivelse af planlagte aktiviteter og mål for den kommende periode indtil Landemodeforshandlingerne 2027.

Fokus vil i de kommende måneder fortsat være på Stiftsrådets vision og kommunikation heraf.

Kommunikationsafdelingen vil fortsat prioritere både den interne information og inspiration samt den eksterne formidling af det, der rør sig i Helsingør Stift via diverse kanaler, så vi når ud til vores primære målgrupper med de budskaber, der er vigtige.

Afdelingens fokus vil også i det kommende år være at skabe synlighed og være til stede der, hvor vores indsats rammer flest mennesker, både internt og eksternt.

6. Konklusion:

En kort opsummering af rapportens hovedanliggender samt en beskrivelse af eventuelle anbefalinger.



Siden sidste Landemode er retningen for stiftets kommunikation blevet endnu tydeligere, og der arbejdes målrettet med de fokusområder, Stiftsrådet har opstillet. Kommunikationskonsulenterne arbejder - med sparring fra kommunikationsudvalget - strategisk med både den interne og eksterne kommunikation. I det forgange år har kommunikationsenheden opjusteret deltagelsen i relevante sammenhænge (blandt andet kurser, konferencer og Folkemøde), hvilket alt sammen bidrager positivt til udviklingen i afdelingen og den samlede kommunikative indsats.

22. 7. 2026

