



REFERAT - Kommunikationsudvalgsmøde – Viborg Stift

Dato: 30. januar 2026

Tid: 09.00-11.00

Sted: Bispegården i Viborg

Deltagere:

Ole B. Sørensen, Hans-Jørgen Hansen, Kim C. Thomsen, Anne Lisbeth Jepsen, Anika Thorø Weber

Afbud:

Karina Odgaard Nielsen, Troels Witter

1. Vis mig dit maskinrum

Oplæg ved Flemming Christensen, TV MIDTVEST

Flemming Christensen gav et omfattende og inspirerende indblik i TV MIDTVESTs arbejde med sociale medier og digital strategi.

Oplægget tog afsæt i et markant fald i seertal på flow-tv, som blev den afgørende anledning til en strategisk omlægning med stærkt digitalt fokus. Centralt i strategien har været en erkendelse af, at brugerne – særligt de yngre – ikke længere findes på traditionelle platforme, men i høj grad på sociale medier.

Følgende hovedpointer blev fremhævet:

- Sociale medier fungerer både som brandingkanal og som effektiv trafikdriver til egne platforme.
- Hver platform har sit eget DNA og kræver særskilt tilrettelæggelse af indhold.
- Autenticitet, personbåren formidling og tydelige værter er afgørende – især på TikTok.
- Data anvendes aktivt som læringsværktøj, men erstatter ikke redaktionel dømmekraft.
- En mere målrettet digital indsats har haft positiv effekt – også på seertallene på flow-tv, som er stabiliseret og delvist steget igen.

Der blev desuden drøftet organisatoriske erfaringer, herunder betydningen af at give plads til unge medarbejdere med indgående kendskab til målgrupper og trends – samt vigtigheden af gensidig respekt og videndeling på tværs af generationer i huset.

Oplægget gav anledning til en bred drøftelse i udvalget og blev modtaget med stor interesse.

2. Præsentationsrunde

Der blev gennemført en kort præsentationsrunde i starten af mødet, da der var nye medlemmer i udvalget. Alle præsenterede deres baggrund og interesse i udvalgets arbejde.

3. Valg af formand

Efter Anne Lisbeths udtræden som formand skulle der vælges ny formand for kommunikationsudvalget.

Ole havde på forhånd tilkendegivet, at han stod til rådighed som formand. Der blev spurgt rundt i udvalget, om andre ønskede at stille op, hvilket ikke var tilfældet.



Beslutning:

Ole blev enstemmigt valgt som ny formand for kommunikationsudvalget.

4. Struktur

Der blev givet en kort gennemgang af kommunikationsudvalgets rolle, arbejdsopgaver og samspil med øvrige stiftsudvalg samt stiftsadministrationen.

Det blev understreget, at:

- Kommunikationsfunktionen primært arbejder strategisk og understøttende – ikke som direkte servicefunktion for alle sogne.
- Fokus er på kompetenceløft, fælles platforme og inspiration, så sogne og udvalg kan fungere som lokale ambassadører.
- Udvalget fungerer som sparringsrum og strategisk medspiller for kommunikationsindsatsen i Viborg Stift.

5. Årsrapport

Årsrapporten for kommunikationsindsatsen blev gennemgået i hovedtræk af kommunikationskoordinatoren.

Der blev redegjort for årets væsentligste aktiviteter, herunder udviklingen på hjemmeside, nyhedsbrev og sociale medier, samt for de prioriteringer, der har været foretaget i løbet af året. Særligt blev balancen mellem drift (jobopslag, arrangementer m.v.) og mere fortællende og personbåret indhold fremhævet som et opmærksomhedspunkt, ligesom samspillet mellem digitale platforme og det trykte årsmagasin blev berørt.

Udvalget kvitterede for en overskuelig og dækkende rapport, der giver et godt billede af både indsats og resultater. Der var enighed om, at rapporten på tilfredsstillende vis dokumenterer kommunikationsindsatsen og dens effekt.

Beslutning:

Årsrapporten blev godkendt og indstilles til videre til Stiftsrådet.

6. Budget 2027

Udkast til budget for kommunikationsindsatsen i 2027 blev fremlagt og gennemgået.

Der blev redegjort for budgettets hovedposter, herunder fortsat prioritering af den daglige kommunikationsdrift, journalistisk bistand, platforme, licenser samt særskilte indsatser som årsmagasinet og kompetenceudvikling.

Beslutning:

Budgettet blev behandlet og godkendt og bringes videre til Stiftsrådet.

7. National digital kommunikationsstrategi

Ole orienterede om arbejdet i det nationale udvalg, der er nedsat for at udarbejde en fælles digital kommunikationsstrategi for Folkekirken.

Orienteringen pegede bl.a. på:



- Et ønske nationalt om større koordinering og fælles retning.
- En tydelig diskussion om målgrupper, formål og måleparametre.
- Spændingen mellem nationale ambitioner og de meget forskellige lokale vilkår i stifterne.

Udvalget drøftede kort Viborg Stifts position, herunder betydningen af det stærke lokale bagland og den community-orienterede tilgang, som kendetegner stiftets kommunikation.

Der var enighed om, at arbejdet på nationalt plan er relevant at følge tæt, og at erfaringerne fra Viborg Stift kan bidrage konstruktivt til den videre proces.

8. Planlægning af kommende møder

Der blev aftalt følgende mødedatoer:

- **Fredag den 10. april** kl. 9.00–11.00
- **Fredag den 21. august** kl. 9.00–11.00
- **Fredag den 13. november** kl. 9.00–11.00

Næste møde vil have særligt fokus på strategisk retning og prioriteringer for kommunikationsindsatsen.