

Kyrkpressens framtid

Rapport till stiftsfullmäktige 24.5.2022

Företal

Föreliggande rapport är resultatet av den utredning som gjorts av en arbetsgrupp tillsatt av stiftsfullmäktige våren 2021, med uppdrag att säkerställa utgivningen av Kyrkpressen som ett organ för hela stiftet. Frågan aktualiserades genom ett initiativ som väcktes av stiftsfullmäktigeledamoten Thomas Rosenberg i april 2021. På stiftsfullmäktiges möte 27.5.2021 tillsattes en arbetsgrupp som fick i uppdrag att utreda frågan, och presentera sitt förslag till åtgärder senast 31.7.2022.

Till medlemmar i arbetsgruppen utsågs Kalle Sällström (Församlingsförbundet), Hans Boije (Fontana media), Nicklas Storbjörk (Kyrkpressen), Sixten Ekstrand (KCSA), Robert Lemberg (Domkapitlet) samt stiftsfullmäktigeledamöterna Katarina Gäddnäs och Thomas Rosenberg. Den sistnämnda utsågs till sammankallare. Vid arbetsgruppens första möte utsågs Thomas Rosenberg till ordförande och Robert Lemberg till sekreterare.

Arbetsgruppen har haft tio protokollförda möten (21.10 och 3.12.2021 samt 5.1, 21.1, 1.2, 22.2, 9.3, 29.3, 13.4 och 4.5.2022). Några av mötena har varit fysiska men de flesta på distans, huvudsakligen på grund av pandemin, men också för att underlätta arbetet. Utöver arbetsmötena har man haft ett seminarium på plats, i Kyrkans hus den 11.2.2022, där man under en halv dag hade möjlighet att diskutera förändringarna på mediefronten under ledning av Jens Berg, sakkunnig inom mediebranschen.

i Lovisa och Borgå den 10 maj 2022

för arbetsgruppen

Thomas Rosenberg och Robert Lemberg

Innehåll

1. Utgångspunkten
2. Kyrkpressens utveckling och genomslag hittills
3. Församlingarnas roll
4. Ungdomarna, en förlorad generation?
5. Kyrkpressen – en organisationstidning bland andra
6. Stiftets roll och ansvar
7. Våra förslag

Bilagor

1. Utgångspunkten

Det initiativ som i april 2021 gjordes till stiftsfullmäktige av Thomas Rosenberg, lekmannamedlem i stiftsfullmäktige, med syfte att säkerställa utgivningen av Kyrkpressen som ett organ för hela stiftet (se bil. 1), utgick från den oro många inom stiftet känner över Kyrkpressens framtid. Detta närmast som en följd av att församlingarnas ekonomi stadigt försämras och Kyrkpressen därmed blir en utgiftspost man tycker sig kunna undvara – utan att man beaktar de vidare konsekvenserna av beslutet.

Utvecklingen ifråga om kyrkans och de enskilda församlingarnas ekonomi går under överskådlig tid knappast mot det bättre, tvärtom. Alla prognoser talar för att kyrkan kommer att fortsätta tappa medlemmar. Så även inom Borgå stift, även om minskningen på finlandssvenskt håll överlag är långsammare än på finskt håll.

Sedan Kyrkpressen i sin nuvarande form grundades 1970 har den byggt sin ekonomi och utgivning på att de enskilda församlingarna prenumererar på tidningen åt sina medlemmar. Denna s.k. massprenumerationsmodell är både en styrka och en svaghet. Att prenumerationen inte hänger på enskilda församlingsmedlemmars beslut är självfallet en styrka, men genom att beslutet ligger i den lokala församlingens händer – eller snarare dess församlingsråd, vilket i praktiken betyder en begränsad krets inom församlingen – ser man inte alltid på frågan ur alla församlingsmedlemmars synvinkel, för att inte tala om hela stiftet.

Samtidigt är det ovedersägligt att KP sedan länge haft en unik position inte bara inom stiftet (en motsvarande tidning saknas ju nästan helt på finskt håll) utan i hela Svenskfinland. Förändringarna inom mediebranschen har på kort tid gjort att det inte längre finns någon annan dagstidning med motsvarande upplagesiffror, eller som når alla regioner i Svenskfinland. Vi sidan av våra svenskspråkiga radiokanaler (Vega och X3M) är KP i dag det enda mediet med den sammanhållande kraften. Vi har alltså i KP ett finlandssvenskt kapital av överraskande stort värde – ett momentum det gäller att inte tappa.

Men det gäller att åtgärda problemen snart, för med nuvarande trender är risken uppenbar att KP småningom tappar ytterligare prenumeranter, vilket påskyndar nedgången. Ju tunnare tidningen blir, desto fler församlingar blir det som väljer bort den och utvecklar andra kanaler för sin information.

Vad bör då göras?

Kyrkpressen är sedan länge en välgjord tidning med gott rykte, också utanför kyrkans inre krets. De viktigaste åtgärderna gäller ekonomin, eller snarare den centrala inkomstkällan, dvs. församlingarna, och deras motiv för att hålla kvar eller lämna bort sina massprenumeration. Allt talar för att massprenumerationsmodellen också i fortsättningen bör vara utgångspunkten, men vad bör göras för att underlätta besluten på församlingsnivå? Och vilket ansvar har de övergripande strukturerna inom stiftet?

En annan central fråga är i vilken utsträckning, och på vilket sätt, Kyrkpressen borde anpassa sig till den ständigt tilltagande digitaliseringen. Håller vi på att tappa den växande generationen, som mer eller mindre har vant sig av med att läsa på papper? Och även om pappret förmodligen ännu länge för organisationstidningar av Kp:s karaktär kommer att vara det primära formatet säger det sig självt att också andra tekniska alternativ bör utvecklas. Och här är det givetvis av största betydelse att vi vet vad ungdomarna själva önskar sig av Kyrkpressen.

En tredje fråga är innehållet i tidningen, även om den aspekten inte förefaller att vara tidningens främsta problem. Den har tvärtom ett gott rykte, och det finns knappast anledning

att göra några radikala förändringar. Men tidningen bör givetvis vara lyhörd för de olika intressen och behov som finns inom läsekretsen, såväl den inre ringen bestående av församlingarnas anställda och mest aktiva medlemmar som de yttre ringarna, bestående av läsare för vilka Kp är deras snart sagt enda kontaktyta till kyrkan.

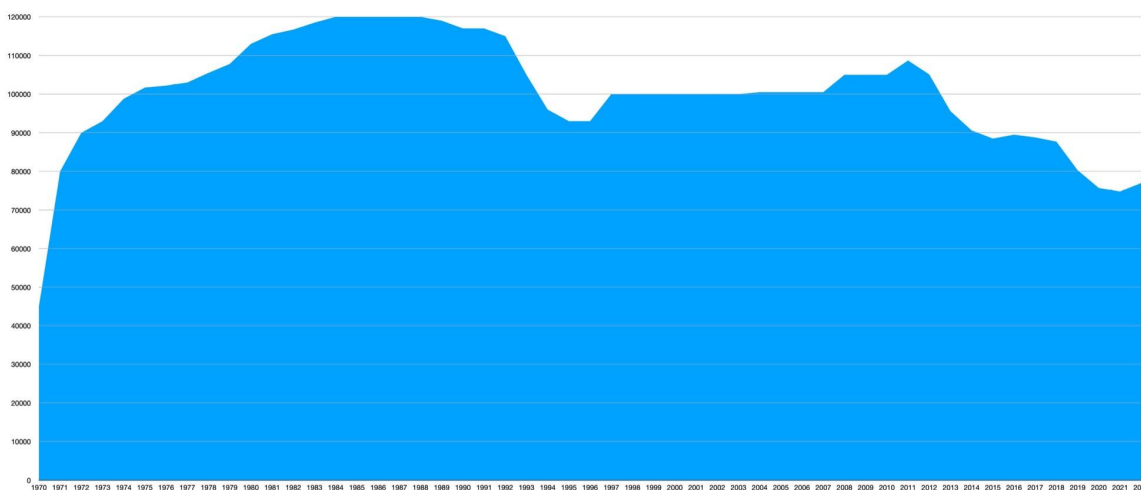
Ett försök att sammanfatta Kyrkpressen i nuläget gjordes av Thomas Rosenberg, i den presentation av arbetsgruppens arbete han gjorde på stiftsfullmäktiges möte på Lärkkulla 17.2.2022, i form av en snabb SWOT-analys (se bil. 2).

2. Kp:s utveckling och genomslag hittills

Första numret av Kyrkpressen utkom i januari 1970. Den ersatte då Församlingsbladet som hade funnits i nästan 50 år och vars målgrupp i första hand varit församlingsanställda. Tanken på att starta en tidning som församlingarna kunde prenumerera på åt sina medlemmar hade funnits ett par år och en avgörande faktor för att man vågade starta tidningen var att samtliga sju Helsingforsförsamlingar lovade prenumerera på tidningen åt sina medlemmar. Det garanterade genast en upplaga på cirka 30 000 exemplar.

Upplagan det första året var 45 000 exemplar, men steg redan 1971 till 80 000 för att år 1975 spränga 100 000-gränsen. Störst var upplagan i slutet av 1980-talet då tidningen gick ut till sammanlagt 120 000 hushåll.

Upplageutveckling Kyrkpressen 1970–2022



Efter lågkonjunkturen på 1990-talet steg upplagan igen, för att ännu så sent som år 2011 ligga på knappa 110 000 exemplar, vilket betydde att nästan alla församlingar i Borgå stift, och i synnerhet alla större församlingar, prenumererade på tidningen åt sina medlemmar. Därefter har upplagan gradvis sjunkit och låg år 2021 på knappa 75 000 exemplar. År 2022 vänds den negativa trenden åtminstone tillfälligt då nybildade Eckerö-Hammarland samt Norra Ålands församling valt att börja massprenumerera på Kyrkpressen. Upplagan år 2022 ligger på 76 500 exemplar.

Grovt taget kan man idag ur ett prenumerationsperspektiv dela in församlingarna i tre kategorier. Den största kategorin är fortfarande de församlingar som prenumererar på Kyrkpressen åt alla, eller nästan alla medlemmar, i sin församling. Det här är den så kallade

massprenumerationsmodellen. Utöver denna kategori finns en ”mellannivå” där församlingarna prenumererar på och betalar för Kyrkpressen åt de medlemmar som meddelat att de vill ha tidningen. Den sista kategorin inrymmer församlingar som inte prenumererar på Kyrkpressen åt sina medlemmar, men den här kategorin inrymmer några församlingar som subventionerar en del av prenumerationskostnaden åt medlemmar som själva vill prenumerera på tidningen. De flesta församlingarna i denna kategori prenumererar på Kyrkpressen åtminstone till förtroendevalda, äldreboenden och sjukhus och/eller skolor. Men det är ändå frågan om få prenumeranter jämfört med de församlingar som massprenumererar på Kyrkpressen.

Församlingar som prenumererar på Kyrkpressen åt alla sina medlemmar, eller i alla fall största delen av sina medlemmar:

Bergö församling
Borgå svenska domkyrkoförsamling
Eckerö-Hammarlands församling
Esbo svenska församling
Grankulla svenska församling
Ingå församling
Jakobstads svenska församling
Johannes församling
Korsholms svenska församling
Korsnäs församling
Kristinestads svenska församling
Kvevlax församling
Kyrksläatts svenska församling
Larsmo församling
Malax församling
Matteus församling
Norra Ålands församling
Nykarleby församling
Närpes församling
Pedersöre församling
Petalax församling
Petrus församling
Replots församling
Sibbo svenska församling
Solfö församling
Tammerfors svenska församling
Vanda svenska församling
Västabolands svenska församling

Församlingar som prenumererar åt många, eller åtminstone åt dem som meddelat att de vill ha Kyrkpressen:

Jomala församling
Mariehamns församling
Olaus Petri församling
Åbo svenska församling

Församlingar som i olika grad sponsrar Kyrkpressen åt de medlemmar som själva vill prenumerera på tidningen:

Ekenäsnejdens svenska församling
Hangö svenska församling
Karis-Pojo svenska församling
Sjundeå svenska församling

Församlingar som inte massprenumererar på Kyrkpressen:

Agricola svenska församling
Brändö-Kumlunge församling

Karleby svenska församling
Kimitoöns församling
Kronoby församling
Lemland-Lumparlands församling
Saltviks församling
Vasa svenska församling
Vörå församling
Ålands södra skärgårdsförsamling

Målgruppstänk

I premiärnumret av Kyrkpressen år 1970 kommenterade några av de massprenumererande församlingarnas kyrkoherdar beslutet att massprenumerera på Kyrkpressen åt sina medlemmar:

Tidningen är ett effektivt sätt att göra hembesök i varje hem.

Karl-Erik Borg, Kaskö

Församlingens anställda har ingen möjlighet att få personlig kontakt med alla församlingsbor. Kyrkpressen kan vara kontaktpunkt.

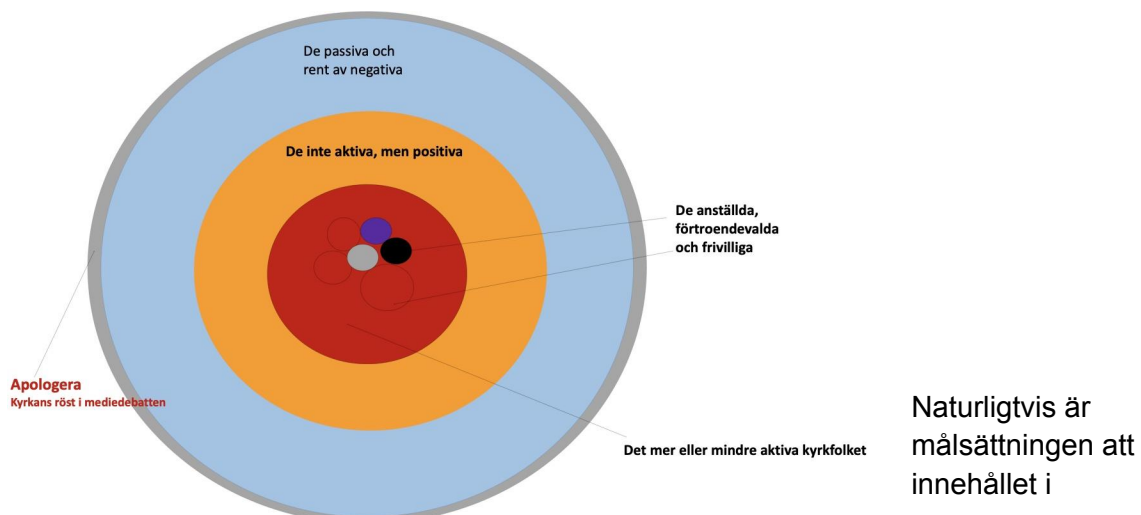
Erik Lindqvist, Pargas

Erbjudandet om Kyrkpressen är lösningen på ett svårlöst problem i vår församling. Vi har länge sökt ett kontaktorgan för våra församlingsmedlemmar och nu fick vi chansen till en regelbunden kontakt genom tidningen.35

Kaj Leander, Helsinge

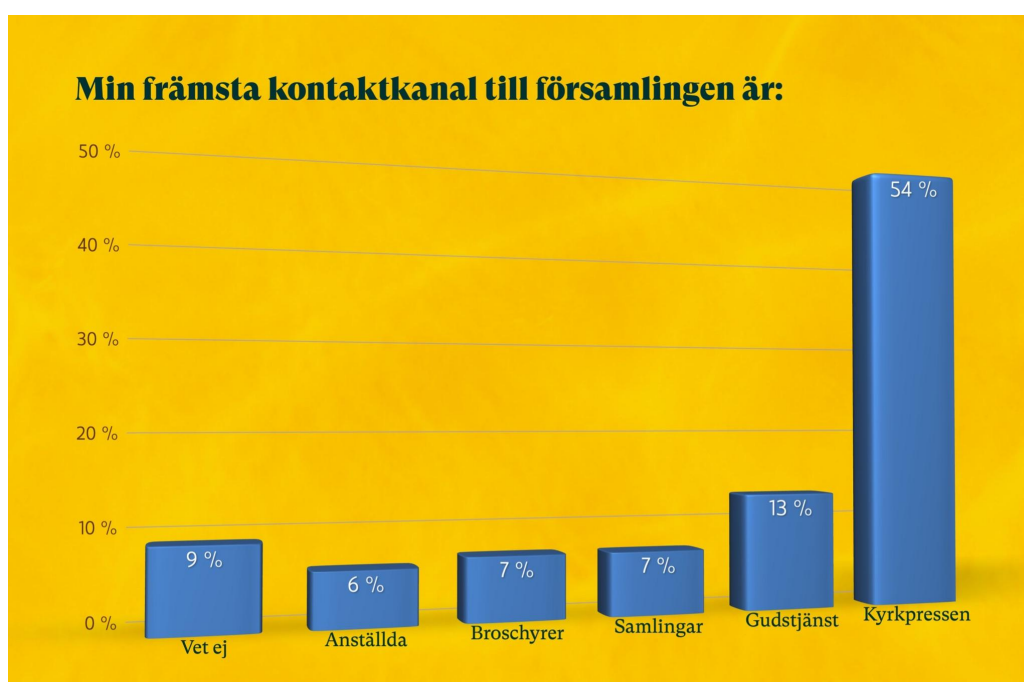
På basis av kommentarerna kan man konstatera att Kyrkpressen 50 år efter starten fortfarande fyller den funktion de ovan citerade kyrkoherdarna lyfte fram när tidningen startade. Ett annat argument som lyftes fram var att tidningen kunde fungera som annonskanal där församlingarna kunde lyfta fram sin verksamhet, medan ett tredje argument var att tidningen åtminstone i någon mån kunde vara kyrkans röst i samhällsdebatten.

I arbetet med att tydliggöra tidningens roll och funktion tog Fontana Medias styrelse för några år sedan fram en illustration för att visa hur man kan se på Kyrkpressens roll och uppdrag.



Kyrkpressen ska appellera till alla målgrupper/ringar, men ett särskilt fokus sätts ändå på läsarna i de yttre gul/orange- och blåfärgade ringarna. I de här målgrupperna kan Kyrkpressen i bästa fall fylla en funktion som en "medlemshållare" för församlingen. Detta då kyrkan i dag i ett allt mer sekulariserat samhälle kämpar för att hålla kvar medlemmarna. För människorna i de yttre ringarna kan Kyrkpressen ofta vara den enda regelbundna kontakten man har med församlingen och kyrkan i vardagen.

Hur bra fungerar tidningen då som kontaktkanal till medlemmarna? År 2018 gjorde Fontana Media i egen regi en telefonenkät, där man ringde upp människor i Svenskfinland som bodde på områden där församlingen massprenumererar på Kyrkpressen. Den första frågan som ställdes i enkäten var "Vilken är din främsta kontaktkanal till din församling?" Svaren utföll enligt följande:



När en församling väljer att inte prenumerera på Kyrkpressen är det oftast för att man anser att man inte har råd. En årsprenumerering på Kyrkpressen för en massprenumererande församling har de senaste åren kostat 17,30 euro inklusive moms. I hushåll där det bor två personer kan den summan divideras med två för att få kostnaden per medlem. Om man ställer den summan mot det faktum att en vuxen medlem i genomsnitt (beroende på inkomst och församling) betalar ett par hundra euro i kyrkoskatt och, kunde man kanske ändå utgående från tabellen här ovan resonera att kostnaden inte är så stor i förhållande till det genomsnitt man får.

Innehåll

Tidningars innehåll tenderar ofta att bli föremål för åsikter och tyckande. På denna punkt är Kyrkpressen inget undantag, vare sig nu eller om man ser det ur tidningens mer än 50-åriga historia. I samband med att tidningen år 2019 (på grund av avsevärda höjningar i distributionskostnaderna) övergick från att utkomma varje vecka till varannan vecka gjordes

en omfattande layoutförnyelse. I samband med den övergick tidningen från obesuren nyhetstabloid till besuren nyhetsmagasin. Den lägre frekvensen gjorde också att tidningen i stället blev lite tjockare; tidigare var tidningen oftast 20 sidor medan den numera i regel är 28 eller 32 sidor.

Någon större medveten förändring gällande innehållet gjordes inte i samband med formatbytet. Strävan är fortfarande att ha en bred nyhetsbevakning av det som händer såväl inom Borgå stift och inom den Evangelisk-Lutherska kyrkan i Finland som inom kristenheten i stort. Redaktionen jobbar enligt vedertagna journalistiska principer, och i val av nyheter och featureartiklar prioriterar redaktionen utgående från vad man tror och anser att är intressant och relevant för läsarna. För att få en klarare bild av vad läsarna anser är intressant har tidningen de senaste åren regelbundet gjort läsarundersökningar, där deltagarna fått ge respons på vilka artiklar man läst i tidningen. Resultatet i de enkäterna har varit entydigt; det som är i särklass mest läst i Kyrkpressen är personintervjuerna. Kort sammanfattat kan sägas att målsättningen är att göra en tidning som ska vara så läst som möjligt, av så många som möjligt.

Lokala sidor

Redan innan förändringen i utgivningsfrekvens år 2019 hade Fontana medias styrelse gått in för en lokalsidesstrategi. Målsättningen med de lokala sidorna var att de fyra sidor som innehöll hela stiftets evenemangsannonsering kunde bytas ut och ersättas med eget lokalt material. Helsingforsförsamlingarna var de första som utnyttjade denna möjlighet och deras lokala sidor lanserades år 2017. I början av år 2019 började också församlingarna i Korsholms prosteri samarbeta kring egna lokala sidor. Ur ett redaktionellt perspektiv betraktas materialet på de fyra lokalsidorna som betalt innehåll, men den ansvariga redaktören förbehåller sig naturligtvis rätten att i sista hand bestämma vad som publiceras.

Ursprungligen var målsättningen att församlingarna själva skulle betala för sina lokala sidor. Det här visade sig ändå vara svårt att i praktiken förverkliga då en stor del av församlingarna kämpar med ekonomin. Under 2019 togs därför beslut om att Kyrkpressen skulle börja erbjuda de lokala sidorna åt de massprenumererande församlingarna på prosterebasis, utan tilläggskostnad. De fyra mittensidorna, där hela stiftets annonsering tidigare fanns, görs numera alltså i sju olika lokala versioner (Helsingfors, Domprosteriet, Västra Nyland, Åboland-Åland, Sydösterbotten, Korsholms prosteri och Pedersöre prosteri). Ur Kyrkpressens perspektiv fanns det ett par goda incitament till detta:

– De lokala sidorna erbjuder ett mervärde för läsaren, då de garanterar att det alltid finns lokalt material i tidningen. Det här svarar delvis också mot utmaningen att med en enda tidning försöka täcka in ett så vidsträckt område som Svenskfinland.

– De lokala sidorna ger församlingarna möjlighet att på ett mer attraktivt sätt lyfta fram sig själva och sin verksamhet. Detta mervärde hoppas man att avspeglar sig i att tröskeln att avsluta massprenumerationen blir högre.

KP:s positionering på annonsmarknaden

KP har sin stora upplaga till trots en svag ställning på annonsmarknaden. Då det mesta av annonseringen i print är lokalt eller regionalt är KP för stor, och då vissa församlingar dessutom inte prenumererar på KP är tidningen inte heller heltäckande regionalt. De lokala sidorna kunde öppna vissa möjligheter genom hård bearbetning, men ofta finns det konkurrens från såväl gratistidningar och de lokala dagstidningarna.

Liksom dagspressen drabbas också KP av en allt svårare annonsmarknad. En statistisk jämförelse mellan år 2015 och 2021 visar att onlinemarknadsföringens andel stigit från 25 procent till 50 procent. Under tredje kvartalet 2021 utgjorde onlinemarknadsföring hela 56 procent av den totala volymen. De tryckta dagstidningarnas andel av annonskakan har under motsvarande period minskat från 31 procent till 15 procent, medan de tryckta tidskrifternas andel minskat från 7 procent till 4 procent.

Procentuell fördelning av marknadsföringsmedel mellan olika medietyper år 2015 och 2021

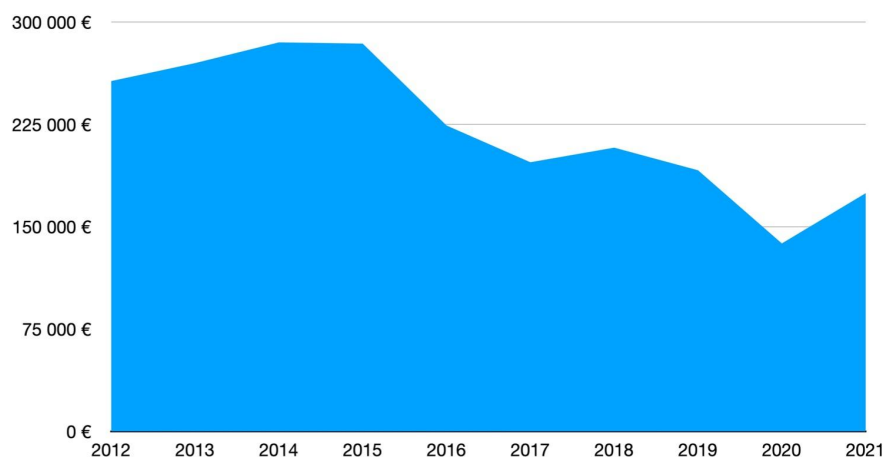
MEDIUM	2015	2018	2021
Online	25 %	34 %	50 %
Dagstidningar tryck	31 %	22 %	15 %
Dagstidningar online		11 %	11 %
Dagstidningar tryck + online		33 %	26 %
Gratistidningar tryck	6 %	4 %	3 %
Tidskrifter tryck	7 %	6 %	4 %
Tidskrifter tryck + online		7 %	5 %
Sociala medier		7 %	15 %
Sökmotor		11 %	17 %
Totalt (milj. €)	1168	1246	1276

Källa: Kantar TNS, Mediamainnonan määriä 2015, 2018 € 2021.
Uppgifterna baserar sig på Kantar TNS Oy:s månatliga medieundersökningar och en separat årlig undersökning som görs i samarbete med mediebranschens organisationer.

Trenden att onlinemarknadsföring ökar, samtidigt som andelarna för tryckta dagstidningar, gratistidningar och tidskrifter minskar, avspeglas också i Kyrkpressens annonsutveckling de senaste tio åren. I rådande läge är det knappast realistiskt att tro att det går att öka annonsförsäljningen så att den skulle möjliggöra ett drastiskt lägre prenumerationspris för församlingarna.

Annonsförsäljning Kyrkpressen 2012–2021

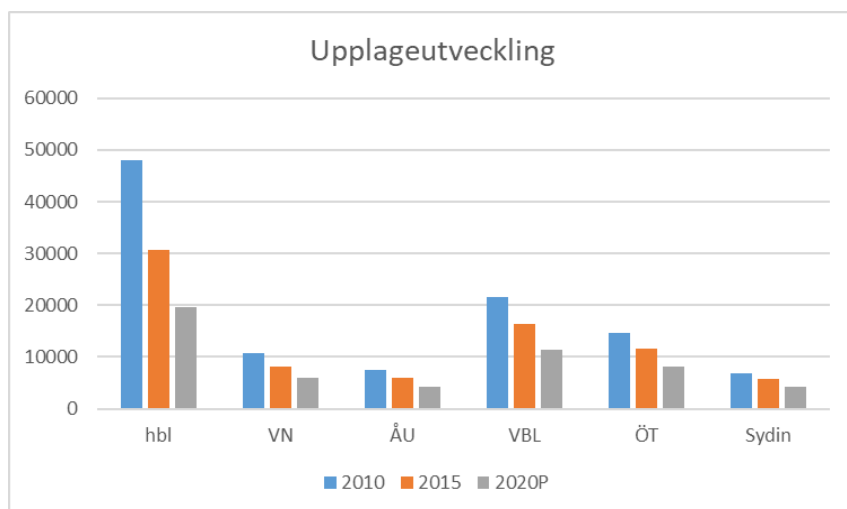
År	Summa
2012	256 677 €
2013	269 827 €
2014	285 037 €
2015	284 118 €
2016	224 120 €
2017	197 188 €
2018	207 882 €
2019	191 311 €
2020	137 701 €
2021	174 505 €



Distributionen

Ett återkommande diskussionsämne i arbetsgruppen har varit frågan om hur tidningen ska distribueras. Med tanke på att distributionen (Posten) stod för 43 procent av Kyrkpressens totala kostnader år 2021 är det motiverat att överväga ifall det finns andra alternativ än en papperstidning som delas ut via posten. Den här frågan har diskuterats också i andra sammanhang, innan den här arbetsgruppen inledde sitt arbete. I synnerhet i församlingar som upplever att de av kostnadsmässiga orsaker har svårt att hålla kvar sin massprenumeration på Kyrkpressen har frågan om ett digitalt alternativ ofta lyfts fram. Att rent tekniskt erbjuda ett sådant alternativ är i sig ingen större utmaning, men vid närmare diskussioner med församlingar som övervägt frågan har man alltid landat i att en digital version av tidningen inte ersätter papperstidningen.

När man tänker att en e-tidning kunde ersätta papperstidningen botten resonemanget oftast i att man de senaste 10-15 åren sett den trenden bland dagstidningar både nationellt och globalt. I grafen nedan ser man utvecklingen för de finlandssvenska dagstidningarnas pappersupplagor under en tioårsperiod. Utvecklingen i de finlandssvenska tidningshusen speglar långt den allmänna trenden, både nationellt och internationellt.



Det som dock konstaterats i arbetsgruppen är att Kyrkpressen inte är direkt jämförbar med en dagstidning, åtminstone inte för den breda massan. Som privatkund gör man ett aktivt beslut att prenumerera på en digital dagstidning. Det gör att benägenheten att aktivt söka upp materialet, antingen genom att gå till en webbplats eller ladda ner en läsupplikation till mobil eller läsplatta, blir hög då man betalar för produkten. Helt säkert finns det läsare som skulle vara benägna att söka upp Kyrkpressen också om den endast fanns som e-tidning, men i arbetsgruppen har man varit relativt överens om att det i första hand är personer i de inre ringarna i illustrationen på sid * som i så fall skulle läsa tidningen. Det vill säga anställda, förtroendevalda och andra "aktiva" församlingsmedlemmar.

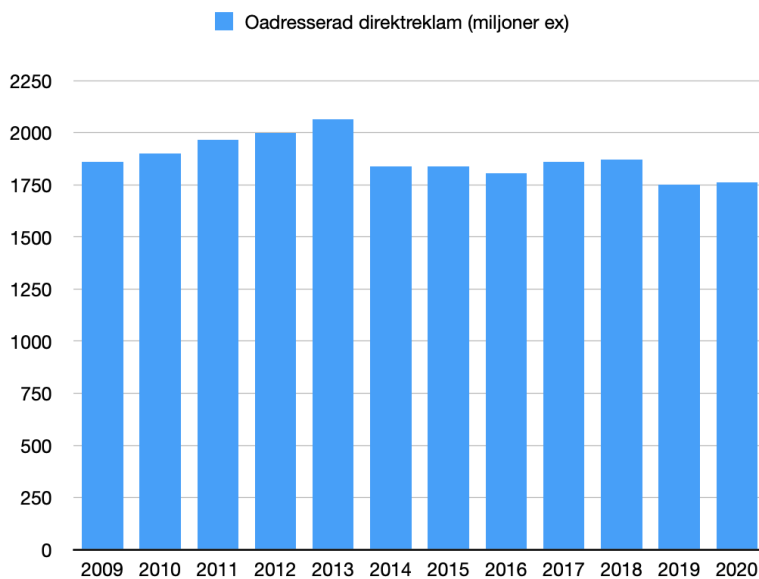
I den läsarundersökning som refererades på sidan sex ställdes också en fråga om hur aktivt man läser Kyrkpressen. På den frågan uppgav 16 procent att tidningen går rakt i pappersinsamlingen. Resterande 84 procent svarade antingen att de läser den, att de bläddrar igenom den eller att de åtminstone läser rubrikerna på första sidan. Mot bakgrund av detta – och det faktum att över hälften uppger att Kyrkpressen är deras främsta kontaktkanal till församlingen – kan man konstatera att Kyrkpressen som papperstidning har ett gott genomslag.

Det som gör Kyrkpressen som papperstidning svårersättlig är att församlingarna med den vet att man når alla församlingsmedlemmar. Ersätter man papperstidningen med en digital variant blir frågan hur man i så fall når ut till alla medlemmar. Ett alternativ kunde vara att skicka ut en länk till tidningen via e-post, men utmaningen här är att församlingarna inte har ett officiellt register med medlemmarnas e-postadresser. Det är också utmanande att skapa och upprätthålla ett sådant register, och sannolikheten är stor att man bara får med de allra mest aktiva församlingsmedlemmarna. Samtidigt skulle risken vara överhängande att man tappar de "mindre aktiva" församlingsmedlemmarna för vilka Kyrkpressen kanske är deras enda regelbundna kontakt till församlingen.

Ett annat alternativ kunde vara att försöka nå ut med tidningen via sociala medier, men också här finns betydande utmaningar. För det första finns det inget socialt medium via vilket man ensamt, eller ens i kombination med flera olika (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok), skulle nå alla församlingsmedlemmar. Den andra utmaningen består i att, ifall man vill nå ut

till samtliga medlemmar som är aktiva på sociala medier, blir tvungen att marknadsföra inläggen. En etisk aspekt som då bör tas i beaktande är att i stort sett hela den summa som läggs på marknadsföring via sociala medier går rakt till de multinationella företag som äger dessa plattformar. Det kan jämföras med Kyrkpressen som papperstidning, där i stort sett hela församlingens prenumerationskostnad hålls inom det "finländska kretsloppet". Prenumerationspriset finansierar finländsk skogsindustri, finländsk pappersindustri, tryckeripersonal och posttjänster. Samt naturligtvis också Kyrkpressens egna anställda.

Tidigare konstaterades att dagstidningarnas övergång till digitala kanaler ofta lyfts fram som ett argument för att Kyrkpressen borde ta samma steg. Men utöver de traditionella dagstidningarna finns det ytterligare ett annat marknadssegment som är intressant att titta närmare på och som man kan dra paralleller till. Det är den oadresserade direktreklam, som också den i första hand delas ut av Posten. Flitiga kunder här är utöver K- och S-kedjans dagligvaruhandlare aktörer som Lidl, Tokmanni, Jysk, Sotka, Minimani och Halpa-Halli m.fl. Transport- och kommunikationsverket gör årligen en utredning om postmarknaden i Finland och den senaste utkom i juni 2021. I den ingår en översikt över utvecklingen gällande mängden oadresserad direktreklam i Finland. Av den framgår att mängden utdelad direktreklam förblivit i stort sett oförändrad under de senaste tio åren. Den minimala minskning man kan se kan långt förklaras av att andelen hushåll med reklamförbud ökat med 5-10 procent under motsvarande period.



Det bör också konstateras att de ovan nämnda aktörerna, som i stor utsträckning använder sig av oadresserad direktreklam, har väldigt bra överblick över vilka marknadsföringskanaler som fungerar och som ger effekt. Detta då de har väldigt goda instrument för att följa upp sin försäljning. Samtliga använder också digitala marknadsföringskanaler, men väljer ändå att fortsätta med marknadsföring också i pappersform. Slutsatsen man kan dra av det här är att de fortsätter med papper för att det ger ett genomslag som de upplever är värt den kostnad pappersmarknadsföring innebär.

3. Församlingarnas roll

Med den utgivarmodell som Kyrkpressen haft sedan begynnelsen är församlingarna i en central position eftersom det är inom församlingarna som prenumerationsbesluten fattas. Eller rättare sagt i deras församlingsråd och kyrkofullmäktige, där kyrkoherden vanligen har en tongivande roll.

Arbetsgruppen tog därför redan från sitt första möte upp frågan om församlingarnas roll till diskussion, och kunde snabbt konstatera att den är lika viktig som den är svårlöst. Inom kyrkans organisation har församlingarna i frågor som dessa en självständig roll, och man kan inte utifrån eller ovanifrån (t.ex. domkapitlet eller KCSA) bestämma hur församlingarna ska agera. De övergripande organen inom kyrkan har inte heller ekonomiska medel för ändamålet. Man saknar alltså såväl resurser som myndighet att ingripa.

Därtill kommer den språkliga aspekten. Det finns sällan motsvarande organ på finskt håll som Kyrkpressen, eller motsvarande behov av en sammanhållande tidning för det egna stiftet. I de fall där den svenska församlingen ingår i en större tvåspråkig samfällighet där den finska församlingen är större, och samfälligheten därmed tillhör ett finskt stift (t.ex. Helsingfors svenska församlingar, Borgå svenska domkyrkoförsamling, Agricola, Vasa, Karleby och Åbo svenska församlingar.) är det mycket svårt att argumentera för att den svenska församlingen ska betala för en tidning när de finska medlemmarna inte får motsvarande. Ett undantag är Helsingfors där det finns en finsk motsvarighet, Kirkko ja kaupunki, med en upplaga på drygt 300 000 exemplar.

Redan under arbetsgruppens första möte 21.10.2021 konstaterades att det i stiftets församlingar finns olika typer av lösningar:

- Regelrätt massprenumerering till alla församlingsmedlemmar.
- Prenumeration till de församlingsmedlemmar som önskar få Kyrkpressen.
- Församlingsmedlemmar som får sin prenumerering subventionerad av församlingen.

Arbetsgruppens medlemmar var eniga om att massprenumerering till samtliga församlingsmedlemmar fortfarande bör vara den riktgivande principen, uttryckligen med tanke på Kp:s stora betydelse för dem som inte är aktiva inom församlingen.

Man konstaterade vidare att kyrkans nuvarande regelverk inte ger domkapitlet fullmakter att tvinga församlingen att prenumerera på KP. Församlingarna åläggs i dag att årligen bidra till centralfonden (6,5 %), för upprätthållande av centralförvaltningen, men att ytterligare pålagor inte är möjliga, på grund av församlingarnas självständighet.

Arbetsgruppen gick också igenom listan över församlingar som massprenumererar på Kyrkpressen åt sina medlemmar. Konstaterades att det i dagsläget är cirka 30 församlingar som har egentlig massprenumerering. Ytterligare fyra församlingar har prenumerering, men bara till medlemmar som uttryckligen önskar få tidningen. Fyra församlingar sponsrar de medlemmar som vill prenumerera på tidningen med en del av avgiften medan återstående tio församlingar varken massprenumererar eller subventionerar medlemmars prenumereringar.

De senaste tio åren har följande församlingar slutat massprenumerera på Kyrkpressen: Ekenäs (2013), Kimito (2013), Karleby (2013), Vörrå (2014), Vasa (2019), Agricola (2020) och Kronoby (2020).

Arbetsgruppen ansåg det viktigt att utreda hur de församlingar som inte massprenumererar på Kyrkpressen i stället sköter sin information, och till vilka kostnader? Man beslöt att till några exempelförsamlingar ställa följande frågor angående deras syn på Kyrkpressen och dess roll:

1. Har församlingen en massprenumerering eller annan prenumerering på Kyrkpressen?
2. Vilka är fördelarna och nackdelarna med att fortsätta massprenumerera på Kyrkpressen till medlemmarna?
3. Vilka är fördelarna och nackdelarna med att sluta massprenumerera på Kyrkpressen?
4. Vilken roll spelar Kyrkpressen i församlingens liv?

De fyra församlingar man valde har alla gjort olika typer av överväganden:

Jakobstads församling – som alltid prenumererar

Ekenäs församling – som upphörde med sin massprenumerering år 2013

Vasa svenska – som upphörde med sin massprenumerering år 2019

Borgå svenska domkyrkoförsamling – som överväger

Jakobstads svenska församling

Jakobstads svenska församling har 8 580 medlemmar (31.12 2021) och har en massprenumerering på Kyrkpressen till varje hushåll där någon hör till församlingen. Kyrkpressens vara eller inte-vara har egentligen inte på allvar varit uppe till diskussion i församlingens råd. Det beror på att församlingen har kunnat balansera sin budget i enlighet med de resurser som tilldelats den av samfundet. De sparåtgärder som man har vidtagit har drabbat andra sektorer, men inte Kyrkpressen. Kostnaderna för Kyrkpressen är cirka 80 000 euro per år.

Motiven för församlingen att hålla kvar prenumereringen på Kyrkpressen är flera. Det handlar om att värna om kontakten till alla församlingsmedlemmar. Möjligheten till annonsering är likaså ett viktigt motiv. Ytterligare en fördel med Kyrkpressen är att församlingen kan göra lokala sidor i tidningen och på det sättet informera om sin verksamhet.

Som det ser ut i nuläget så finns det inga planer på att avstå från Kyrkpressen utan församlingen avser att fortsätta med massprenumereringen till sina medlemmar.

Församlingsmedlemmarnas inställning till Kyrkpressen är svår att bedöma. Det kommer enligt kyrkoherden väldigt få reaktioner på tidningen. Mest uppmärksamhet och feedback ges ifall någon från församlingen medverkar eller intervjuas i Kyrkpressen.

Ur församlingens synvinkel betonas att Kyrkpressen för att vara relevant bör sträva efter att i sitt innehåll och val av artiklar spegla den bredd – också av teologisk art – som finns i Borgå stift.

Ekenäsnejdens svenska församling

Ekenäsnejdens svenska församling har 9 089 medlemmar (31.12.2021). Församlingen har en subventionerad prenumeration till alla medlemmar som önskar tidningen. Priset för denna är 60 euro och församlingen subventionerar med 15 euro, vilket gör att medlemmen betalar 45 euro för Kyrkpressen under ett år. År 2021 hade 110 hushåll meddelat att de ville utnyttja den möjligheten. Information om möjligheten till subventionerad prenumeration ges i församlingens egen tidning "Mitt i livet" i december varje år, samt på församlingens hemsida. Församlingen prenumererar också Kyrkpressen till 25 skolor och institutioner.

Församlingen sköter sin annonsering och informationen om sin verksamhet genom att fem gånger per år ge ut den egna tidningen "Mitt i livet". Den innehåller församlingens annonsering samt intervjuer, artiklar och andakter. Församlingsmedlemmarna är nöjda med den egna tidningen, som har fått god respons år efter år. Församlingen kan dessutom annonsera till ett förmånligt pris i den finska tidningen Etelä-Suomen Sanomat, som delas ut gratis till alla hem.

I dagens läge är kostnaderna för den egna tidningen "Mitt i livet" inklusive porto och tryck 42 984 € (2021). En massprenumeration på Kyrkpressen till 5 200 hushåll x 17,30 skulle kosta församlingen 89 960 €.

Eftersom församlingen i enlighet med den kommunikationsstrategi som gjordes 2013 inte sedan dess har prenumererat på Kyrkpressen till sina medlemmar finns det inte längre någon större opposition mot församlingens linje. I samtal med vanliga församlingsmedlemmar har det framkommit att de inte heller saknar Kyrkpressen utan är nöjda med den egna tidningen Mitt i livet. Församlingen anger ekonomiska motiv som orsak att inte prenumerera Kyrkpressen. En massprenumeration skulle innebära en minskning av personalen. Man har gjort ett medvetet val att sköta informationen själv via egna kanaler och anser att man därigenom når alla hushåll med lokalt präglad och för församlingsmedlemmarna intressant information, och lika effektivt som genom Kyrkpressen.

Vasa församling

Vasa församling avslutade 2019 sin prenumeration på KP. Bakgrunden till beslutet var de stora sparkraven på en bestående kostnadsreducering på ca 300 000 €. Kostnaderna för KP var då 144 000 €. Man förde en dialog med KP om möjliga prisrabatter men erbjöds endast instickssidor som ju då ännu inte fanns, men senare utvecklats i större omfattning. I församlingsrådet fanns då röster som menade att man i besparingsläget måste prioritera personalen. Man var emellertid ändå tvungen att minska även på den, inom sparkravets ram (en prästtjänst, två barnledare, en kravgrupps sänkning på en kantorstjänst om reducereing av en förmanspost till 80 %).

Vasa svenska hör till en samfällighet som domineras av den finska församlingen, som inte har motsvarande tidning. Skatteöret är relativt lågt: 1,40. Den finska församlingen tappade medlemmar då man i ett tidigare skede höjde skatten, varför det på finskt håll inte fanns beredskap för att höja skatten ytterligare.

Man tog beslutet om KP med ett beklagande, då det ansågs dåligt för det svenska stiftet och för Svenskfinland, men också för den egna församlingen. Församlingsborna reagerade delvis kraftigt och det lämnades in ett rättelseyrkande, men detta avslogs med motiveringen att en tidning inte är församlingens grunduppgift. Man har nu endast några prenumerationer på KP till allmänna utrymmen och ger inte något stöd till enskilda, eller för prenumerationer till förtroendevalda eller personal.

Medlemsantalet har inte minskat i någon högre grad efter beslutet. I Vasa ökar befolkningen vilket kompenserar förlusten av medlemmar, och medlemsantalet är därför ganska stabilt.

Församlingen har annonser i Vasabladet varje vecka. Församlingen ger också ut Kyrknytt 4 ggr per år. Den tidigare adresserade KP-prenumerationen var på 7 400 tidningar medan Kyrknytt som distribueras som oadresserad direktreklam till svenska och tvåspråkiga hushåll (vilket är avsevärt billigare än adresserat) har en upplaga på 6 000. Skillnaden torde ligga i antalet hushåll som ej önskar får direktreklam. I städerna kan den här gruppen vara ganska stor.

Man har (och hade också tidigare) en informatör på 75 % (som arbetar 25 % åt samfälligheten). Informatören har med stöd av en redaktionsgrupp (bestående av frivilliga som får visst arvode) i uppgift att göra Kyrknytt och sköta den digitala informationen. Man gjorde tidigare även vissa folder inför helgerna.

Tanken med Kyrknytt är att den även skall ha ett djupare innehåll, och inte bara information om verksamheten. Kontakten till församlingsborna anses viktig och man har fått positiv feedback på Kyrknytt. Men man har också fått negativ respons på att senaste julnummer uteblev eftersom informatören är tjänstledig och vikarien kom in lite sent och därför inte hann göra Jul-Kyrknytt. I stället gjordes en enklare folder som innehöll julprogrammet.

Sundom kapellförsamling har nyligen funderat på om de som kapellförsamling kunde prenumerera på Kyrkpressen. De har kontaktat biskopen och fått veta om stiftsfullmäktiges arbetsgrupp, och avvaktar nu i frågan. Många inom församlingen skulle gärna ha en lite tätare frekvens på Kyrknytt, men det ryms inte inom informatörens arbetstid. Vilka kostnaderna är för information i Vasa svenska församling i dagsläget gick det inte att få fram på något enkelt sätt.

Borgå svenska domkyrkoförsamling

Vid senaste årsskifte var 11 983 medlemmar skrivna i Borgå svenska domkyrkoförsamling. Församlingen har en massprenumeration på Kyrkpressen, med undantag för de personer som uttryckligen tackat nej till tidningen. Antalet prenumerationer ligger kring 4 760 och

prenumerationerna var budgeterade till 81 000 € år 2021. Därtill budgeterade församlingen 31 000 € för information utöver Kyrkpressen.

I församlingsrådet har kostnaderna för Kyrkpressen mer eller mindre varje år diskuterats i samband med budgetuppgörelsen. Varje gång har man dock kommit till att massprenumerationen fortsätter. Kyrkpressen har ett starkt stöd hos såväl beredande tjänsteman som hela församlingsrådet, men eftersom prenumerationskostnaderna motsvarar ett par årslöner har det förts diskussioner, i synnerhet då det funnits krav på nedskärningar av församlingens utgifter.

Motiven att hålla kvar Kyrkpressen är följande:

- Genom Kyrkpressen når församlingen största delen av sina medlemmar.
- Genom Kyrkpressen får församlingsmedlemmen något konkret för sin kyrkoskatt.
- Kyrkpressen är en påminnelse om medlemskapet i församlingen.
- Kyrkpressen är en bra tidning och man vill understöda den.
- Kyrkpressen har en sammanbindande funktion för Borgå stift och Svenskfinland.
- För domkyrkoförsamlingen är det en hederssak att stöda Kyrkpressen.

Församlingen har en bas-annons i Kyrkpressen. Församlingen annonserar litet utförligare i tidningen Östnyland. Utöver det stärker församlingen sin annonsering på nätet, främst på Facebook. Annonseringen i Kyrkpressen har inte mera så stor betydelse då tidningen utkommer varannan vecka. Skulle utgivningsfrekvensen ytterligare minska, minskar också motivationen att annonsera. Möjligheten att ha lokala sidor i Kyrkpressen ökar församlingens motivation att prenumerera. För närvarande ersätter dessa sidor "Domkyrkobladet", som tidigare under en lång följd av år utkom med fyra nummer per år.

Innehållsmässigt får Kyrkpressen gott betyg. En önskan finns dock att tidningen breddar innehållet, så att personintervjuer kompletteras med artiklar om kyrkans liv och utmaningar, händelser i stiftet och annat kyrkligt nyhetsstoff.

I diskussionen framkom tanken att prenumerationerna på Kyrkpressen skulle bekostas av samfälligheterna, som i t.ex. Helsingfors och Esbo. Samfälligheten skulle på detta sätt ge ett slags minoritetsstöd till sina svenskspråkiga församlingsmedlemmar.

4. Ungdomarna, en förlorad generation?

Den allt överskuggande frågan inom mediebranschen under de senaste två decennierna har varit hur man ska tackla den accelererande teknologiska utvecklingen. De flesta tidningshus och -utgivare har tvingats ställa sig frågan när och hur man bör övergå till olika digitala format. För ungefär 15 år sedan förutspåddes att papperstidningarna skulle gå en snabb död till mötes, och att den mer eller mindre helt skulle vara borta inom tio år – och alltså redan vara borta.

Så har inte skett eftersom utvecklingen inte alls varit så snabb. Men onekligen har förändringarna varit dramatiska, främst för de stora tidningarnas del, både internationellt och hos oss. Däremot har den uttalat lokala tidningspressen visat sig mer seglivad än man

trodde. För att inte tala om tidskrifterna, som i ganska liten utsträckning har påverkats av utvecklingen.

Vi ska här redogöra för två centrala aspekter av detta. Dels genom att återge den analys som Jens Berg, konsult och tidigare chefredaktör vid KSF, presenterade vid ett seminarium för arbetsgruppen, dels de synpunkter vi samlade in i samband med UK, Ungdomens kyrkodagar 21-24.4.2022 i Karis, där frågan om hur deltagarna ser på Kyrkpressen var ett tema både i ett utskott och i plenum.

Trenderna inom medievärlden

Jens Berg delade upp sitt anförande i två delar, där det första behandlade medieutvecklingen i stort och det andra mer specifikt berörde Kyrkpressen.

Bland de siffror Berg lyfte fram fanns statistik om medieanvändningen som Reuters-institutet vid Oxford University en längre tid tagit fram bland personer över 18 år (Digital News Report 2021). Finland har medverkat i undersökningen i åtta år. När det gäller den huvudsakliga nyhetskällan har kurvorna för de tryckta tidningarna respektive nätet gått i motsatt riktning: medan nästan 60 % numera (2021) uppger att nätet är deras huvudsakliga nyhetskälla är motsvarande andel för de tryckta tidningarna endast 7 %.

Delar man upp frågan enligt ålder finns det – knappast överraskande – en klar korrelation mellan ålder och typ av medium, så att nätet är klart dominerande bland yngre medan nätets betydelse successivt avtar i de övre åldersgrupperna. Värt att notera är att radion som kanal inte uppvisar några större åldersrelaterade skillnader, till skillnad från tv, där populariteten stadigt minskar bland de yngre. Anmärkningsvärt enligt Berg var att nätet enligt resultaten redan 2018 blev den viktigaste nyhetskanalen i alla åldersgrupper.

”Lever vi redan i två helt skilda världar?”, frågade han sig därför. Till det kunde man svara (vilket också gjordes av arbetsgruppens medlemmar på seminariet) att frågeställningen i denna och motsvarande undersökningar lätt blir missvisande, eftersom frågan uttryckligen gäller nyhetskanal och -källa. Missvisande därför att en tidning som Kyrkpressen primärt inte alls är något nyhetsorgan. Detsamma gäller också en stor del av den övriga tidningskonsumtionen – vi läser sällan tidningar enbart för nyheternas skull, ja oftast kanske mest av andra orsaker.

När det gäller användningen av sociala medier har ökningen i användningen enligt Berg varit mest dramatisk i åldersgruppen 18-24 år. Från och med år 2019 uppger var femte finländare att sociala medier och bloggar är deras främsta nyhetskälla. Enligt siffrorna skedde det intressant nog ett trendbrott i fjol, dvs. 2021, då kurvorna för sociala medier i alla åldersgrupper första gången gick lite neråt, men det är ännu för tidigt att säga vad det beror på. När det gäller den plattform man använder är mobiltelefonen redan klart dominerande, i alla åldersgrupper.

Ifråga om medieutvecklingen i Svenskfinland har den generella trenden varit densamma; mellan 2010 och 2020 en markant tillbakagång framför allt för de stora tidningarna (i Svenskfinland egentligen endast HBL; en minskning av upplagan med drygt hälften), något mindre för de regionala (VBL; ungefär hälften mindre) och minst för de lokala (ÖT, ÅU, Sydin, VN och ÖN; en minskning med ungefär 1/3), och ingen alls för de uttalat lokala (Annonsbladet och Nya Östis) samt specialfallen Åland och Nya Åland (varav de två sistnämnda kategorierna inte alls nämndes i Bergs presentation).

I den finlandssvenska medieverkligheten, och speciellt den på nätet, spelar Svenska Yle en ovanligt dominerande roll. Det är på många sätt är en stor tillgång eftersom den upprätthåller mycket av den finlandssvenska sammanhållningen. Men det är också besvärligt ur de övriga mediehusens synvinkel eftersom de har svårt att konkurrera, speciellt som Yles utbud är skenbart gratis (alla betalar ju skatt för det). Det har gjort att Yle i dag enligt Berg är den helt överlägsna nyhetskanalen på svenska i Finland, och når hela 94 % av finlandssvenskarna.

Den här utvecklingen, och koncentrationen kring Svenska Yle, har ytterligare accentuerats av att den gemensamma nyhetsbyrån SPT lades ner från 2022, efter att ha verkat från 2003, som arvtagare till tidigare Finska Notisbyrå, FNB. Det har gjort att det inom tidningssektorn inte längre finns någon aktör med hela Svenskfinland som sitt område, speciellt som de olika tidningshusen (KSF, HSS, ÅU och de åländska tidningarna) koncentrerar sig alltmer på sina egna utgivningsområden.

Jens Berg ställde med anledning av det två frågor, med tanke på Kyrkpressen:

- 1) I vilken mån har man övervägt andra uttrycksformer än text + stillbild (audio on demand, streamar och interaktivitet)?
- 2) Kunde KP gå in och ta rollen som den tryckta tidning "som på riktigt jämför och parallellt behandlar hela Svenskfinland"?

Berg övergick sedan till att mer specifikt analysera Kyrkpressen och dess utmaningar, speciellt med tanke på den yngre generationen. Han gjorde det bl.a. utgående från den utredning han 2019 gjorde för tankesmedjan Agenda, tillsammans med Sami Kallinen ("Unga och valet av nyhetsämnen. En analys av 20 olika nyhetsmedier"). Resultaten i den helt datorbaserade analysen visade att de unga generellt drivs av starka värderingar (såsom jämlikhet och tolerans, och globalitet), och att de är inriktade på framtiden. Ju yngre läsare desto större inriktning på globala frågor och framtid.

Berg närläste de två senaste numren av Kp, utgående från dessa analysresultat. Resultatet var grovt taget att innehållet och referenserna i de två numren huvudsakligen var de motsatta, dvs. lokalt och dåtid i stället för globalt och framtid – med andra ord en fokusering främst riktad till äldre läsare och inte till unga.

Efter en allmän analys av megatrenderna i samhället (ökad snabbhet, internationalisering, automation och digitalisering, populism etc.) frågade han sig på vilket sätt allt detta syns, och borde synas, i Kyrkpressen – framför allt när det gäller att nå de "yttre ringarna", dvs. de stora grupperna icke-aktiva församlingsmedlemmar.

När det gäller den ökade snabbheten och den allmänna oron, och dess mottendens, dvs. trenden att gå emot detta genom värderingar som långsamhet och lugnare tempo, ökad andlighet etc., har KP enligt Berg här en klar nisch, som tidningen enligt honom redan i hög grad nappat på. Men när det gäller engagemanget i samhällsfrågor är svaret enligt honom ett Nej; tidningen har inte ägnat sig tillräckligt åt dessa frågor, vare sig de interna problemen (liberalism/konservatism inom kyrkan, konflikter inom församlingar etc.) eller problemen i samhället utanför. Han frågade sig om KP rentav medvetet undviker konflikter, och framtidsfrågorna, och istället koncentrerar sig på personporträtt, som enligt honom kanske fått en onödigt framskjuten plats.

Slutligen hänvisade han till kyrkans färska strategi "Öppna dörrar", som enligt honom på många sätt ligger rätt i tiden. Han frågade sig om inte KP i större utsträckning borde implementera Öppna dörrar också i sitt eget arbete, både vad gäller tidningens innehåll (de frågor och teman man behandlar) och i tidningens sätt att arbeta, t.ex. genom ökat

samarbete med andra mediehus, med Svenska Yle, med övriga Norden, och även genom större diversitet bland skribenterna.

Rapport från Ungdomens kyrkodagar i Karis

Men vad anser ungdomarna själva? För att få ett svar på den frågan riktade Thomas Rosenberg och Katarina Gäddnäs, bägge medlemmar av arbetsgruppen och samtidigt ledamöter i stiftsfullmäktige, en skrivelse till Ungdomens Kyrkodagar (UK), som hölls på Lärkkulla 21-24.4.2022. UK är inom stiftet ett av de bästa sätten att på en gång träffa en stor del av de aktivaste ungdomarna inom stiftet. Många av dem är sannolikt morgondagens beslutsfattare och förtroendevalda i stiftets församlingar.

På UK dryftades frågorna om Kyrkpressen först i ett utskott och sedan i plenum. Diskussionen i utskottet var livlig medan det i plenum främst var de delegater som deltagit i utskottsdiskussionen som gjorde sin röst hörd. I utskottet gick man igenom de frågor som riktats till UK av Gäddnäs och Rosenberg, och i den diskussionen deltog Nicklas Storbjörk som sakkunnig från Kyrkpressen. Utgående från utskottsprotokollet, svaren från en webbenkät om Kyrkpressen som delegaterna kunde svara på, samt kommentarer från ett "open space" där delegaterna kunde skriva önskemål på en tavla, följer här ett sammandrag av ungdomarnas åsikter om Kyrkpressen, så som de själva formulerat dem.

Hur vill man att tidningen ska se ut, nu och i framtiden?

- Layouten såg mer ut som en dagstidning förr, men nu är den mer magasin och fräsch, vilket utskottet uppskattar.
- Kunde eventuellt finnas filmklipp, podcast och annat extramaterial på webben. Det digitala innehållet kan ha mer bilder än papperstidningen på artiklarna.
- Ungdomarna är vana att kunna reagera och kommentera och vara engagerad med innehållet och den media de konsumerar.

Vilken typ av texter vill man läsa, eller inte läsa, i Kyrkpressen?

- Aktuella och intressanta artiklar, intervjuer och frågor angående ungdomsverksamhet runt om i Svenskfinland samt intressanta artiklar angående olika yrken, frikyrkliga ärenden, personer, åsikter och evenemang.
- Artiklar om ungdomsarbete, upplevelser och evenemang.
- Apologetik, ekumenik och tydliga teologiska utläggningar.
- En frågespalt i stil med "Våga fråga" som fanns tidigare efterlyses.
- Mer bok- och filmtips och recensioner.
- Mer artiklar om evenemang som redan hållits.
- Var det hålls ungdomssamlingar i stiftet.
- Mänskliga rättigheternas betydelse i kyrkan.
- Om olika trosfrågor både bland äldre och yngre. Allt från små barn till de äldsta av åldringarna. Alla är vi en kyrka.
- Fakta om högtiderna.

I vilket format vill man läsa Kp – på papper eller digitalt, eller både och? Behövs det alls en tidning eller kan all information skötas på annat sätt?

I utskottet konstaterades att den yngre generationen kanske oftare läser Kyrkpressen via Facebook eller Instagram, men att man nog bläddrar igenom papperstidningen och läser om det finns bekanta ansikten eller rubriker som fångar intresset. Man håller trots allt papperstidningen kär. ”Det är en viss känsla att läsa och bläddra i en papperstidning.” Man konstaterade också att den är viktig för de äldre församlingsmedlemmarna. Och varje gång man får hem den påminns man ju om att den finns.

Vid en gemensam samling, där merparten av delegaterna var närvarande, gjordes en enkät där delegaterna fick svara på många olika frågor.

En av frågorna var: *Hur ofta läser du Kyrkpressen?*

Svaren i den enkäten fördelade sig svaren så här:

Varje nummer	13%
En gång i månaden	7%
Några gånger om året	25 %
Kanske en gång om året	32 %
Vad är Kyrkpressen?	23%

Sammanfattning

Det är givetvis svårt att dra några enkla eller entydiga slutsatser av ovanstående, men några synpunkter kanske kunde framföras. Enkäten gav knappast överraskande resultatet att tidningen aktivt läses av bara en liten del. Å andra sidan är det bara en fjärdedel för vilka KP är helt främmande, medan resten, eller 3/4, läser den åtminstone sporadiskt, och hela 13 % läser varje nummer. Det är siffror som kanske de facto inte skiljer sig så mycket från den övriga, vuxna befolkningen – låt vara att UK samlar den aktivaste delen av ungdomen, som alltså rimligtvis borde känna till KP bättre än ungdomar i genomsnitt.

Och även om de flesta ungdomarna också på UK huvudsakligen får sin information digitalt tyder svaren ändå på att man fortfarande har stor förståelse också för att papperstidningen behövs, och rentav att man själva tycker om att bläddra i den. Och kanske mer så desto ovanligare det blir med papperstidningar som kommer hem på posten?

5. Kyrkpressen – en organisationstidning bland andra i Svenskfinland

En av de frågor som diskuterats inom arbetsgruppen är vilka möjligheter man har att för tryggheten av Kyrkpressen utverka bidrag från de finlandssvenska fonderna och stiftelserna. De diskussioner arbetsgruppen fört med företrädare för Svenska kulturfondens och Konstsamfundets ledning gav det förväntade svaret, det vill säga att man inte direkt kan

bevilja några större understöd för bara en av de många tidningar och tidskrifter som ges ut på svenska i Finland.

Däremot finns det vissa möjligheter att indirekt stöda KP i egenskap av *organisationstidning*, eftersom KP och dess utgivare har många problem gemensamma med andra finlandssvenska organisationer och deras medlemsorgan – och upprätthållandet av det finlandssvenska nätverket av organisationer är något som i högsta grad ingår i fondernas uppdrag.

Man kan utan större överdrift säga att Svenskfinland står och faller med sina organisationer. Det mångomtalade sociala kapital som gjort oss till ett av världens lyckligaste folk bygger i hög grad på det exceptionellt täta nätverk av föreningar, sammankopplade i form av organisationer, som täcker det svenska Finland. Ett av de instrument med vars hjälp denna väv av föreningar och organisationer har skapats och hållits vid liv utgörs av de *tidningar och tidskrifter* som agerat språkrör och plattform för de svenska strävandena. Det har alltid i hög grad varit genom sina medlemstidningar som idéerna har spridits, informationen gått vidare och nya medlemmar engagerats. Vi har därför ett osedvanligt starkt utbud av tidningar och tidskrifter i Svenskfinland, i dagens läge kring 100, som fortfarande utkommer – också, och framför allt, på papper.

Hittills har överraskande få av dessa lagts ner, även om nedgången ifråga om dagstidningarna varit stark under de senaste åren. På dagstidningssidan har utvecklingen gjort att den finlandssvenska tidningspressen inte längre fungerar som sammanhållande arena för hela Svenskfinland. Den funktionen innehas, som vi redan konstaterat, numera nästan enbart av Svenska Yle, och där huvudsakligen på radiosidan. Bland printmedierna är det endast Kyrkpressen som ännu når över hela Svenskfinland, både upplagemässigt och regionalt.

Att den fortsatta utgivningen är så viktig beror på att tidskrifterna för sina organisationer har så många vitala funktioner, utan vilka organisationerna snabbt förlorar i styrka; de är deras främsta informationskanal, de ger synlighet, de är centrala i rekryteringen av nya medlemmar. De flesta organisationer har under de senaste två decennierna ställts inför frågan om det är dags att överge den traditionella tidningen och övergå till digitala format. Svaret är nästan alltid att man då förlorar nästan all kontakt med sina medlemmar. Och en organisation som förlorar kontakten med sina medlemmar den har snart inga medlemmar kvar.

Men utmaningarna är som sagt många, och en stor del av våra tidskrifter och deras utgivare kämpar för livet. De kanske största problemen gäller distributionen, som för de flesta utgivare blivit en orimlig utgiftspost. Däremot är själva produktionen sällan något större problem, vare sig tekniskt eller ekonomiskt.

Det allvariga ur finlandssvensk synvinkel är att organisationernas problem mycket snabbt också är hela Svenskfinlands problem. Därför är samordnade åtgärder av stor vikt. Det här är också orsaken till att fonderna har aviserat intresse för att bidra med stöd för projekt och utredningar i syfte att förbättra de olika organisationernas möjligheter att upprätthålla sina medlemsorgan.

Kyrkpressen är i princip att betrakta som en medlemstidning för medlemmarna i organisationen Borgå stift. Det som gör KP speciell är att den når nästan alla finlandssvenskar. Det stora flertalet hör fortfarande till kyrkan, även om bara en liten del är aktiva inom sin församling. Att det fortfarande regelbundet utkommer en tryckt tidning som delas ut till nästan alla hushåll är därför av omätlig betydelse för sammanhållningen och identiteten i den by vi kallar Svenskfinland – en sammanhållning vi inte längre kan ta för given.

Fonderna, i detta fall närmast Svenska kulturfonden och Konstsamfundet, bidrar för närvarande med stöd för en utredning som görs av Förbundsarenan, i syfte att ta reda på vilka synpunkter, önskemål och behov de olika finlandssvenska organisationerna har ifråga om sina respektive medlemstidningar. Denna utredning, i vilken också Kyrkpressen ingår, tillsammans med drygt 80 andra tidskrifter, är när detta skrivs under planering och slutförs inom augusti 2022. I diskussioner med arbetsgruppen har de två fondernas ledning emellertid sagt sig vara beredda att ge ytterligare bidrag för en eventuell utvidgning av ovan nämnda utredning, i syfte att ta fram ett mer ingående material om några exempelorganisationer, bland dem Kyrkpressen och dess utgivare.

För att med tanke på föreliggande rapport snabbt få fram relevant information om några till sin karaktär likartade tidskrifter bad vi av fyra redaktörer om synpunkter på hur de ser på sin tidskrift, dess framtidsutmaningar och dess betydelse för respektive utgivarorganisation.

De fyra tidskrifterna är **Martha**, som utges av Finlands svenska Marthaförbund (redaktör Mikaela Groop), **Läraren**, som utges av Finlands svenska lärarförbund (FSL) (redaktör Tom Ahlfors), **Folkhälsan**, som utges av Folkhälsans förbund (redaktör Hanna Rundell), samt **Hem och Skola**, som utges av Förbundet Hem och Skola (redaktör Tommy Pohjola). Gemensamt för dem är att de alla representerar organisationer som omfattar hela Svenskfinland och har en bred täckning på sitt respektive verksamhetsområde. De har redan länge ägnat en hel del energi åt frågan om tidningens roll inom organisationen, och i vilket format den ska ges ut, på papper eller digitalt. De är också alla förhållandevis stora, åtminstone med finlandssvenska mått.

Martha och Marthaförbundet

Redaktören Mikaela Groop uppger att Marthaorganisationen i dag (april 2022) omfattar cirka 9 000 medlemmar runt om i Svenskfinland. Dess tidskrift "Martha" är sedan år 2012 en medlemsförmån för samtliga medlemmar. Upplagan är i dagsläget cirka 8 600. Förklaringen till att inte alla medlemmar har tidningen är att man har ett medlemskap som omfattar så kallade familjemedlemmar, vilket innebär att man får bara en tidning, även om det bor fler än en medlem i ett och samma hushåll, ifall man inte uttryckligen väljer annorlunda. Som familjemedlem har man lägre medlemsavgift, 14 euro per år i stället för 30 euro per år.

Man hade tidigare ett system där tidskriften inte var kopplad till medlemskapet. Även då prenumererade en stor del av medlemmarna på Martha, men inte alla. Upplagan var då omkring 7 800 (i maj 2012). Då fanns det också prenumeranter som inte var medlemmar, men som ändå ville ta del av förbundets verksamhet.

Efter en lång och tidvis intensiv diskussion beslöt man att övergå till ett system där tidskriften blev en medlemsförmån, som alltså skickas till alla som betalat medlemsavgiften. Det främsta argumentet emot förändringen var att reformen blir för dyr för de medlemmar som inte tidigare prenumererat på Martha, eftersom deras medlemsavgift skulle höjas med 14 euro per år. I en organisation med en äldre åldersstruktur ansåg vissa att reformen skulle skrämja bort äldre medlemmar som lever på en liten pension. Man införde därför en kategori "seniormedlemmar" som är befriade från medlemsavgiften. Åldersgränsen är 80 år.

Huvudargumentet till förmån för en medlemstidning var enligt Mikaela Groop att Marthaförbundet arbetar enligt jämlikhets- och rättvisepinciper: "Information om förbundet, dess verksamhet och medlemservice samt information om verksamheten i distrikt, föreningar och kretsar ska distribueras jämnt och rättvist, på ett sätt som når alla. Vissa av förbundets medlemmar saknade (och saknar alltjämt) digitala kunskaper och ska inte försättas i ett sämre läge än de medlemmar som är digitalt kunniga och aktiva."

Enligt Groop har de negativa tongångarna i huvudsak mattats av, men hon uppger att man förstås hela tiden upplever ett tryck på att bevisa att "medlemstidningen behövs". Redaktionen får enligt henne både positiv och negativ feedback med jämna mellanrum, och försöker ta till vara alla synpunkter och göra det bästa av dem. Enligt henne är upplageutvecklingen avhängig förbundets attraktionskraft, som i sin tur hänger ihop med intresset för föreningsverksamhet överlag. "Tyvärr har intresset dalat under de senaste åren. Många unga ägnar sig hellre åt ad hoc-aktiviteter och binder inte upp sig för en längre tid."

På frågan om hur man ser på relationen mellan tidningen och medlemsrekryteringen, och den roll som tidningen spelar för organisationen, dess image och framtid, svarar Groop på följande sätt:

"Som du låter förstå, det är en svår nöt att knäcka. Vi vet att många blir marthor för att få tidningen, det har framkommit i olika enkäter, men att se tidningen som den enda saliggörande faktorn när det gäller rekrytering av nya medlemmar tror jag inte på. Snarare handlar det om hur de lokala marthaföreningarna lyckas locka nya medlemmar via verksamheten. Rekryteringen är starkt beroende av den digitala kompetensen i de lokala marthaföreningarna, men också av förbundets synlighet på sociala medier.

Samtidigt är tidningen en viktig identitetsmarkör. Den förmedlar förbundets budskap, bygger förbundets image och fyller en central funktion med tanke på kontinuiteten. Kort och gott: Vad vore Marthaförbundet utan den sammanhållande länken och kraften som en medlemstidning utgör?"

Ifråga om den besvärliga distributionen konstaterar Mikaela Groop att deras tryckeri (Grano Oy) sköter den, i samarbete med Posti Oy. Man har kommit överens att tryckeriet fakturerar posten direkt, och betalar tryckeriet en klumpsumma för både tryck och postning. Ett samarbete som enligt henne funkar smidigt. Av en totalbudget på 130 000 euro gick ifjol (2021) 32 500 till postningen och c 18 000 euro till tryckningen, vilket alltså innebär att enbart distributionen står för exakt ¼ av utgifterna.

Läraryrskretsens tidning Läraren

Tom Ahlfors, som också han har lång erfarenhet som redaktör för sin tidning, Läraren, uppger att utgivaren Finlands svenska lärarförbund (FSL) i dag har omkring 4 500 medlemmar. Upplagan är 5 500 exemplar, med 20 nr per år. Medlemmarna i FSL får tidningen som medlemsförmån, och Läraren kan inte bytas ut mot finska Opettaja. Han konstaterar att FSL redan på 1970-talet gav ifrån sig förhandlingsrätten till den finska kollegan OAJ (förutom gällande lokala avtal) och att FSL därför är ett utpräglat informationsförbund. Och att tidningen av den anledningen har en ytterst central position i förbundets verksamhet.

På frågan om man övervägt att övergå till digitala format svarar Ahlfors: "Att lägga ner papperstidningen har egentligen på allvar diskuterats bara en gång under de senaste drygt tjugo åren, på ett fullmäktigesammanträde för flera år sedan. Tanken om att bara publicera en webbtidning fick inte gehör."

Han konstaterar vidare att "medlemmarna vill ha sin papperstidning" och att den är en unik produkt, med oavbruten utgivning sedan 1894, vilket gör den till en av våra äldsta tidskrifter. FSL är enligt honom ett typiskt professionsförbund och tidningen stärker sammanhållningen bland lärarna i Svenskfinland.

Om kostnaderna konstaterar Ahlfors att utgivandet av en papperstidning självfallet medför kostnader i form av tryckeriavgifter (och just nu dessutom ökade kostnader för papper) och därtill postningsavgifter, som stigit mycket de senaste åren. Distributionen sker per post hem till varje medlem. Men eftersom Läraren har en fackorganisation bakom sig som utgivare är man inte riktigt på samma sätt piskad att spara som många andra tidskrifter.

Tom Ahlfors uppger att man nyligen gjorde en enkät för att få in uppgifter om medlemskårens syn på sin tidning, och han delar gärna med sig av resultaten. Här direkt från hans mejl:

"Läser du Läraren på tidningens webbplats www.lararen.fi?"

74 % svarade nej, 3 % ja, regelbundet.

66 % läser så gott som varje nummer av Läraren.

68 % är tillfreds med tidningen (2007 var motsvarande siffra 52 %).

"Jag läser hellre artiklarna i papperstidningen än på webben."

77 % svarade ja.

"Via vilka informationskanaler vill du helst ha facklig information?"

De två främsta kanalerna: E-post 63 %, tidningen Läraren 59 %.

Sociala medier och webb kommer alltså längre ner på listan.

Tom Ahlfors sammanfattar: "Resultatet av enkäten visar med all önskvärd tydlighet att läsarna är nöjda med produkten, vilket gläder oss två journalister [på tidningen]."

Tidningen Folkhälsan

Tidningen Folkhälsan är Folkhälsans medlemstidning och utkommer med fem nummer per år. Sammanlagt 19 000 medlemmar i cirka hundra Folkhälsanföreningar får tidningen hem

per post, som en medlemsförmån. Utöver tidningen publicerar man en del av materialet också på Folkhälsans webbplats.

Hanna Rundell är redaktör för tidningen Folkhälsan och säger att man sett det som viktigt att hålla kvar papperstidningen. Enligt henne är det en fråga om tillgänglighet, det är väldigt få av medlemmarna som själva aktivt går in på Folkhälsans webbplats och tar del av innehållet där. Man har också gjort en enkät där man bad medlemmarna svara på om de vill ta del av tidningen på papper eller digitalt. En överväldigande majoritet svarade att man också framöver helst läser tidningen på papper. Folkhälsans egen uppfattning är att det är en väldigt uppskattad och läst tidning. Det som man också ser som en fördel med papperstidningen är att den har en längre livslängd. Tidningen blir kvar på köks- och vardagsrumsbord, vilket man också ser som ett mervärde.

Trots att man är nöjd med tidningen och dess genomslagskraft har man i år valt att gå ner från sex nummer till fem. Orsaken till det är att man velat att redaktören ska ha mer tid att lägga på att skriva pressutskick till tidningar och andra medier samt att försöka få in egna sakkunniga i andra medier.

Hem och skola

Förbundet Hem och Skola i Finland r.f. ger ut sin medlemstidning fyra gånger per år och den når enligt dem själva "praktiskt taget samtliga familjer med barn i svenskspråkig skola i Finland". Upplagan ligger för närvarande på cirka 38 500 exemplar. En skillnad jämfört med de flesta andra tidningar är att det inte är posten som delar ut tidningen, utan distributionen sker via skolorna där lärarna ska se till att tidningen kommer hem till föräldrarna via eleverna. Tommy Pohjola som är redaktör för tidningen säger att man är medveten om att valet att distribuera tidningen på det här sättet medför utmaningar: "Det fungerar inte alls alltid, men av ekonomiska orsaker är det inte möjligt för oss att dela ut tidningen med posten". Men man har gjort enkäter bland läsarna och där har det kommit önskemål om att tidningen skulle delas ut på ett mer pålitligt sätt och att den säkert skulle vara mer läst i så fall.

På Hem och skola har man sett att tidningen ger ett mervärde då den ger möjlighet att innehållsmässigt skilja på kommunikation och journalistik. Det ser man att är nyttigt både för förbundet själva och för läsarna. Gällande innehållet i tidningen så har responsen varit positiv, läsarna gillar tidningen och i en enkät förra hösten fick tidningen av de svarande en fyra i snittbetyg, på en femgradig skala.

Sammanfattning

Alla de fyra ovan nämnda exemplen hör alltså till gruppen större tidskrifter, med finlandssvenska mått, och alla har finlandssvenska centralorganisationer som utgivare, och är därmed jämförbara med Kyrkpressen. Även om dessa fyra inte utgör något representativt urval är svaren till och med överraskande entydiga:

- man anser att tidskriften är viktig och värd sitt pris; för rekryteringen, för synligheten och för sammanhållningen och identiteten, och man kommer därför att fortsätta ge ut den

- man vill uttryckligen göra det på papper, och anser inte övergången till helt digitaliserade versioner vara något alternativ, även om man självfallet också utvecklar sin närvaro på nätet

6. Stiftets roll och ansvar

Vid kontakter med finskspråkiga ansvarstagare inom vår kyrka förundrar man sig ibland över att Kyrkpressen beställs till församlingarnas medlemmar. Något sådant har man ingen tanke på – eller ens råd med – på finskt håll. Varför denna lyx på svenska? Finns det inte viktigare saker att sätta sina pengar på? Då får man gå den diskussion som arbetsgruppen för Kyrkpressens framtid gått så många gånger: Att tala om Kyrkpressen som sammanhållande band för de utspridda svenskspråkiga församlingarna i vårt land, att tala om Kyrkpressen som kontaktlänk mellan församlingarna och dess medlemmar, att tala om Kyrkpressen som en påminnelse om medlemskapet i kyrkan.

När Kyrkpressen varannan torsdag ramlar in genom postinkastet, eller återfinns i postlådan, påminns mottagaren om sin lokalförsamling och sitt medlemskap. Men samtidigt påminns man också om att man hör till "kyrkan". För finlandssvenskarna är kyrkan i hög grad Borgå stift. Också om gemene man inte har djupare insikter i hur kyrkan är organiserad, vet man ändå att det finns ett större sammanhang: Borgå stift och dess biskop. Om tillhörigheten till detta större sammanhang påminns mottagaren av Kyrkpressen varannan vecka. Det är ett viktigt sammanhang för drygt 70 % av finlandssvenskarna.

Borgå stift byggs upp av svenskspråkiga församlingar och församlingar med svenska som majoritetsspråk. Församlingarna i sin tur byggs upp av sina medlemmar. Fastän stiftets verksamhet i huvudsak riktar sig till församlingarna är det klart att stiftet i sista hand finns till för sina medlemmar. Allt bygger ju på dem. Av dessa medlemmar anser 54 procent att de får sin huvudsakliga kontakt till kyrkan genom Kyrkpressen. Från stiftets synpunkt kan Kyrkpressen därför ses som den huvudsakliga kommunikationskanalen till kyrkans svenskspråkiga medlemmar, de som bekostar stiftets verksamhet. Kyrkpressen är samtidigt ett bevis på den ekonomiska insats som medlemmarna månatligen gör genom kyrkoskatten.

Så vilken roll och vilket ansvar har då Borgå stift för Kyrkpressen? Rent formellt är det svårt att se stiftets ansvar för tidningen. Kyrkpressen utges av Fontana media Ab och uppdragsgivare är de församlingar som prenumererar på tidningen och således finansierar den. Stiftet som sådant deltar inte i finansieringen och tidningen står fri i förhållande till stiftet. Principiellt är det också viktigt att Kyrkpressen inte är bunden av stiftet, för det fria ordets skull.

Samtidigt är Kyrkpressen av stor vikt för stiftet. Kyrkpressen är den tidning som sammanbinder medlemmar och församlingar med stiftet, och den är en kommunikationskanal mellan medlemmar, församlingar och stift. För en svenskspråkig minoritetsbefolkning som är geografiskt utspridd i vårt land är varje livstecken från ett

gemensamt stift viktigt. Det stärker den tillhörighet som är ett viktigt motiv i den finlandssvenska kyrkligheten.

Borgå stifts roll och ansvar när det gäller Kyrkpressens framtid är att få oss alla att inse tidningens roll för hela stiftet. Genom det skapas en insikt om att Kyrkpressen stärker tillhörigheten till stiftet och därmed medlemskapet i kyrkan, det som är grunden för stiftets verksamhet. Därmed vaknar ett moraliskt ansvar att främja Kyrkpressens framtid. Stiftets församlingar står som finansiärer i nyckelställning. Stiftet kan understryka detta för församlingarna och uppmuntra dem att prenumerera. Församlingarna borde förmås att inse Kyrkpressens stora betydelse, då man i församlingarna ofta vid uppgörandet av budgeten ställer KP-prenumerationen och de anställda mot varandra. Stiftet kan vid olika reguljära samlingar under året lyfta upp Kyrkpressens roll och betydelse för stift och kyrka. Stiftet kan till exempel, som nu planeras, ordna gemensamma diskussioner i stiftet om Kyrkpressens betydelse och församlingarnas möjligheter att prenumerera.

7. Våra förslag

Återstår att sammanfatta arbetsgruppens förslag. Det mesta av det vi kommit fram till framgår av de tidigare avsnitten, men inbäddat i längre resonemang. Här en sammanfattning av de viktigaste riktlinjerna och slutsatserna.

De ekonomiska förutsättningarna

Låt oss börja med det som paradoxalt nog är det enklaste, ekonomin. Redan på det första mötet konstaterades att det finns i princip tre faktorer att jobba med för att trygga Kyrkpressens framtid.

- 1) att minska kostnaderna
- 2) att öka intäkterna
- 3) att påverka församlingarna i deras beslut angående KP.

Stor enighet rådde om att en ytterligare minskning av kostnaderna knappast är möjlig, eftersom KP redan har skurit så mycket det går. Utgifterna för tryck och distribution är faktorer som i väldigt liten utsträckning går att påverka. Om vi frånser digitaliseringen återstår en glesare utgivning, men det medför potentiellt nya problem.

När det gäller intäkterna är en möjlighet bidrag utifrån, exempelvis stöd från fonder och stiftelser. Men vi uteslöt efter konsultationer med fonderna det alternativet, åtminstone om man därmed avser större och/eller mer regelbundna fondbidrag. Enskilda projektbidrag är möjliga, och i sig viktiga och värda att arbeta vidare på, men de påverkar inte tidningens grundekonomi. På basis av analyser av annonsmarknaden ter det sig också som osannolikt att det skulle gå att öka annonsförsäljningen så att den intäktsökningen anmärkningsvärt skulle påverka prenumerationspriset för församlingarna.

Återstår församlingarna och deras centrala roll, utgående från den huvudprincip som arbetsgruppen är enig om, dvs. att **modellen med massprenumerationer för samtliga församlingsmedlemmar även i fortsättningen bör vara riktgivande**. Detta uttryckligen med hänvisning till Kyrkpressens stora betydelse för dem som inte är aktiva inom församlingen, och alltså inte hör till de inre ringarna i figuren på sidan sex.

Det utesluter självfallet inte att man också kan och bör utveckla andra prenumerationsalternativ, men huvudprincipen bör vara att tidningen delas ut till samtliga medlemmar inom en församling, som en del av kyrkoskatten.

Dags för en omprioritering inom församlingarna

Svårigheten med massprenumerationsmodellen är att besluten är beroende av församlingsråden, i praktiken ofta kyrkoherden, som vanligen upplever att hans ansvar i första hand är att se till den egna personalen. I valet mellan en tjänst eller Kyrkpressen är KP givetvis lättare att stryka ur en redan nedhyvlad budget, och församlingsrådet har sällan andra prioriteringar. Resultatet blir att församlingens information sköts på billigaste möjliga sätt, med annonsering och duplicerade blad. Eller som någon uttryckte det: "3 000 € plus frimärkspengar".

Men församlingarna bör enligt vår mening inse att KP är så mycket mer än en besvärande utgiftspost; den är tvärtom ett viktigt instrument i försöken att förhindra ytterligare medlemsflykt, för att inte tala om dess betydelse för hela Svenskfinland. Man måste inom församlingarna förstå att situationen drastiskt har försämrats sedan de goda åren då budgeten alltid ökade, och att man inte längre kan undvika att ta itu med de överstora personalkostnaderna, i dag i vissa församlingar kring 90 procent.

Kyrkpressen en del av kyrkans framtid

På arbetsgruppens sista möte sammanfattade Kalle Sällström träffande det centrala när det gäller församlingarnas ansvar. Här i sin helhet:

"Kyrkpressens roll måste ses i ett större kyrkligt perspektiv. Församlingarnas sviktande ekonomi kommer sig främst av att medlemmarna skriver ut sig ur kyrkan och skatteunderlaget därför krymper. Undersökningar har visat att bristen på kommunikation från kyrkans sida gentemot sina medlemmar är en bidragande orsak till utskrivningarna. En institution som inte hör av sig och är frånvarande i människors liv känns inte angelägen. Kan man därtill spara en slant genom att lämna institutionen blir steget kortare.

Kyrkpressen är en kontakt från kyrkans sida som tas varannan vecka. Här berättas om det som är viktigt i kyrkan, om det som händer i kyrkan och om hur människor i svåra situationer kan få hjälp och stöd av sin tro och av sin församling. Kyrkpressen har ett livsperspektiv som känns angeläget och meningsfullt. Det är viktigare att kommunicera kring tro, nöd och förlåtelse än att informera om stoljumpan på torsdagar. Det handlar om det goda budskapet, vad evangelierna består av.

Just de som överväger att skriva ut sig hör till dem som Kyrkpressen har en speciell mission gentemot. Den innersta cirkeln som är aktiv i kyrkans verksamhet nås av

kyrkans budskap i vilket fall som helst. Men de som står på större avstånd från de kyrkliga händelsernas centrum blir helt och hållet främmande för kyrkan. Då blir det lätt att lämna kyrkan. Kyrkpressen är en återkommande hälsning och en kontinuerlig kontaktlänk som har stor betydelse, speciellt för dem som står i marginalen.

När man i församlingarna i budgettider bedömer Kyrkpressen som en utgift och jämför den med utgiften för en tjänst, glömmar man ofta den kontakt som Kyrkpressen utgör. Den egna personalen står ofta församlingarna närmast. Det är den man är solidarisk mot. Men om församlingen är solidarisk mot sina medlemmar, kommer Kyrkpressen i annat ljus. Då inser man vikten av en bred kontakt, en kontakt som Kyrkpressen kan ge men som de anställda inte kan prestera, hur god vilja som än skulle finnas. Kyrkpressens roll hänger alltså samman med kyrkans – och stiftets – roll och framtid.”

Utgivningstätheten

Ett av de alternativ som vann allmänt understöd i arbetsgruppen är en **glesare utgivning**. Kyrkpressen övergick relativt nyligen, år 2019, från utgivning varje vecka till varannan vecka. Kan man tänka sig att glesa ut det ytterligare, och hur mycket?

Att gå ner ytterligare i utgivningsfrekvensen har både för- och nackdelar. Nedan ett försök att schematisera alternativen (där vi utgår ifrån att en återgång till utgivning varje vecka är utesluten):

- A. Som nu, utgivning varannan vecka (26 nr/år)
- B. Utgivning var tredje vecka (18 nr/år)
- C. Utgivning var fjärde vecka (månatligen; 12 nr/år)

Oberoende av vilken frekvens man än väljer som är lägre än nuvarande (26 nr/år) är fördelarna och nackdelarna desamma. Fördelen med en lägre frekvens är att tryck och distribution blir billigare. I nuläget står de för knappa 60 procent av de totala kostnaderna. På grund av frekvensrabatter både hos posten och vid tryckeriet är det ändå inte realistiskt att räkna med en halvering i massprenumerationspriset, ifall man exempelvis gick ner från 26 till 12 nummer per år. Det skulle snarare möjliggöra en sänkning av prenumerationspriset från nuvarande 17,30 € per år till cirka 12 euro per år. För en församling med 3 500 prenumerationer skulle ovannämnda frekvensbyte (26 nr/år till 12 nr/år) ändå innebära att årskostnaden för massprenumerationen på Kyrkpressen skulle minska från cirka 60 000 euro till 40 000 euro.

Nackdelen med en lägre frekvens är att Kyrkpressen fungerar sämre som annons- och informationsorgan för församlingarna. Den aspekten lyftes fram också när utgivningsfrekvensen från 2019 ändrades från 48 nummer per år till 26 nummer.

Det handlar alltså delvis om pengar, men kanske i första hand om ett principiellt vägval, där frågan är vilka kretsar man i första hand vänder sig till; de aktiva och redan frälsta eller den

betydligt större och passiva delen av medlemskåren. För det senare talar framför allt två saker:

för det första att **intresset för trosfrågor sannolikt inte alls kommer att minska utan tvärtom öka**, och kyrkans roll därför blir att försöka fånga upp detta intresse;

för det andra att Kyrkpressen med den omvandling som tidningsbranschen genomgår i själva verket **kan vara en vinnare** tack vare att man har stor spridning i hela Svenskfinland. Som redan konstaterats är Kyrkpressen numera i stort sett den enda tidning som når stora delar av finlandssvenskarna. Såväl övriga etermedier som den tryckta tidningspressen har redan förlorat den funktionen.

Vår slutsats blir därför att Kyrkpressen uttryckligen bör utnyttja den här chansen. Av utgivningsalternativen bör man välja det optimala, dvs. ett som ger sparmöjligheter utan att man helt förlorar funktionen som informations- och annonsorgan. Vilket av alternativen ovan man går in för är en avvägningsfråga. Det här borde göras i dialog med församlingarna och utmaningen består i att hitta en nivå på prenumerationspriset som gör att alla församlingar upplever att de kan fortsätta massprenumerera på tidningen.

Ungdomarna och digitaliseringen

Det som i tidningssammanhang numera vanligen är den centrala frågan, dvs. i vilken takt man ska övergå från papper till digitala format, avverkades inom arbetsgruppen relativt snabbt – även om frågan nog väckte livliga och ingående diskussioner. Även om förändringarna är både snabba och stora, och lett till omfattande strukturförändringar inom tidningsbranschen, kom gruppen ändå fram till att det inte är bristande digital kompetens eller beredskap som är Kyrkpressens primära problem eller utmaning.

Vår slutsats är att Kyrkpressen inte har någon anledning att frångå principen om **att också i fortsättningen i huvudsak komma ut på papper**, åtminstone under en överskådlig framtid. Utvecklingen inom tidnings- och tidskriftsbranschen visar att den nisch Kp verkar i gör pappersformatet till ett fungerande koncept också framöver.

Det utesluter givetvis inte att tidningen också bör utveckla sin närvaro på nätet och i de sociala medierna, och vara lyhörd för de yngre generationernas önskemål och medievanor.

Stiftets roll

Sist några ord om stiftets roll. Även om det tidigare konstaterades att den nuvarande kyrkolagstiftningen inte ger stiftet möjligheter att ingripa i församlingarnas självständighet borde man kanske ändå utreda om det finns juridiska möjligheter för stiftet att agera. Går det t.ex. att slå fast någon form av "Kp-skatt" till stiftet?

Det som däremot är fullt möjligt, och vi kraftfullt understöder, är att stiftet och dess ledande personer, med biskopen i spetsen, använder sin **moraliska auktoritet** till att förmå församlingarna inse sitt ansvar inte bara för sina egna anställda utan också för helhetskyrkan och dess framtid.

Konkret kunde detta ske dels i form av en "eriksgata" i stiftet, där representanter för både tidningen och stiftets ledning träffar representanter för de olika församlingarna, dels att det arrangeras bredare **stiftssammankomster**, under ledning av biskopen.

Sammandrag i tio punkter

För att ytterligare förenkla våra rekommendationer sammanfattas det här i tio punkter:

- Kyrkpressen har som kristen tidning en unik ställning, med ett genomslag som når långt utanför de aktiva församlingsmedlemmarnas krets.
- Kyrkpressen har med sin stora upplaga och sin heltäckande spridning en starkt sammanhållande funktion, inte bara för stiftet utan hela Svenskfinland.
- Modellen med massprenumerationer för samtliga församlingsmedlemmar bör även i fortsättningen vara riktgivande. Endast så når man samtliga medlemmar i stiftet.
- Församlingarna bör ta sitt ansvar och inte bara tänka på sin egen personal. Också församlingarna är beroende av sina passiva medlemmar, och av att medlemsflykten upphör.
- För att möta församlingarnas behov bör tidningen vidareutveckla konceptet med regionala sidor.
- Också stiftet bör ta sitt ansvar, inte bara genom att utöva moralisk auktoritet gentemot församlingarna (t.ex. genom eriksgator och gemensamma stiftssammankomster) utan också genom att utreda möjligheterna att direkt stöda Kp.
- Man kunde övergå till en glesare utgivningsfrekvens, men så att man noga väger mot varandra för- och nackdelar med olika frekvensalternativ
- Det finns ingen anledning för Kyrkpressen att överge sin pappersversion, tvärtom. Men man bör också utveckla sin närvaro på nätet.
- Tidningen bör satsa mycket mer på både innehåll och format som tilltalar den yngre generationen.
- Intresset för trosfrågor kommer inte att minska utan tvärtom öka, vilket gör att Kp med sin starka ställning i Svenskfinland har ett momentum det gäller att inte missa.

Bilagor

Bilaga 1.

Initiativ till Stiftsfullmäktige, till dess möte 27.5.2021

Rädda Kyrkpressen - rösten för vårt svenska stift!

Bakgrund

Nödsignalerna har under de senaste åren varit många: rädda Kyrkpressen! Den får inte tillåtas gå under av kortsynta sparåtgärder i församlingarna, utan tanke på konsekvenserna för stiftet som helhet – och i sista hand för alla dess enskilda medlemmar.

Kyrkpressen har i sin nuvarande form funnits sedan 1970, som gemensamt organ för Borgå stift, genom att församlingarna prenumererat på den för sina medlemmar. Tidningen har blivit ett av de viktigaste sammanhållande kätten, inte bara för det svenska stiftet utan för hela Svenskfinland. I dag är Kp den enda tidning som når merparten av finlandssvenskarna, i alla regioner och oberoende av ideologiska och andra övertygelser. Den har, trots sin kyrkliga framtoning, blivit en respekterad röst i samhällsdebatten, också bland personer som inte är aktiva inom kyrkan.

Det bekräftas också av en läsarundersökning för en tid sedan. På frågan om vilken kontaktkanal till församlingen man tycker är viktigast svarade 54 % Kyrkpressen, 13 % gudstjänsten, 7 % samlingar respektive broschyrer, 6 % de anställda och 9 % vet ej. Tidningen lyckas alltså väldigt bra nå sin läsekrets, inklusive dem som står utanför det kyrkliga livet. Eller omvänt: förlorar vi Kyrkpressen sänker vi ytterligare tröskeln för de passiva att lämna kyrkan.

De senaste årens ekonomiska utveckling har på kort tid allvarligt försvagat Kyrkpressen. Vikande medlemstal inom kyrkan, och därmed minskande skatteintäkter, i kombination med att kostnaderna för personal och fastigheter inte har minskat, har gjort att församlingarna sett sig tvungna att skära där man kan – och dit hör Kyrkpressen. Under de senaste åren har flera församlingar sagt upp prenumerationen, bland dem min egen, Agricola svenska församling.

Det är givetvis inte de enskilda församlingarnas uppgift att rädda vår gemensamma tidning, åtminstone inte enbart. Men i en situation där alla församlingar ser till sina egna intressen står vi plötsligt inför något ingen av oss ville: att vi förlorar en av våra viktigaste sammanbindande länkar. Utan Kyrkpressen blir stiftet avsevärt ödsligare, och den svenska sammanhållningen i vårt land ännu svagare.

Yrkande

Jag yrkar därför på att man inom vårt svenska stift, i första hand via Domkapitlet och Kyrkans central för det svenska arbetet, utser en arbetsgrupp med uppgift att i skyndsam ordning i samarbete med utgivaren Fontana media utreda tänkbara modeller för hur man

kan säkerställa utgivningen av Kyrkpressen som ett organ för hela stiftet, och därefter vidtar de åtgärder som behövs.

Lovisa den 14 april 2021

Thomas Rosenberg, stiftsfullmäktig

Drottninggatan 28, 07900 Lovisa

050 528 7171, thomas.rosenberg@sulo.fi

Bilaga 2.

SWOT-analys av Kyrkpressen

framförd av Thomas Rosenberg på Stiftsfullmäktiges möte 17.2.2022 i Lärkkulla, Karis.

SWOT, denna tidigare plåga i konsultsammanhang, står för Strength, Weakness, Opportunities och Threats, alltså styrkor, svagheter, möjligheter och hot, och illustreras vanligen med ett fyrfält där ena paret står för positivt/negativt och det andra för yttre/inre omständigheter:

	positiva	negativa
inre	styrkor	svagheter
yttre	möjligheter	hot

Om vi placerar in Kyrkpressen in i detta fyrfält kunde vi kanske sammanfatta det på följande sätt:

1) styrkor:

- Kp har fortfarande en väldigt stor spridning, jämfört med andra tidningar och tidskrifter i SvF, och når i dag 76 500 hushåll
- Kp bygger på massprenumeration, och inte individuella val
- Kp är en välgjord tidning med gott rykte, inte minst i kretsar i de "yttre ringarna"

2) svagheter:

- det är församlingarna själva som fattar besluten (massprenumerationsmodellens avigsida), och de ser främst till sig själva
- enbart inriktad på papper, och svag digital beredskap -> ett generationsgap?

3) hot:

- medlemsflykt inom kyrkan -> fortsatt försämrad ekonomi -> församlingar hoppar av
- ökande distributionskostnader, ett svårlöst problem utanför vår kontroll
- generationsklyftan, det digitala språnget -> tappar vi hela den växande generationen?

4) möjligheter:

- Kp når fortfarande hela stiftet, vilket ger den en unik position
- Kp når också de yttre ringarna, vilket stärker både stiftet/folkkyrkan och hela Svenskfinland