



Folkekirken som arbejdsplads

Bliv graver, kordegn, kirke- og kulturmedarbejder eller noget helt syvende. Det er budskabet i en kampagne for folkekirken som arbejdsplads, der er nået bredt ud.

Kampagnen, som har indhøstet flotte resultater, er målrettet mennesker i alderen 45+, og dens vigtigste formål: At gøre opmærksom på de mange forskellige typer af stillinger, der findes i den danske folkekirke. Dels for at få folk med andre uddannelser i bagagen, og ønske om at sadle om, til at interessere sig for nogle af de mange folkekirkelige jobmuligheder, dels for at hjælpe menighedsråd med at rekruttere nye kvalificerede medarbejdere,

Kampagnens platform er de sociale medier. Alt, hvad der er produceret til kampagnen, er skabt til et liv dér. Små tekster, videofilm og billeder er blevet delt, liket og kommenteret i overvældende antal. Så meget, at *Folkekirken dk.*'s jobside har haft en stigning i sidevisninger på godt 200% i sammenligning med samme periode i 2018. Via linket: <https://www.folkekirken.dk/kontakt/materialebanken> kan menighedsråd ud over kampagnematerialet i øvrigt også frit hente skabeloner til brug for stillingsopslag, og plakater i rekrutteringsøjemed.

Folkekirken helt nede på jorden hedder en af kampagnens såkaldte 'posts'. Og man er i kampagnen helt nede på jorden, og ude blandt levende mennesker i virkeligheden. Det er vigtigt, og helt afgørende for kampagnens gennemslagskraft, at man oplever mennesker af kød og blod. Derfor har et af fokuspunkterne været produktionen af nogle meget korte portrætfilm med eksempler på stillinger og deres mennesker ude i folkekirkens virkelighed. Det har givet filmene autencitet, at henholdsvis en gravermedhjælper i Vonge ved Give, en kordegn i Charlottenlund og en kirke- og kulturmedarbejder på Christianshavn har inviteret indenfor, og vist deres respektive arbejder frem.

Indtil videre har kampagnen kørt i to omgange. I oktober 2018 var det stillingstyperne *graver* og *kordegn*, der var fokus på, og i januar 2019 fulgte man en kirke- og kulturmedarbejder på Christianshavn. *Vil du arbejde med kultur på en af landets største scener?* lyder et andet af kampagnens opslag, der er blevet delt på nettet. Og, ja, scenen er sat, for filmene skildrer både udendørs- og indendørsscenerier på kontor og i kirkerum med lystænding, klokke og babysalmesang; Foran døbefont, krusifix og organistfødder. Og der er scener fra aftenarbejde i purpur-mørke fra et natkirkearrangement i Vor Frelsers kirke til dagarbejde på kirkegården i Vonge i samtale med pårørende, der mindes en slægtning ved en grav.

Hej jobansøger. Det er os med næstekærligheden. Interesseret? Stor har interessen været. Så styregruppen bag kampagnen er meget tilfreds. Derfor har man også valgt at lade kampagnen fortsætte i efteråret 2019. "Nu bliver det spændende, om det slår igennem på rekrutteringen", siger repræsentant for styregruppen, Annemarie Steffensen. Men den måling er straks vanskeligere, og kan ikke måles andre steder end ude i sognene.

Håbet er, at kampagnen bidrager til, at flere får øjnene op for de mange spændende stillinger i folkekirken, og at menighedsrådene oplever at få flere kvalificerede ansøgere.

Styregruppen bag kampagnen består af repræsentanter fra Kordegneforeningen, Provsteforeningen, Kirketjenerforeningen, Landsforeningen af menighedsråd, Folkekirken.dk og Kirkeministeriet.