

Övergång till kyrkans visuella uttryck

Gemensamma kyrkofullmäktige 06.03.2025 § 24
401/06.00/2025

Beslutsförslag

Gemensamma kyrkofullmäktige beslutar att Helsingfors kyrkliga samfällighet under innevarande år övergår till kyrkans visuella uttryck och stegvis slopar nuvarande visuella uttryck som infördes 2010.

Beslut

Beslutsförslaget godkändes.

Gemensamma kyrkorådet 25.02.2025 § 74

Föredragande Samfällighetens direktör Rintamäki Juha

Beslutsförslag

Kyrkorådet föreslår att kyrkofullmäktige:
beslutar att Helsingfors kyrkliga samfällighet under innevarande år övergår till kyrkans visuella uttryck och stegvis slopar nuvarande visuella uttryck som infördes 2010.

Behandling

Kommunikationschef Holappa redogjorde för ärendet.

Beslut

Beslutsförslaget godkändes.

Redogörelse

Bakrund

Nuvarande visuella uttryck togs i bruk 2010. Därmed förenhetligades det visuella uttrycket. Dittills hade såväl församlingarna som samfälligheten haft egna visuella versioner. Det nya gemensamma uttrycket hade ett kors som till formen också kunde tolkas som seglen på en båt.

Under de senaste åren har den elektroniska kommunikationen och de sociala medierna snabbt förändrats, vilket ökat behovet av att uppdatera det visuella uttrycket. Användarrätten har varit brokig och vissa församlingar har frångått riktlinjerna för helsingforsförsamlingarnas gemensamma uttryck. Man har dock framskjutit uppdateringen till dess att ett gemensamt visuellt uttryck för hela kyrkan skapats.

Kyrkostyrelsen godkände den 16.4.2024 den första etappen på väg mot ett nytt visuellt uttryck för hela kyrkan. I den första etappen fastställdes färgskalan, en samling piktogram samt riktlinjer för användningen av bakgrundsbilder. Den 17.9.2024 godkändes den andra etappen som omfattar en ny logotyp för ev-luth kyrkan i Finland samt en ny logotyp för församlingarna. Kyrkans gemensamma visuella uttryck fastställer också fonter och modeller bl a för de sociala medierna.

Motivering till beslutsförslaget

Det gemensamma visuella uttrycket ska göra det lättare att identifiera ev-luth kyrkan och dess församlingar. Att skapa ett gemensamt uttryck och att övergå till detta är kostnadseffektivt både för hela kyrkan och för de enskilda församlingarna och samfälligheterna. Detta är alltså ett bättre alternativ än att församlingarna och samfälligheterna.

heterna var försig utvecklar egna visuella uttryck. Den lokala touchen kan tas betonas med många olika element.

Det nya visuella uttrycket komprimerar och utvecklar kyrkans varumärkestänk och förenhetligar imagearbetet som görs på olika håll. De grafiska anvisningarna blir till ett "design system", vars element lätt kan utnyttjas av församlingarna och som alla kan komplettera med sina respektive lokala element dock med beaktande av de gemensamma principerna. Hela kyrkans uttryck ekläras och tonfallet i kommunikationen preciseras så att Kristus står i budskapets fokus och mänskan i fokus för kommunikationen. Uttryck och tonfall beskriver dagens kyrka och tilltalar särskilt millenniumgenerationen och andra än de som hör till kyrkans inre krets. I anvisningarna och uttrycket beaktas också olika språkvarianter, den tilltagande multikulturalismen, mångfalden och tillgängligheten.

Helsingforsförsamlingarnas kyrkoherdar förordade vid sitt möte 4.2.2025 förslaget och att arbetet med en övergång till det nya visuella uttrycket inleds. I sista hand beslutar kyrkofullmäktige om detta, eftersom fullmäktige godkänt nuvarande visuella uttryck, KFM 22.4.2010 § 9.

Tidsschema

Helsingforsförsamlingarna och de gemensamma tjänsterna övergår stegvis till det nya visuella uttrycket som därmed ersätter nuvarande uttryck. Våren 2025 blir det aktuellt att besluta om övergången. På så sätt kan uttrycket effektivt användas på samfällighetens nya webbplats som lanseras mot slutet av året. För att vara konsekvent måste vore det meningsfullt att i höstens evenemangskalender använda det nya uttrycket. Också i beredningen av församlingsvalet som förrättas hösten 2026 inleds redan under innevarande år.

Om KFM beslutar att samfälligheten övergår till kyrkans nya gemensamma visuella uttryck förbereds och genomförs ibruktagningen som operativt arbetet: kommunikationsenheten svarar för riktlinjer och planering i nära samarbete med församlingarna, de gemensamma tjänsterna och andra enheter. Praktiska frågor som kräver beslut är bl a tidsschemat, hur ibruktagandet ska prioriteras, resursfrågan (förverkligande och budget), helsingforsvarianterna inklusive församlingarnas, enheternas och samfällighetens logotyper samt diverse blankett- och publikationsmodeller, ska begreppet *Kyrkan i Helsingfors* bytas ut eller bevaras, ska befintligt material som bär nuvarande logotyp bytas ut genast eller fasas ut stegvis?

Vissa församlingar och den gemensamma kommunikationen har redan i tillämpliga delar börjat använda färgerna och piktogrammen (dvs grafiska skisselement) som ingår i det nya uttrycket.

Bedömning av risker och konsekvenser

I bästa fall kan det gemensamma uttrycket ge betydande synergieffekter och spara kostnader. Kommunikationsmateriale som produceras gemensamt kan användas som sådant och man behöver inte göra allt själv. Gemensam produktion ger volymfördelar. Att det överlappande arbetet minskar kan ofta ses som en miljögärning.

Eftersom det nya uttrycket bättre än hittills beaktar målgruppen unga vuxna och behoven som flerspråkigheten medförkan detta ses som ett stöd för de centrala strategiska målen som ingår i samfällighetens strategi.

I beredningen och införandet av det nya uttrycket ingår frågor som måste lösas för att inte utgöra en risk. En stegvis övergång till det nya kan verka förvirrande. Om enheterna och församlingarna inte övergår i samma takt finns det risk för att det nya varumärket förblir luddigt. Genomförandet kanske kräver mer tid än väntat i fråga om webbplatsen eller församlingsvalet. Har tillräckligt personal och ekonomiska resurser reserverats för övergången? Är enheterna och församlingarna tillräckligt överens om logotypernas hierarki och de termer som används, ska t ex *Kyrkan i Helsingfors* slopas eller bibehållas? Anvisningarna är inte tillräckligt flexibla eller användbara med tanke på behov och realiteter i Helsingfors.

Ärendet kräver inte särskild barnkonsekvensbedömning.

Tilläggsuppgifter

Kommunikationschef Kimmo Holappa, kimmo.holappa@evl.fi, tfn. 09 2340 2232.

Distribution

Kommunikationsdirektör Eeva-Kaisa Heikura, Kyrkans kommunikation