

## Paremmen tulevaisuuden tekijät

Kirkko Helsingissä ei päästä tulevaisuutta vain tapahtumaan vaan tekee sen. **Strategiaprosessi on jatkuva** ja se on Helsingin seurakuntien yhteinen. Tulevaisuudensuunnittelun pohjana ovat Kirkko Helsingissä 2020 -strategia ja toimintakulttuurin muutoslinjaukset. Visuaalinen ilme ja sanasto ovat tutusta strategiapuusta.

Strategiaa ohjaa kirkon perustehtävä, helsinkiläisen tarve ja hädänalaisten etsintä. Toiminnassa nostetaan kärkeen **yksi konkreettinen tavoite** kullekin kaksivuotiskaudelle.

**Strategiaprosessia ohjataan** iltakouluissa, joihin kokoontuvat yhteisen kirkkoneuvoston jäsenet, kirkkoherrat sekä seurakuntayhtymän johtajat ja päälliköt. Yhteisestä painopisteestä päätetään yhteisessä kirkkovaltuustossa, seurakunnan osalta päätöksen tekee seurakuntaneuvosto.

Strategiaa arvioi ja ilmiökenttää seuraa **tulevaisuusryhmä**, johon kuuluu kuusi jäsentä: yhtymänjohtaja ja/tai hallintojohtaja ja/tai yhteisen seurakuntatyön johtaja, kirkkoherra, seurakuntayhtymän asiantuntija, yhteisen kirkkovaltuuston puheenjohtaja ja/tai yhteisen kirkkoneuvoston varapuheenjohtaja sekä yksi haun perusteella valittava jäsen. Tulevaisuusryhmän ajattelua ohjaa jatkuva ruohonjuuritason ja kumppanitoimijoiden kuuleminen.

Tulevaisuuden suuntaa tarkastellaan vuosittain **tulevaisuuspäivässä**, johon kutsutaan kaikki luottamushenkilöt.

Kahden vuoden välein luodetaan helsinkiläisten tarpeita laajalla **haastattelukierroksella**. Haastattelukierrokseen koulutetaan, ja tulokset hyödynnetään huolellisesti.

Kunkin kaksivuotiskauden strategisten tavoitteiden toteutumista seurataan virtuaalisessa ja fyysisessä **tulevaisuushuoneessa**, joka tekee tavoitteiden seurannan näkyväksi luottamushenkilöille ja työntekijöille.

**Vuodenkierto aikataulutetaan kahdeksi vuodeksi** kerrallaan. Vuosikelloon merkitään keskeiset kokoukset, iltakoulut, tulevaisuuspäivät, koulutukset sekä isot tapahtumat seurakunnissa ja Helsingissä.

Tulevaisuuden suunta syntyy seurakuntien, yhtymän yksiköiden ja luottamuselinten **yhteistyöllä**. Sisäinen ja ulkoinen viestintä on erityisen tärkeää. Valittu suunta näkyy työvoiman ja taloudellisten voimavarojen suuntauksessa. Strategiaa toteuttavat myös yhteiset hankkeet.

**Keskeiset kysymykset** strategian luomisessa ovat:

1. Mitä sellaista maailma ympärillämme tarvitsee, mitä kukaan muu ei tällä hetkellä tuota?
2. Mihin arvomme meitä sitovat?
3. Missä olemme ylivertaisen hyviä?
4. Mihin voimavaramme kannattaa edellisten pohjalta suunnata?