

EVIGA VÄRDEN – NÖDVÄNDIG FÖRÄNDRING

RESAN MOT FILADELFIKYRKAN 2020



NIKLAS PIENSOHO, Pastor och föreståndare
ALEXANDER TODORAN, Konsult och processledare
ANTON ÖBERG, Redaktör

EVIGA VÄRDEN
- NÖDVÄNDIG FÖRÄNDRING

RESAN MOT
FILADELFIAKYRKAN
2020

ISBN 978-91-979294-0-0

©2011 Allies AB

Mångfaldigande av innehållet i denna bok, helt eller delvis, är enligt lagen om upphovsrätt förbjuden utan medgivande från utgivaren.

ADRESS TILL UTGIVAREN:

Allies AB

Nybrogatan 3

114 34 Stockholm

www.allies.se

TELEFON: 070-556 61 85

Niklas Piensoho, Pastor och föreståndare

Alexander Todoran, Konsult och processledare

Anton Öberg, Redaktör

TRYCK: Print One, Halmstad

Förord

Filadelfiaförsamlingen har en historia som gett genklang över hela världen. Lewi Petrus, församlingens förste pastor, är ett känt namn både i Sverige och utomlands. Som orädd pionjär i början av 1900-talet skickade han ut missionärer över hela världen. Det fanns en tid då solen aldrig gick ner över Filadelfiaförsamlingens missionsarbete. Under dessa glansdagar på 30- och 40-talet fyllde man samtidigt den nybyggda Filadelfiakyrkan på Rörstrandsgatan i Stockholm flera gånger varje helg. Närmare 10 000 människor besökte någon av Filadelfias gudstjänster varje vecka.

70 år senare är vi fortfarande den största frikyrkoförsamlingen i Norden men någonstans längs vägen har vi förlorat kraft i rörelsen. Vår historia är inte vårt bekymmer, det är nutiden. Vad är vårt uppdrag idag? Vad kan vi tillföra människor på 2000-talet? Hur ska vi kommunicera när allt fler saknar religiösa begrepp och kristen förförståelse? Hur får vi en organisation som bygger på ideellt arbete att fungera i en tid när nästan alla familjer dubbelarbetar och restiderna blir alltmer avskräckande? Hur når vi barn och ungdomar i en alltmer hårdnande konkurrens om deras uppmärksamhet? Frågorna är många men samtidigt finns det hoppfulla tecken. Det andliga intresset visar sig återkomma i varje ny generation och det finns ett nyvaknat intresse för den traditionella kristendomen. Hur ska vi ta vara på det andliga intresse som verkar finnas i dagens Sverige?

Även om några av dessa frågor kanske är specifika för Filadelfia är vi långt ifrån ensamma om att vara i en situation där det saknas svar på hur organi-

sationen ska förhålla sig till sin samtid. Det finns åtskilliga kyrkor såväl som ideella organisationer, föreningar och företag som delar vårt öde. Genom kraften av en storartad historia har man lyckats ta sig framåt utan att ha svar på de frågor som samtiden ställer. Ibland upptäcker man för sent att för mycket av kraften i rörelsen kommer från historien. Det kan kanske liknas vid en golfboll. Den kan fara riktigt långt om det bara blir en ren träff vid utslaget. Men till sist kommer kraften att vara förbrukad och bollen stannar. Då måste man slå ett nytt slag.

I den här boken berättar vi om den resa vi börjat på väg mot klarhet och ny kraft. Vi beskriver vårt utgångsläge och våra möjligheter och vi berättar om de verktyg vi använt för att steg för steg försöka urskilja vår väg framåt. Vi ger dig också vår bild av vad Filadelfiaförsamlingen ska vara i framtiden och vi berättar om hur vi laddat begreppen. Förhoppningsvis kan du hitta både inspiration och redskap för att få hjälp i din egen förändringsprocess vare sig du finns i en församling, en förening eller i ett företag.

NIKLAS PIENSOHO

Föreståndare, Filadelfiaförsamlingen Stockholm
Allahelgonatid 2010

En bransch och ett företag i kris

HÖNÖ, SOMMAREN 2009. Den veckolånga konferensen på den svenska västkusten började närma sig sitt crescendo. Konferensen hade lockat rekordmånga företagsrepresentanter. Veckans seminarier, mingelstunder och tal hade präglats av både glädje och framtidstro. Som avslutningstalare hade arrangörerna valt Vd:n för ett av de ledande företagen i branschen. En man som med branschmått mätt kunde betraktas som relativt ung och som ansågs tillföra ny näring till den relativt konservativa sektorn. Han hade under sina år i branschen uppnått något av en stjärnstatus och när han antrade scenen låg det en tydlig känsla av förväntan i den luft som syresatte de över 3000 personerna i publiken. Vd:ns tal skulle dock snabbt få den uppsluppna och hoppfulla stämningen att förändras: *Först av allt måste jag vända mig till dig som är ledare, mellanchef eller på annat sätt djupt engagerad i något av branschföretagen. Alltså, det är med vår bransch som det är med SAAB – vi har ett otroligt starkt varumärke men det är ett katastrofalt läge.* Han gav åhörarna ett ögonblick att försöka ta in orden innan han fortsatte: *Om det inte sker något väldigt dramatiskt så är de människor du ser i detta tält den sista generation av den sort vi som vi tillhör. För efter oss kommer ingenting.* Vd:n blickade ut över publiken som fortfarande inte såg ut att kunna ta in vidden av det den just fått höra. Men han var inte klar och han var övertygad om att det han nu skulle säga inte gick att blunda för: *Läget är mycket kritiskt. Ingen av oss vet vad vi egentligen behöver göra men en ny affärsplan måste till. Tänk på SAAB!*

“... ALLTSÅ, DET ÄR MED VÅR
BRANSCH SOM DET ÄR MED
SAAB – VI HAR ETT OTROLIGT
STARKT VARUMÄRKE MEN DET
ÄR ETT KATASTROFALT LÄGE”