

Baggrundsdocument 4: Kommunikation, videndeling og aktivering

Baggrundsdokumenter er en del af Nationale Handlingsplan for Tekstilers (NHPT) digitale vidensgrundlag. De uddyber de metoder, analyser og faglige tilgange, som ligger til grund for handlingsplanen og skal ses som et vigtigt funderment for og supplement til selve handlingsplanen.

Indhold

1. Om dette baggrundsdocument.....	1
2. Formål med kommunikation og videndeling.....	1
3. Principper for kommunikation	2
4. Målgrupper for kommunikation og videndeling.....	3
5. Det digitale vidensgrundlag som fundament for varig forandring	3
6. Bilag	3
Bilag 4A: Overordnede målgrupper og kommunikationskanaler	3

1. Om dette baggrundsdocument

Dette baggrundsdocument beskriver, hvordan NHPT arbejder med kommunikation, formidling og videndeling. Formålet er at sikre, at den viden, de erfaringer og de løsninger, der udvikles gennem handlingsplanen, bliver gjort tilgængelige og kan anvendes af virksomheder, myndigheder, forsknings- og uddannelsesinstitutioner, kommuner, civilsamfund og øvrige aktører. Men formålet er ikke alene at informere om aktiviteter og resultater. Det er også at understøtte læring, skabe fælles forståelse og aktivere relevante aktører til at bidrage til den cirkulære omstilling af tekstilsektoren. Dokumentet beskriver ligeledes de overordnede principper for kommunikation og formidling gennem handlingsplanens gennemførelse.

2. Formål med kommunikation og videndeling

Kommunikationen skal understøtte handlingsplanens overordnede formål ved at skabe forståelse for omstillingens nødvendighed, styrke samarbejdet på tværs af sektoren og gøre handlingsplanens resultater anvendelige i praksis.

Samtidig skal kommunikationen bidrage til at skabe legitimitet omkring handlingsplanen ved at synliggøre dens faglige grundlag, brede forankring og de konkrete resultater, der opnås gennem initiativerne. Dermed bliver kommunikation ikke et mål i sig selv, men et redskab til at understøtte implementeringen af handlingsplanen og den langsigtede omstilling af tekstilsektoren.

Desuden skal kommunikationen ikke alene formidle viden, men også aktivere relevante aktører ved tydeligt at pege på konkrete muligheder for deltagelse, samarbejde og handling f.eks. gennem initiativer, værktøjer, events og cases.

3. Principper for kommunikation

Kommunikationen i NHPT bygger på fire gennemgående principper, som skal sikre en fælles retning på tværs af handlingsplanens initiativer og samarbejdspartnere.

- 1. Værdikædefokus:** Kommunikationen tager udgangspunkt i, at omstillingen af tekstilsektoren kun lykkes gennem samarbejde på tværs af hele værdikæden. Derfor skal formidlingen synliggøre sammenhængen mellem design, produktion, forbrug, levetidsforlængelse, indsamling og genanvendelse og vise, hvordan forskellige aktører bidrager til fælles løsninger.
- 2. Praksisnær formidling:** Komplekse problemstillinger omsættes til konkrete eksempler, cases og erfaringer, som gør det lettere for virksomheder, myndigheder og borgere at omsætte ny viden til handling. Formidlingen tager udgangspunkt i virkelige erfaringer og viser både muligheder, udfordringer og læring undervejs.
- 3. Faglig troværdighed:** Kommunikationen bygger på den bedst tilgængelige viden og formidler resultater og erfaringer på et transparent og dokumenteret grundlag. Hvor det er relevant, understøttes kommunikationen af analyser, data og forskningsbaseret viden, så den bidrager til en nuanceret forståelse af den cirkulære omstilling.
- 4. Fælles fortælling:** Kommunikationen udvikles i fællesskab på tværs af konsortiet og skal understøtte en samlet fortælling om handlingsplanens formål, retning og resultater. Samtidig giver den plads til, at de enkelte partnere bringer deres faglige kompetencer og perspektiver i spil inden for en fælles strategisk ramme.

NHPT skal bidrage til den offentlige samtale om tekstilsektorens udvikling ved løbende at formidle ny viden, analyser og erfaringer fra handlingsplanens initiativer. Formidlingen skal bygge bro mellem forskning, praksis og politisk udvikling og bidrage til en fælles forståelse af de muligheder og udfordringer, der knytter sig til den cirkulære omstilling af tekstilsektoren. Handlingsplanen skal samtidig synliggøre danske erfaringer og løsninger nationalt og internationalt og bidrage til videndeling på tværs af sektoren.

Tekstilområdet er komplekst og omfatter både tekniske, forretningsmæssige og samfundsmæssige problemstillinger. Derfor skal kommunikationen være klar, konkret og målrettet de enkelte

målgrupper. Komplekse sammenhænge skal oversættes til et let forståeligt sprog uden at gå på kompromis med den faglige kvalitet. Hvor det er relevant, understøttes formidlingen af figurer, cases, spørgsmål og svar samt andre formater, der gør indholdet lettere at anvende i praksis.

4. Målgrupper for kommunikation og videndeling

Kommunikationen målrettes forskellige aktører afhængigt af aktivitet og formål. De primære målgrupper omfatter virksomheder, offentlige myndigheder, kommuner og regioner, forsknings- og uddannelsesinstitutioner, brancheorganisationer, kulturinstitutioner, civilsamfund og borgere.

De forskellige målgrupper har forskellige behov og forudsætninger og prioriteres forskelligt afhængigt af initiativ og ønsket handling. Derfor tilpasses kommunikationens indhold, form og kanal, så den understøtter både implementering, samarbejde og videndeling.

En vigtig ambition er samtidig at skabe dialog mellem målgrupperne. Kommunikation skal ikke alene formidle viden, men også styrke samarbejdet på tværs af sektoren og bidrage til en fælles forståelse af de udfordringer og muligheder, som den cirkulære omstilling medfører.

5. Det digitale vidensgrundlag som fundament for varig forandring

En central del af NHPT's kommunikations- og videndelingsindsats er etableringen af et fælles digitalt vidensgrundlag, som samler og formidler den viden, der udvikles gennem handlingsplanen.

Det digitale vidensgrundlag fungerer som den centrale indgang til selve handlingsplanen, baggrundsdokumenter, analyser, værktøjer, cases og øvrige materialer. Ved at samle dokumentation og erfaringer ét sted skabes en fælles og let tilgængelig vidensbase for virksomheder, myndigheder, forsknings- og uddannelsesinstitutioner, kommuner, civilsamfund og øvrige interessenter.

Vidensgrundlaget opdateres løbende i takt med, at handlingsplanens initiativer skaber nye resultater og erfaringer. Ved at gøre analyser, metoder, værktøjer og erfaringer bredt tilgængelige understøtter NHPT, at ny viden kan omsættes til praksis og videreudvikles af aktører både under og efter handlingsplanens gennemførelse.

6. Bilag

Bilag 4A: Overordnede målgrupper og kommunikationskanaler

Målgrupper

- Mode-, tekstil- og interiørvirksomheder (især SMV'er)
- Brancheorganisationer og erhvervsorganisationer
- Universiteter, designskoler, GTS'er og andre uddannelses- og vidensinstitutioner
- Museer og kulturinstitutioner
- Kommuner, regioner, myndigheder, staten og andre offentlige aktører
- Affald-, sortering-, genbrug- og genanvendelsesaktører
- NGO'er, civilsamfund og interesseorganisationer
- Reparations- og gensalgsaktører samt andre cirkulære services
- Presse og branchemedier
- Fonde (private og offentlige)
- Borgere/forbrugere
- (til en vis grad) internationale lovgivere, brancheorganisationer, erhvervsorganisationer, forskere, NGO'er m.v.

Kanaler

Frem for at opbygge nye kanaler arbejdes der ud fra konsortiepartnerernes eksisterende kanaler (nyhedsbreve, sociale medier mv.) På den måde kan der bygges videre på det afsæt, som partnerne allerede har, og der kan opstå synergi på tværs af aktiviteter. Sekretariatet udarbejder materiale, som er let at dele på eksisterende platforme og følgende kanaler:

- Hjemmeside (www.tekstilhandlingsplan.dk)
- Konsortiepartnerernes sociale medie-kanaler
- Konsortiepartnerernes eksisterende nyhedsbreve
- Pressemeddelelser (udarbejdes af sekretariatet og udsendes i dialog med Konsortiepartnerne)
- Rapporter mm.
- Events, webinars og større årlige seminarer
- Cases i forskellige formater, f.eks. tekster, podcasts og videoer
- Intern kommunikation til udbudstagere, styre- og følgegruppe mv. for at sikre højt informationsniveau samt ambassadøreffekt