

Kommunikasjonsplan for Driv – Senter for kvinnehelseforskning 2025 - 2027

Innhold:

- Introduksjon og formål
- Overordnede mål og kjernebudskap
- Målgrupper
- Innholdstyper og distribusjonskanaler
- Partnernes formidlingsansvar
- Tidslinje med aktiviteter 2025–2026
- Evaluering og indikatorer
- Intern kommunikasjon
- Ressurser og kontaktpersoner
- Handlingsplan

Introduksjon

Driv - Senter for kvinnehelseforskning er et partnerskap mellom Universitetet i Bergen, Helse Bergen, Haraldsplass diakonale sykehus, Bergen kommune og Høgskulen på Vestlandet som skal fremme forskningsbasert forbedring av kvinners helse.

Kommunikasjon er et nøkkelverktøy for å nå Driv sine strategiske mål. Planen skal bidra til å styrke forskningen på kvinnehelse ved å synliggjøre resultater og betydningen av feltet. Den skal fremme bedre forskningsfinansiering gjennom tydelig formidling av behov og muligheter. Vi skal bygge sterkere samarbeid ved å kommunisere på tvers av fagmiljøer og skape møteplasser. Vi skal øke forskningsbasert formidling ved å gjøre kunnskapen tilgjengelig og relevant for både fagfolk og befolkningen. Vi skal løfte kvinnehelse i utdanning gjennom målrettet dialog utdanningsinstitusjonene og myndigheter, samt bruke kommunikasjon aktivt for å inspirere og informere om temaets plass i undervisning og kompetanseutvikling.

Kommunikasjon er et sentralt virkemiddel for å realisere disse strategiske målene:

- Synliggjøre forskning og forskere (Mål 1: Styrket forskning og Mål 4: Økt forskningsbasert formidling).
- Styrke samarbeid og nettverk (Mål 3: Styrket forskningssamarbeid på tvers av fagfelt og sektorer).

- Bidra til finansiering og politisk påvirkning (Mål 2: Styrket forskningsfinansiering).
- Spre kunnskap til befolkningen, helsetjenesten og utdanningssektoren (Mål 4: Økt forskningsbasert formidling).
- Bygge utdanningsrelevans (Mål 5: Tydeliggjort kvinnehelse i utdanning)

Kommunikasjonsplanen er et levende og dynamisk dokument som skal tilpasses for å møte organisasjonens skiftende behov og muligheter. Den er laget for å være fleksibel, slik at den kan revideres og oppdateres etter hvert som nye utfordringer og forutsetninger oppstår. Planen vil gjennomgå evaluering og fornyelse innen 2027 for å sikre at den alltid er relevant og effektiv i å støtte organisasjonens mål og strategier

Formål:

- **Øke bevissthet:** Synliggjøre kvinnehelseforskning og forskere tilknyttet Driv.
- **Styrke finansiering:** Bidra til at kvinnehelse blir et strategisk satsingsområde hos finansieringskilder og politikere.
- **Fremme samarbeid:** Profilere Driv som et nasjonalt og internasjonalt knutepunkt for tverrfaglig kvinnehelseforskning.
- **Øke formidling:** Sørge for at forskningen når helsetjenester, utdanningssektoren og allmennheten.
- **Bygge utdanningsrelevans:** Fremme Drivs rolle i utdanning og rekruttering av nye forskere.

Overordnet mål og kjernebudskap

Driv arbeider under mottoet:

«Drivkraft for kvinnehelse – forskning som forandrer.»

Kjernebudskap:

- Kvinnehelse skal prioriteres på lik linje med andre helseområder.
- Forskningsbasert kunnskap sikrer rettferdig og bærekraftig helsepolitikk.
- Driv er et nasjonalt knutepunkt, og jobber for å bli tilsvarende internasjonalt, for kvinnehelseforskning.

Målgrupper

- Faglige aktører innen helse og forskning: forskere, helsepersonell og beslutningstakere som jobber med helsepolitikk, medisinsk forskning og pasientbehandling.

- Organisasjoner og nettverk: pasientorganisasjoner, frivillige organisasjoner, og nettverk som jobber med relaterte temaer og som kan være viktige partnere i formidlingen av budskapet.
- Politiske og finansielle aktører: Politikere og beslutningstakere, inkludert de som har innflytelse på forskning, helsepolitikk eller tildeling av forskningsmidler.
- Studenter og unge talenter: Studenter og unge forskere for fremtidig rekruttering til kvinnehelseforskning.
- Media og offentligheten: Journalister og medieaktører som kan bidra til å formidle budskapet bredt, samt allmennheten som kan være interessert i emnet på et personlig nivå eller som samfunnsaktører.

Innholdstyper og distribusjonskanaler

- **Policy- og posisjonsnotater** (HOD, KD, EU) (Strategisk mål 2)
- **Mediedekning:** kronikker, debattinnlegg, intervjuer (Strategisk mål 1 og mål 4)
- **Digitale plattformer:** Drivs nettside, UiBs sider, LinkedIn, nyhetsbrev, DRIVpodden – Fersk Forskning for Bedre Kvinnehelse, (Spotify) (Strategisk mål 2)
- **Arrangementer:** Arendalsuka, merkedager for kvinnehelse som bla. Rosa sløyfe, Drivs nasjonale konferanse, workshops, seminarer (Strategisk mål 1, mål 3 og mål 4)
- **Undervisning og rekruttering:** studentrettede arrangementer, undervisningsressurser (Strategisk mål 5)

Partnernes formidlingsansvar

Alle partnerinstitusjonene i Driv har et felles ansvar for å synliggjøre og formidle aktiviteter og resultater fra Drivs affilierte forskere. Dette innebærer at kommunikasjonen ikke bare skal omhandle forskning fra egne miljøer, men også løfte frem og dele forskning på tvers av partnerne. Partnerne skal bidra til å styrke Drivs profil som et nasjonalt og internasjonalt knutepunkt for kvinnehelseforskning ved å:

- **Publisere og dele innhold** om Drivs aktiviteter, arrangementer og forskningsresultater i egne kanaler (nettsider, sosiale medier (SoMe), nyhetsbrev).

- **Bruke Drivs visuelle identitet** (logo og kjernebudskap) i relevant kommunikasjon for å skape en tydelig felles profil.
- **Delta aktivt i kommunikasjonsnettverket** for koordinering av budskap og timing.
- **Synliggjøre samarbeid** ved å fremheve Driv i omtale av prosjekter, forskere og arrangementer.
- **Bidra til mediedekning** ved å tipse om saker, dele pressemeldinger og støtte felles medieinitiativ.

Gjennom dette samarbeidet sikrer vi at Driv fremstår som en samlet og sterk aktør, og at kvinnehelseforskning får den oppmerksomheten den fortjener.

Tidslinje med aktiviteter 2025-2026

- **Q3 2025:** lansering av nyhetsbrev og DRIVpodden – Fersk Forskning for Bedre Kvinnehelse (webinar); utvidet satsing på LinkedIn (YouTube, Spotify).
- **Q4 2025:** første Nasjonale konferanse for kvinnehelseforskning (5. november).
- **Q4 2025:** Kvinnehelseportalen sammen med Nasjonalt forskningssenter for kvinnehelseforskning, Kilden Kjønnsforskning.no, og Sanitetskvinnene i arbeidsgruppen.
- **2026:**
 - **Februar - oktober:** Merkedager for kvinnehelse, SoMe, podcast, seminarer, webinarer
 - **Mars:** 8. mars-arrangement
 - **April:** Fagdag
 - **August:** Arendalsuka
 - **4. november:** Nasjonal konferanse for kvinnehelseforskning.
 - **Løpende:** policy-notater, mediedekning og nettverkssamarbeid

Merkedager og aktiviteter

Tabellen viser eksempler på merkedager og temaer Driv kan engasjere seg i. Dette er ikke obligatoriske markeringer, men en oversikt over muligheter for innhold, kampanjer eller formidling i samarbeid med partnere.

Årsplan for Driv - merkedager og aktiviteter				
Dato/ Måned	Tema/ Merkedag	Aktivitet	Kanaler	Ansvar
4. februar	Verdens kreftdag	Webinar om kreftforebygging og kvinnehelse	SoMe, nettside, nyhetsbrev	Driv + partnere
11. februar	Kvinner og jenter i forskning	Profilering av forskere (video/podcast)	LinkedIn, DRIVpodden	Driv
8. mars	Internasjonal kvinnedag	Stor markering: debatt, forskningsformidling	Media, SoMe, arrangement forskningsformidling og paneldebatt (fysisk)	Alle partnere
8. mai	Verdens eggstokkreftdag	Kampanje + intervju med forskere	SoMe, nettside, media	Driv + Helse Bergen
23. mai	Dag mot underlivsfistel	Informasjonskampanje	SoMe, nettside	Driv
28. mai	Menstruasjonsdagen	Podcast + infografikk	DRIVpodden, Instagram, LinkedIn	Driv + HVL
14. juni	Verdens blodgiverdag (viktig for fødselsomsorg og kvinnehelse)			
September (hele)	Gynekologisk kreftmåned	Ukentlige tema: livmorhals, eggstokker, livmor, vulva, vagina	SoMe, nettside, webinarserie, podcast. Fremheve en artikkel fra forskerne på SoMe og nettside, frokostwebinar, Podcast	Driv + partnere
20. september	World GO Day (Gynekologisk onkologi)	Digital kampanje	Media, SoMe, nettside	Driv + Helse Bergen
Oktober (hele)	Rosa sløyfe (brystkreft)	Rosa frokostseminar + forskningsnyheter	LinkedInpost, snutter fra Stian Knappskogs podcast, frokostwebinar	Driv, UiB
13. oktober	Verdens trombosedag	Forskning om prevensjon og graviditet	SoMe, nettside	Driv, Helse Bergen

Evaluering og indikatorer

- **Kvantitative:** Antall følgere og visninger (SoMe, YouTube, Spotify), medieoppslag, deltakertall, antall posisjonsnotater.
- **Kvalitative:** Synlighet i politiske prosesser, samarbeid etablert, forskeres opplevde støtte.

Intern kommunikasjon

- Bruk av Microsoft Teams og e-postlister for løpende oppdateringer
- Regelmessige informasjonsmøter og uformelle møteplasser
- Lag en kommunikasjonskalender for interne oppdateringer og påminnelser om SoMe, nyhetsbrev, arrangementer og deadlines
- Åpen dør-politikk hos senterkoordinator

Ressurser og kontaktpersoner

Kommunikasjonsforum med partnere		
	Navn	e-post
Helse Bergen	Helena Heimstad	helena.heimstad@helse-bergen.no
UiB, BERG	Yvonne Myrtvedt Wollertsen	yvonne.wollertsen@uib.no
UiB MED	Marion Solheim og Ingrid Hagerup	Marion.solheim@uib.no , ingrid.hagerup@uib.no
UiB MED studenter	Kristin Øyvindsdatter Kvinge (Instagram) og Martha Houen Dahle (selve undervisningen)	Kristin.Kvinge@uib.no , martha.dahle@uib.no
UiB Studentorganisasjoner	Feministiske medisinere - Student Bergen	feministiske.medisinere@gmail.com
	Eureka! – Forskerlinjeforeningen i Bergen	Se nettsiden med liste over alle involverte
HVL	Alexandra Reksten Tufteland	alexandra.reksten.tufteland@hvl.no
Bergen kommune	Helen Koldal	Helen.Koldal@bergen.kommune.no
Haraldsplass	Frida Urheim/Ida Sangnes	frida.madelen.omdahl.urheim@haraldsplass.no , Ida.sangnes@haraldsplass.no
Alrek	Ricky Heggheim	ricky.heggheim@uib.no (skjermbilder +)
KA sentralt UiB	Åshild Nylund	

BA	Katrine Hamre Gundersen	katrine.gundersen@amedia.no
BT	Målfrid Bordvik Kjersti Mjør	Malfrid.bordvik@bt.no Kjersti.mjor@bt.no
Dagens medisin		

Ressurser ved UiB		
Institusjon	Utstyr	Kontakt
Media City	Filmstudio, podcast studio, semiarrom, kamera, filmkamera, mikrofon	Stine Velsvik

Handlingsplan

Milepæler i kommunikasjonsplanen		
Tiltak	Målsetting	Iverksatt
Logo synliggjøre felles identitet	Merkevarebygging for å skape felles identitet, engasjement fra partnere og publikum	Oktober 2024
Lage tydelige møteplasser: Fagdag 17. januar, 8. mars arrangement, Arendalsuka, Nasjonal konferanse i november, merkedager februar - november, Frokostseminar med Alrek	Skape engasjement	Pågående fra 17. januar 2025 Årlige arrangementer: - Januar: Fagdag 8. mars: Kvinnedagen - August: Arendalsuka - Februar – november merkedager med markeringer
Nettside (nyheter, forskningsresultater og arrangementer)	Kvalitet og relevans for målgruppen	Pågående norsk og engelsk, daglige oppdateringer
Nyhetsbrev	Synliggjøre kvinnehelseforskning ved tilknyttede forskere, synliggjøre aktiviteter	Oktober 2025, kvartalsvis Har etablert avsenderdomene med autentisert ved UiB/Mailmojo, bekreftet driv@info.uib.no
EU posisjonsnotat med Brussellansering	Innflytelse	Lansert 7. mars 2025, planlegger for videre synliggjøring i Brussel

Posisjonsnotat til regjeringen, epost til HOD	Innflytelse	Uke 10-12 lansert i Norge, epost og LinkedIn
Knytte kontakt med nasjonale aktører: Nasjonalt senter for kvinnehelseforskning, OUS mfl	Nettverks for å fremme forskningssamarbeid	Pågående
Kommunikasjonsnettverk	Synliggjøre	Etablert med kommunikasjonsansvarlige ved partnerinstitusjonene
Mediastrategi med timing:		
SoMe: LinkedIn	Øke: antall følgere: 1000 desember 2025	Daglig oppdatering. Etablert november 2024, 991 følgere desember 2025 antall visninger siste 30 dager: 3564 engasjementsfrekvens: 28 %
VitenTV: UiB kommunikasjonsavdeling		Fra september 2025
POPVITEN: Podcast UiB/ Media City	4 x årlig	Fra september 2025
Pressemelding, media, aviser, kontakt med BA, BT, Dagens medisin		Kontinuerlig, og ved arrangementer

- Kommunikasjonsplanen er vedtatt av Styringsgruppen 19. november 2025 etter innspill

