

Synlighet og rekruttering

Norsk Vanns årskonferanse 2022 –
Drammen 5.-7. september

Frode Skår, kommunikasjonsrådgiver, Norsk Vann

Innledning – Ny strategi for Norsk Vann

💧 HOVEDMÅL 2023 -2026

Basert på utfordringsbildet er følgende hovedmål prioritert i strategiplanperioden:

- 💧 Sikre at myndighetene legger til rette for gode rammebetingelser for vannbransjen
- 💧 Vannbransjen skal ha tilgang til nok og riktig kompetanse
- 💧 Vannbransjen skal ha en hensiktsmessig organisering og tilgang til bærekraftige og innovative løsninger
- 💧 Viktigheten av tjenestene skal være synlig, og vannbransjen skal ha et godt omdømme

Synlighet og rekruttering - mål og delmål

- Vannbransjen skal ha tilgang til nok og riktig kompetanse
 - Jobbe for å øke antall personer i vannbransjen med relevant kompetanse
 - Påvirke utdanningsstedene til å tydeligere markedsføre vann- og avløpsfagene for søkere og studenter
- Viktigheten av tjenestene skal være synlig, og vannbransjen skal ha et godt omdømme
 - Bidra til at elever, studenter og andre opplever at vannbransjen er attraktiv som arbeidsplass og karrierevei

Utfordringsbildet – bransjen trenger folk

- **Enorme oppgaver**
 - Klimaendringer – styrtregn, tørke, varmere vann
 - Investeringsbehov – nye anlegg, etterslep
 - Myndighetskrav – skjerpede / nye krav, tidsfrister
- Norsk Vann rapport 258 **Rekrutteringsbehov i vannbransjen**
 - Fagarbeidere – 137 hvert år til 2029
 - Ingeniører – 37 siv.ing. og 41 ing. hvert år frem til 2040
 - Skjevhet mellom kommuner og rådgiverdelen av bransjen
- **Store kapasitetsutfordringer** i hele bransjen
- **Stor konkurranse** generelt om arbeidskraft og kompetanse i samfunnet

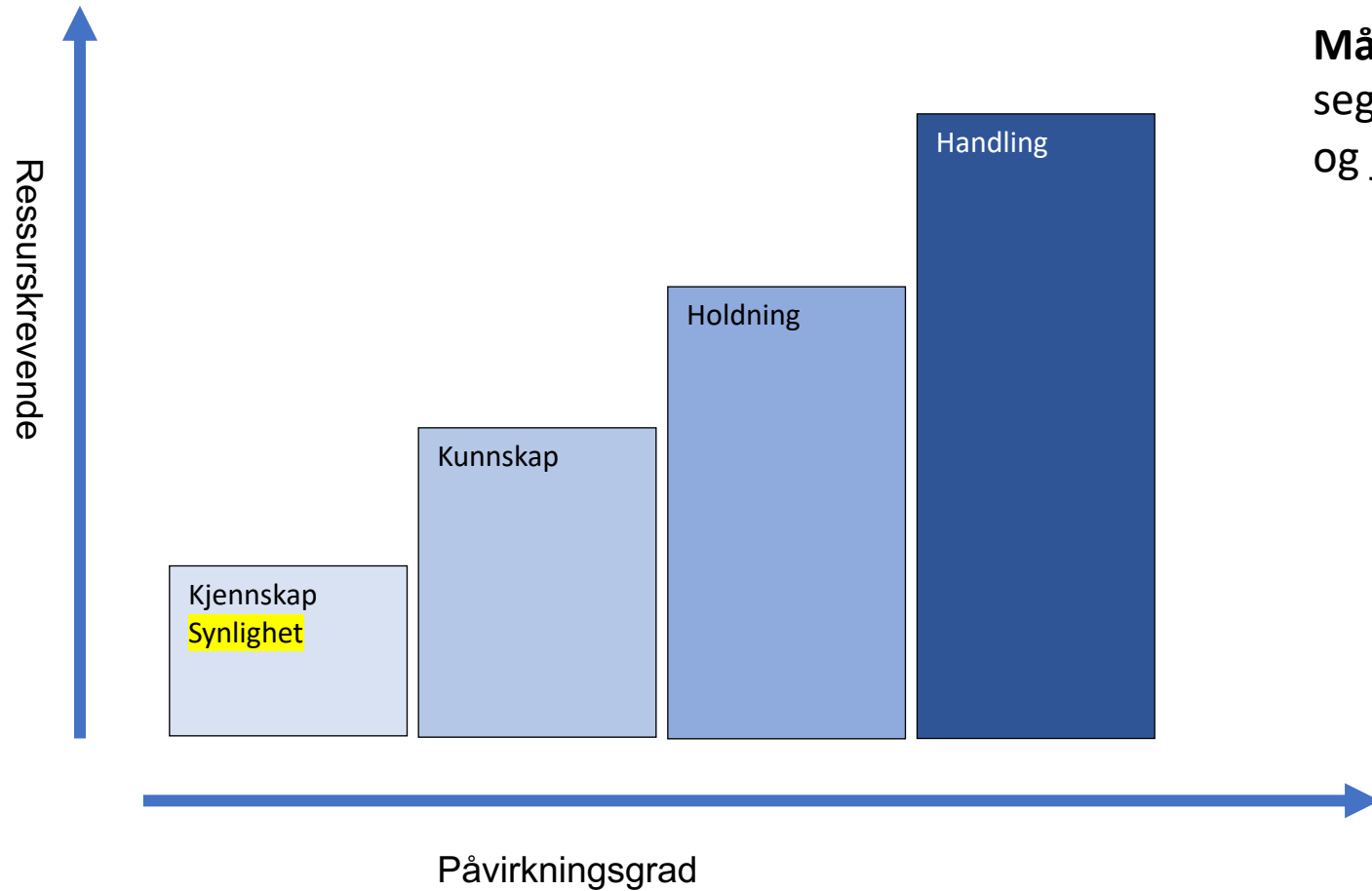


Hvordan når vi som bransje opp i konkurransen?

- Hvordan kan vi sørge for at elever, studenter og andre **opplever** bransjen vår som attraktiv som arbeidsplass og karrierevei?
- Slutte å være «de hemmelige tjenester»!
- Litt teori: Kommunikasjonstrappa



Kommunikasjon - øve påvirkning



Mål: Vi skal få folk til å søke seg til relevante utdanninger og jobber i bransjen

Økt synlighet - hele bransjen må mobilisere!

- Bruke alle mulige anledninger til å være synlige, og utnytte knagger til å spre kunnskap om betydningen av hva vi gjør
 - Snakk om jobben, vis frem folkene, inviter presse, sett opp plakater, skryt av unge medarbeidere, tilby sommerjobber, bruk SOME, inviter skoleklasser, utfordre ordfører, lag arrangementer på verdens toalettdag, osv. osv. osv....
 - Begynn med lavthengende frukter! Hva kan du/dere gjøre i hverdagen?
- Kultur for synlighet?
 - Ledelsesfokus – forståelse og prioritering
 - Handlingsrom – tid og ressurser
 - Individier som kan og vil være synlige og kommunisere

Kommunikasjonsworkshop 1. november – Kommunenenes hus i Oslo

- Hvilke kommunikasjonsutfordringer kan vi som bransje jobbe for å løse i felleskap?
- Hvilke utfordringer prioriterer vi og lager felles planer og tiltak for?
- Hvordan organiserer vi dette arbeidet - arbeidsgrupper / prosjektforslag / kampanjer / årshjul m.v.
- «Verktøykasse for kommunikasjon» som kan hjelpe medlemmene med god, effektiv og målrettet kommunikasjon med ulike målgrupper om ulike tema
- Revitalisert kommunikasjonsnettverk for deling, læring og samarbeid

- Rekrutteringsutfordringen, synlighet og omdømme vil være naturlig problemstillinger å diskutere