

# 3-2025 Rekruttering til vannbransjen – Nasjonal kampanje

## Forslagsstiller

Samfunnskomiteen

## Målsetting for prosjektet

Utvikle materiell for synliggjøring av vannbransjen som relevant og spennende bransje for unge å søke seg til.

Materiellet utvikles først og fremst for bruk i nasjonal kampanje, men også slik at kommuner og andre aktører i vannbransjen kan gjenbruke det direkte i lokale kampanjer, eller som utgangspunkt/inspirasjon for mer lokalt tilpassede rekrutteringstiltak.

## Bakgrunn

Det er stor rift om unge med realfagsutdanning, og for å nå opp i konkurransen om kloke hoder og flinke hender må vannbransjen gjøre seg mer synlig og attraktiv for målgruppene. I tillegg bør vi søke å nå fremtidige driftsoperatører.

Denne typen påvirkningsarbeid krever innsats over tid. Prosjektet er derfor en oppfølging av tidligere prosjekt og tiltak i regi av Norsk Vann med mål om synliggjøring, kunnskapsformidling og omdømmebygging for bransjen, med mål om å stimulere til økt rekruttering til relevante utdanninger og karriere i vannbransjen. Erfaringer herfra tilsier at vi også bør søke å nå frem til en yngre målgruppe, både for å stimulere til satsing på realfag som er nødvendig for ingeniørutdanning, men også for å nå de som ønsker fagutdanning og vise at vannbransjen også trenger dem.

Det står igjen midler på prosjekt 12-2019 Reklamefilm for vannbransjen. Prosjektet har vært noe omdefinert over tid og mer konkret rettet inn mot rekrutteringsfremmende tiltak, blant annet flere mindre filmsnutter tilpasset kampanjer i sosiale medier. Vi foreslår at dette prosjektet nå kan avsluttes, og at mål og gjenstående midler overføres til dette nye prosjektforslaget.

Norsk Vanns kommunikasjonsnettverk vil kunne bidra i prosjektgjennomføringen, både i utforming og kvalitetssikring av budskap, med å finne intervjuobjekter og lokasjoner for filmsnutter, som referansegruppe m.v. samt koordinering av deltakelse på karrieredager, utdanningsmesser mm.

## Innhold

Konkret ønsker prosjektet å:

- Utvikle felles budskap som inngår i tiltak over tid for å synliggjøre vannbransjen som attraktiv utdannings- og karrierevei, både for de som ønsker ingeniørutdanning og for de med relevante fagutdanninger.
- Utvikle flere filmsnutter for bruk i kampanje – både i nasjonal rekrutteringskampanje inn mot søknadsfrist til høyere utdanning, samt skole- og utdanningsvalg inn mot VGS, og til mer regional/lokal bruk på karrieredager, utdanningsmesser, skolebesøk m.v.
- Videreutvikle nettside [norsk vann.no/jobbmedvann](http://norsk vann.no/jobbmedvann) som en felles landingsside for bransjens rekrutteringsarbeid, en side kommuner, skoler og andre aktører kan henvise til fra egne nettsider og tiltak, eller hente innhold og inspirasjon fra til egne tiltak
- Utvikle/videreutvikle, trykke og distribuere enkle brosjyrer/handouts til bruk på karrieredager, utdanningsmesser, skolebesøk m.v., som eventuelt kan komplementere lokale budskap, innspill til rådgivere i skoleverket mm
- Gjennomføre årlig nasjonal rekrutteringskampanje inn mot søknadsfrist til høyere utdanning – kampanje i sosiale medier, støtte til samarbeid blant medlemmene om deltakelse på viktige karrieredager og utdanningsmesser (spleise på deltakeravgift, bevertning, giveaways m.v.), annonsering/betalt synlighet i media, og ev andre tiltak

Prosjektet vil måtte engasjere kommunikasjonsbyrå for strategisk rådgivning, utvikling av filmsnutter, og for gjennomføring og oppfølging av nasjonal kampanje i sosiale medier og ev andre betalte kanaler.

## Rapportering og produksjon

Prosjektet vil resultere i

- Filmsnutter – 3-5 nye snutter tilpasset ulike sosiale medier og kanaler – kompletterer filmer vi allerede har og som kan gjenbrukes i nye kampanjer, samtidig forsterke innsats mot yngre målgruppe
- Nettside / landingsside for #jobbmedvann med oppdatert innhold, struktur og organisering for kontinuerlig vedlikehold av innhold inn mot kampanjegjennomføring, alternativt vurdere egen landingsside for yngre målgruppe
- Kampanje inn mot søknadsfrist for høyere utdanning og frist for skole-/utdanningsvalg på VGS – bruk av filmsnutter og annet innhold i utvalgte sosiale medier og andre betalte kanaler etter kost/nytte-vurdering og råd fra engasjert byrå
- Verktøykasse på nett for innhold, produkter, produktideer m.m. som medlemmene kan ta utgangspunkt i for lokale tiltak
- Standmateriell og felles trykksaker til bruk på karrieredager, utdanningsmesser, skolebesøk, m.v.

- Prosjektet kan også utforme opplegg for omdømme- /attraktivitetsmålinger om det er behov for dette

### Gjennomføring

Prosjektet vil kreve ekstern bistand til produksjon av filmer og til gjennomføring av annonseringskampanje i sosiale medier og andre betalte kanaler. Dette vil sannsynligvis kreve utlysning av minikonkurranse i tråd med anskaffelsesreglene. Vi tenker derfor en gjennomføring i flere faser, der kampanje mot søknadsfrist mars 2025 går med «gammelt» materiell, og at nye filmsnutter og annet innhold lages med tanke på bruk i kampanje mot søknadsfrist 2026.

Utvikling / videreutvikling av nettside/landingsider ses i sammenheng med pågående webprosjekt i Norsk Vann, der eksisterende innhold kan flyttes over på nye sider samtidig som vi bygger struktur og nytt innhold. Norsk Vanns nye nettsider vil sannsynligvis ikke være klare til en kampanjeoppstart ved årsskiftet 24/25, men da benyttes nytt innhold på våre gamle sider.

Deltakelse på karrieredager, utdanningsmesser, skolebesøk m.v. koordineres av sekretariatet og kommunikasjonsnettverket, som en del av kampanjen. Felles trykksaker og ev annet standmateriell utvikles i prosjektet, og produseres ferdig til arrangementer våren 2025.

Prosjektet bør ta høyde for at betalt annonseringskampanje kan gjennomføres årlig i 4 år.

### Prioriteringskriterier

Prosjektforslaget er i samsvar med strategiplanen.

### Forhold til VA-norm og VA/Miljø-blad

Ikke relevant

### Organisering/deltakere

Prosjektet styres av en styringsgruppe med 5 representanter fra Norsk Vanns medlemmer, som er oppnevnt av Norsk Vanns samfunnskomité. Det forventes at styringsgruppe og rådgiver møtes 3 ganger (oppstartsmøte, workshop, avsluttende møte) og at øvrig kommunikasjon er per mail/tlf.

Styringsgruppen vil foreslå deltakere i en referansegruppe fra Norsk vanns medlemmer supplert med ekstern kompetanse. Referansegruppen blir invitert til workshopen og til å gi innspill til rapporten.

Norsk Vanns kommunikasjonsnettverk vil kunne være en ressurs i gjennomføringen av prosjektet.

### Kostnader/finansiering

Prosjektkostnader er anslått til kr 1 700 000 og skal i sin helhet finansieres av Norsk Vann prosjekt, der 700 000 overføres fra prosjekt 12-2019 (se omtale ovenfor). Prosjektet har følgende budsjettposter:

<i>Kostnader</i>	
Utvikling av filmsnutter og annet innhold, byråhjelp samt ev videreutvikling i 4-årsperioden	700 000
Møter styrings-/referansegrupper	50 000
Annonsering kampanje årlig i 4 år, inkl byråhjelp til oppfølging av annonsetiltak	500 000
Prosjektadministrasjon, intern oppfølging og produksjon av støttemateriell i tillegg til det byrået lager	150 000
Trykkeutgifter, deltakeravgifter, kjøp av utstyr messer, profilmateriell til skolebesøk	200 000
Uforutsett	100 000
<b>Totalt</b>	<b>1 700 000</b>

<i>Finansiering</i>	
Norsk Vann prosjekt 2025	500 000
Norsk Vann prosjekt 2026	500 000
Overføring av midler fra NV prosjekt 12-2019	700 000
<b>Totalt</b>	<b>1 700 000</b>

## Tidsplan

Ønsket oppstart av prosjektet er så snart finansiering og administrative forhold er avklart. Rapporteringsdato fastsettes når litteraturstudie er gjennomført og prosjektplanen er utarbeidet. Forventes slutført i 2028.

## Markedsføring

Gjennom kampanjen

---

Frode Skår, Norsk Vann, Samfunnskomiteen

Kriterier	
1) Er prosjektet i samsvar med strategiplanen?	Ja, følger opp hovedmål 2 og 4
2) Er prosjektet innenfor en av følgende prosjektkategorier: a) tekniske veiledninger/rapporter, b) forvaltningsveiledninger/-rapporter eller c) strategiske prosjekter/utredningsprosjekter	Nei
3) Er prosjektet egnet til å løse utfordringer for ulike medlemskategorier?	Ja, utfordringer med tilgang på kvalifisert og motivert arbeidskraft treffer alle deler av vannbransjen
4) Fører prosjektet til utvikling av nye veiledninger/verktøy?	Delvis. Filmer, innhold på nettsider, råd og anbefalinger til lokal oppfølging av nasjonal kampanje kan tilgjengeliggjøres som verktøy
5) Er prosjektet tilstrekkelig stort til å gi et tilfredsstillende resultat?	Ja, men målet om å synliggjøre bransjen som attraktiv utdannings- og karrierevei krever en viss langsiktighet for å kunne oppnås – antakelig også ut over foreslått 4-årsperiode
6) Er det sannsynlig med økonomiske bidrag fra eksterne miljøer til prosjektet?	Nei, ikke i denne omgang
7) Er det sannsynlig at bevilgningen vil være utløsende for eksterne FoU-prosjekter og -midler?	Nei

---

### Direktørens forslag til prioritering for 2025:

Gjennomføres i 2025. Rekruttering er et viktig område for vannbransjen. Utarbeidelse av materiell som kan benyttes både nasjonalt og lokalt, vil legge til rette for og senke terskelen for at kommuner enklere kan synliggjøre seg i eget lokalmiljø. Prosjektet finansieres over to år, med kr 500.000,- i 2025 og kr. 500.000,- i 2026.

---

### Innspill i høringsrunden

#### Samfunnskomiteen:

Rekruttering er viktig, og NV må være et nav i dette arbeidet. Må legge inn evaluering av effekten av forrige runde.. Viktig å bruke midlene riktig.

Støtter direktørens anbefaling.

#### Avløpskomiteén:

Støtter direktørens anbefaling.

Men:

- Bør ikke fortsette med trykksaker. Bør heller lage qr-kode til ungdommen.
- Tone ned fokus på realfag noe, og ha fokus på vann.
- Viktig å motivere kommunene til å engasjere seg i rekrutteringsarbeid også utenfor utdanningsinstitusjonene (vitensentre ble nevnt som eksempel).

#### Vannkomiteén:

Vannkomiteen støtter direktørens anbefaling. Bra med verktøy som kommunene selv kan ta i bruk for å bidra i arbeidet.

---

### Direktørens innstilling til styret:

Gjennomføres i 2025. Prosjektet starter med en evaluering av tidligere rekrutteringsarbeid, jf. Samfunnskomiteens innspill, som legges til grunn for prosjektet. Prosjektet finansieres over to år, med kr 500.000,- i 2025 og kr. 500.000,- i 2026.