

12-2019 Kommunikasjonshåndbok og reklamefilm for vannbransjen

Forslagsstiller

Norsk Vanns samfunnskomité

Målsetting for prosjektet

Målsetting for del 1 av prosjektet er å videreutvikle Norsk Vann rapport B18/2013 «ABC kommunikasjon for vannbransjen». Bransjen må sammen skape forståelse for at vann er vår viktigste naturressurs og at denne ressursen må brukes på en bærekraftig måte. Det innebærer at bransjen må oppnå en holdnings- og atferdsendring hos våre abonnenter. Dette arbeidet blir mer effektivt når alle har den samme håndboken å jobbe etter og dersom alle fronter det samme budskapet. Budskapet og strategien for å oppnå en endring bør utarbeides av noen som forstår hvilke mekanismer som ligger bak å oppnå en holdnings- og atferdsendring.

Målsetting for del 2 av prosjektet er å lage en reklamefilm for vannbransjen som kan brukes både lokalt og nasjonalt. Filmen vil bli tilgjengeliggjort for alle medlemmene, samt forsøkt solgt inn som TV-reklame på høytidsdager og som kinoreklame. Vårt forbruk av vann er tidvis tema i nyhetsbildet, kampanjer, Verdens vanddag og lignende. Vi opplever ikke bare at det er for mye vann i naturen, men også tørke og vannrestriksjoner i mange byer spesielt om sommeren.

Bakgrunn

Norsk Vann utarbeidet i 2013 en håndbok for våre medlemmer om arbeid med kundeservice og kommunikasjonsstrategi, rapport B18/2013 ABC kommunikasjon for vannbransjen. Norsk Vann har tidligere også gjennomført et Omdømmeprojekt for vannbransjen som bl.a. resulterte i «Blåboka», websiden [jobbmedvann.no](http://www.jobbmedvann.no) og «Vannambassadør». I 2014 og 2015 var det nedsatt en Norsk Vann arbeidsgruppe som jobbet med kommunikasjon og synlighet. Lenker til alle disse følger under:

Norsk Vann rapport B18/2013: ABC kommunikasjon for vannbransjen

<https://norskvann.no/kompetanse/va-bokhandelen/rapporter/product/430-b18-abc-kommunikasjon-for-vannbransjen>

Vannbransjens Omdømmeprojekt:

Blåboka: <https://www.norskvann.no/kompetanse/2014-04-04-10-21-42/profileringsmaterieill>
www.jobbmedvann.no

Vannambassadør: <https://www.norskvann.no/index.php/10-nyheter/1657-bli-en-stolt-vannambassador>

Arbeidsgruppe for kommunikasjon og synlighet:

<https://norskvann.no/images/pdf/SluttrapportKommunikasjonOgSynlighet.pdf>

Erfaringen er at få medlemmer aktivt har tatt rapport B18 i bruk, og det har vært jobbet med flere prosjekter på dette området.

En revidering/utvikling av rapport B18 skal være til hjelp for vannbransjen til å utarbeide en felles kommunikasjonsstrategi med mål om å gjøre våre abonnenter mer bevisste på ressursbruken. Hele bransjen må sammen jobbe for å øke bevisstheten blant innbyggerne om blant annet eget vannforbruk, hva som skjer med avløpsvannet når man trekker i snora og andre aktuelle tema.

Håndboken for utarbeidelse av lokal kommunikasjonsstrategi og arbeid med kundeservice bør inneholde hvilke(t) budskap som skal formidles, med hvilke virkemidler, på hvilken måte og over

hvilken tidsperiode eller gjentakintervall. Den bør også beskrive hvem av abonnentene strategien er ment å ha en effekt på.

Sommerens tørke, behov for å innføre restriksjoner og at innbyggerne faktisk stoler på våre vurderinger og følger våre oppfordringer viser at det i dag eksisterer en tillit mellom sektoren og innbyggerne. Vi er helt avhengige av denne tilliten og vi skal ikke ta for gitt at den alltid vil være der. Hendelser som oppleves negative vil inntreffe oftere i framtida. Samtidig stilles det i større grad spørsmålstegn til om vi gjør jobben vår effektivt og bra nok. Dette kan fort bidra til at tilliten svekkes og at befolkningen velger å ignorere vårt budskap for eksempel i en krise- eller beredskapssituasjon.

Prosjektopplegg (kort beskrivelse)

Prosjektet skal ikke utarbeide selve kommunikasjonsmateriellet som kommunene og selskapene skal ta i bruk, men at prosjektet skal revidere og videreutvikle rapport B18/2013. Den bør gi anbefalinger på hva slags materiell det er hensiktsmessig å utarbeide på nasjonalt nivå, eventuelt om noe bør utarbeides lokalt, samt gi et kostnadsbilde på dette.

Hovedelementer fra rapport B18 som skal gjennomgås og revideres/utvikles i del 1 av prosjektet:

- Hvorfor kundeservice og utarbeidelse av kundeservicestrategi
 - o Omdømme
 - o Målgrupper
 - o Brukerundersøkelser
 - o Servicekonsept
 - o Tjenestebeskrivelser
- Krise- og beredskapsplan
 - o Utviklet senere:
<https://www.norskvann.no/index.php/kompetanse/prosjekter/beredskap>
- Lag en kommunikasjonsstrategi/plan
 - o Intern og ekstern kommunikasjon
 - o Kampanjer
 - o Annonsering
 - o Nettsider (også aktuelt nå: Sosial medier)
 - o Mediekontakt

Prosjektets del 1 innebærer følgende delaktiviteter:

- Avholde oppstartsmøte mellom styringsgruppe og rådgiver for prosjektet for å drøfte nærmere hvordan prosjektet best skal løses, herunder antall møter og møteplan
- Innhente nødvendig grunnlagsinformasjon for å besvare oppgaven
- Utarbeide forslag til rapport
- Gjennomføre workshop med styrings- og referansegruppe for drøfting av rapport
- Revidere rapport
- Gjennomføre høring av revidert rapportforslag i styrings- og referansegruppen
- Utarbeide endelig rapport
- Avholde avslutningsmøte mellom styringsgruppe og rådgiver for å behandle endelig rapport og avtale videre oppfølging av rapporten
- Markedsføre og implementere resultatene

I del 2 av prosjektet skal det lages en reklamefilm for vannbransjen som skal passe både til visning gjennom kanaler på internett og som reklamefilm på TV i høytider og/eller som kinoreklame over hele landet. Prosjektet må sammen med aktuelle filmmiljøer lage et konsept som passer. Filmen må være kvalitativt god og ha en lang levetid.

Organisering/deltakere

Prosjektet styres av en styringsgruppe med 4 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. Referansegruppen blir invitert til workshopen og til å gi innspill til rapporten.

Norsk Vanns sekretariat vil ivareta prosjektadministrasjon, trykking/markedsføring mv.

Det gjennomføres en tilbudsinnhenting fra utvalgte kommunikasjonsbyråer med erfaring fra denne type kommunikasjonsstrategier, da ingen av firmaene Norsk Vann har rammeavtale har denne type kompetanse.

Kostnader/finansiering

Prosjektkostnader er anslått til kr 900 000 og skal i sin helhet finansieres av Norsk Vann prosjekt. Prosjektet har følgende budsjettposter:

Kostnader	
Del 1: Faglig utredning og rapportering	200 000
Del 2: Lage film	400 000
Møter styrings-/referansegrupper	50 000
Trykking og formidling	100 000
Prosjektadministrasjon	100 000
Uforutsett	50 000
Totalt	900 000

Finansiering	
Norsk Vann prosjekt	900 000
Ekstern	-
Totalt	900 000

Posten «Faglig utredning og rapportering» angir maks. ramme for utredningsarbeidet, herunder timekostnader, reisekostnader, møter og ev. biomkostninger.

Kost/nytte

Nytteeffekten av at alle i vannbransjen snakker samme språk, kommuniserer de samme temaene og deler på sine erfaringer vil gjøre arbeidet med å bl.a. bedre innbyggernes holdninger lettere.

Tidsplan

Prosjektet starter opp primo 2019 og rapporteres ultimo 2019.

Rapportering og informasjon

Det utarbeides en Norsk Vann rapport for del 1 av prosjektet. Det lages en reklamefilm i egnet format som del 2 av prosjektet.

Til markedsføring av resultatene utarbeides 2-siders informasjonsark samt artikkel.

2-siders informasjonsark benyttes til utstrakt spredning av resultatene på konferanser mv. Resultatene fra prosjektet presenteres dessuten i Vannspeilet og på norskvann.no. En faglig basert artikkel sendes relevante tidsskrifter som VANN, Kommunalteknikk, Teknisk Ukeblad mv.

Thomas Langeland Jørgensen/Samfunnskomiteen
30. september 2018/29. oktober 2018

Prioriteringskriterier

Kriterier	Fylles inn med aktuelle svar:
1) Er prosjektet i samsvar med strategiplanen?	Dette prosjektet ivaretar vannbransjens arbeid med omdømmebygging og bærekraft jf. strategiplanens punkt om utvikling av gode informasjonsstrategier nasjonalt og lokalt og punktet om å fremme en mer bærekraftig bransje.
2) Er prosjektet innenfor en av følgende prosjektkategorier: a) tekniske veiledninger/rapporter, b) forvaltningsveiledninger/-rapporter eller c) strategiske prosjekter/utredningsprosjekter	Prosjektet vil lede til en revidering/utvikling av Norsk Vann rapport B18/2013 «ABC Kommunikasjon for vannbransjen»
3) Er prosjektet egnet til å løse utfordringer for ulike medlemskategorier?	Ja, dette prosjektet vil i særlig grad bistå de mindre medlemmene som pr. i dag ikke har egne kundeservice- og kommunikasjonsstrategier.
4) Fører prosjektet til utvikling av nye veiledninger/verktøy?	Del 1 av prosjektet vil revidere/videreutvikle eksisterende verktøy. Del 2 av prosjektet vil være et nytt verktøy.
5) Er prosjektet tilstrekkelig stort til å gi et tilfredsstillende resultat?	Ja
6) Er det sannsynlig med økonomiske bidrag fra eksterne miljøer til prosjektet?	Nei

Direktørens forslag til prioritering for 2019:

Gjennomføres i 2019. Synlighet om dagsaktuelle temaer er svært viktig for vannbransjen og kommunikasjonsarbeidet må utføres både lokalt og nasjonalt. Både kommunikasjons håndbok og film vil være gode verktøy for å oppnå dette.

Innspill i høringsrunden

Samfunnskomiteen:

Samfunnskomiteen støtter direktørens forslag. Samfunnskomiteen mener at dette prosjektet er viktig for på lang sikt å bedre folks holdninger til vannet som ressurs. En del av vannbransjens bærekraftstrategi er også verdien av vann viktig, og befolkningen må også kunne se denne verdien.

Avløpskomiteén:

Støtter direktørens forslag til prioritering.

Vannkomitéen:

Direktørens forslag til prioritering støttes. Filmen bør være informativ og faktabasert.

Direktørens innstilling til styret:

Gjennomføres i 2019. Film og kommunikasjonshåndbok vil være gode verktøy for å oppnå synlighet og påvirke befolkningens holdninger til vann som ressurs.