

# Kommunikasjonsplan 2025-2026

Kommunikasjonsgruppen:

Hege Njå Bjørkman, Knut Ekern, Christian Altmann, Hege-Lill  
Asp, Kjell Kvarekvål, Trond Cornelius Brekke, Guro Steine, Geir  
Lindhjem og Roger Solheim



# Byggenæringen - Norges største fastlandsnæring

**100 000**

BEDRIFTER SAMARBEIDER  
OM BÆREKRAFTSMÅL



**400 MRD**

VERDISKAPING



**400 000**

KOMPETENTE MEDARBEIDERE



Byggenæringen er Norges største fastlandsnæring og representerer en hel verdikjede. Næringen representerer 400 000 medarbeidere fordelt på 100 000 bedrifter, og en samlet verdiskaping på 400 milliarder kroner.

# Omdømmet bygger vi steg for steg – vi har etablert et godt fundament



## VI ER BYGGENÆRINGEN - NORGES STØRSTE FASTLANDSNÆRING

*100 000 bedrifter samarbeider om bærekraftsmål*

- Vi er hjørnesteinsbedrifter i mange lokalsamfunn
- Vi er avgjørende for å nå Norges klimamål
- Vi bygger det moderne og bærekraftige Norge



## VI LEVERER VELFERD OG SAMFUNNSNYTTE

*400 mrd i verdiskaping*

- Vi planlegger og bygger rammene som former våre liv
- Vi bidrar til beredskap og sikkerhet
- Vi bygger og vedlikeholder kritisk infrastruktur



## VI SKAPER ARBEIDSPLASSE OG UTVIKLER KOMPETANSE

*400 000 kompetente medarbeidere*

- Vi skaper arbeidsplasser over hele landet
- Vi rekrutterer og utvikler kompetanse
- Vi jobber med inkludering og mangfold

# Kampen om kompetansen – den største utfordringen

## SIKRE KOMPETANSE

---

- Hvordan kan vi utvikle kompetanse i verdensklasse, som omsetter innovasjon til god praksis?
  - Hvordan kan vi utvikle og beholde kompetansen gjennom svingninger i markedet?
  - Hvordan kan vi sikre nødvendig fleksibilitet selv om næringens rammebetingelser endres?
  - Hvordan kan vi tiltrekke og utvikle lærlinger?
  - Hvordan kan vi få arbeidstakere til å stå lengre i jobb?
- 

## STYRKE MANGFOLDET

---

- Hvordan kan vi opprettholde og forsterke byggenæringens attraktivitet?
  - Hvordan kan vi sikre større mangfold?
  - Hvordan kan vi lykkes med å rekruttere fra hele befolkningen?
  - Hvordan vinner vi ungdommen?
  - Hvordan kan vi inkludere de som står utenfor arbeidsmarkedet, og hindre utenforskap?
- 

## ØKE VERDISKAPINGEN

---

- Hvordan kan vi øke verdiskapingen og effektivisere byggeprosessene ytterligere?
  - Hvordan kan vi oppnå mer ved økt innovasjon og bruk av digitale verktøy?
  - Hvordan kan vi bidra til større klimarobusthet, bedre sikkerhet og økt beredskap?
  - Hvordan kan vi utvikle nye, sirkulære forretningsmodeller?
  - Hvordan kan vi bidra med grønn industrialisering?
-

Byggenæringen er avgjørende  
for å nå Norges klimamål



Vi bygger det moderne og bærekraftige Norge



Vi bygger rammene som  
former våre liv



# Kommunikasjonsplan



SAMMEN2030



# Visjon

- Byggenæringen skal være Norges mest attraktive næring

# Status

## Aftenposten

### Norges mest attraktive arbeidsgivere i 2024

#### Ingeniørstudenter

1: Equinor

2: Aker Solutions

3: Norconsult

4: Kongsberg  
Gruppen

5: Multiconsult

6: Aker BP

7: Sintef

8: Statkraft

9: Skanska

10: Sweco

worldskills Norway

### Ungdom velger yrkesfag for stabilitet og utvikling

Søknad til videregående skole  
Publisert 02.12.2024



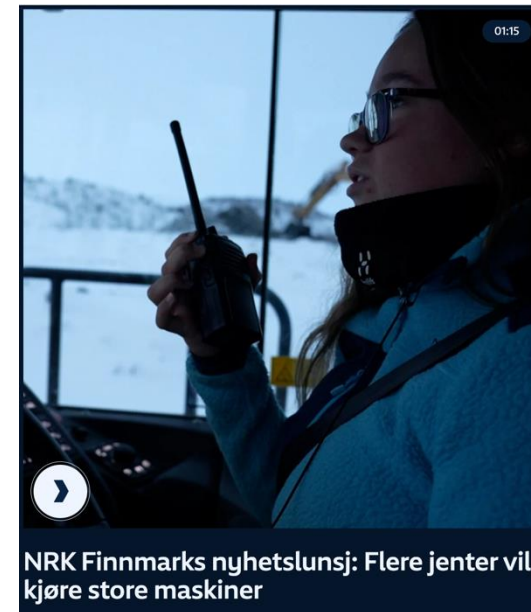
### Flere jenter til yrkesfag

Søknad til videregående skole



Interessen for yrkesfag ser på yrkesfag som e arbeid og fritid.

Rekordmange jenter har i år søkt seg til bygg- og anleggsteknikk, elektrofag og teknikk og industriell produksjon.



NRK Finnmarks nyhetslunsj: Flere jenter vil kjøre store maskiner

# Målgrupper

- Egne ansatte (stolthet)
- Elever og de som påvirker dem i yrkesvalg (attraktivitet)
- Unge arbeidstakere (attraktivitet)
- Myndigheter (trygghet)

# Hovedgrep

- Lære av de beste
- Gjøre det som er bra bedre kjent
- Felles budskap
- Skape oppmerksomhet

# Kommunikasjonsarbeidet

- Deltakerne i SAMMEN2030 er noen av landets mest toneangivende bedrifter og organisasjoner
- Alle har sterke stemmer, og alle har en historie å fortelle

# Tiltak

- Alle skal produsere minimum én historie fra egen virksomhet som viser hvordan de jobber med minimum ett av fokusområdene.
  - Kåring av beste historie og oppslag i oktober
- Identifisere mulige mediesaker på samlingene og i hverdagen
- Gjøre ferdig poster som publiseres og deles på SoMe umiddelbart etter hver samling
- Utarbeide presentasjoner som alle kan bruke
- Lage et opplegg for bedriftsbesøk i valgkampen
- Etablere en budskapsbank med gode eksempler
- Søke samarbeid med/forsterke andre initiativ som f eks Ung i Bygg og Anlegg, Diversitas mm