



Nu investeren in een toekomst voor water

Mensen maken de watersector. Nederland staat bekend om goed opgeleide, creatieve waterprofessionals. Dat willen we graag zo houden. Maar daar moeten we wel iets voor doen!

Schoon water en veilig wonen achter de dijken zijn voor veel mensen zo'n vanzelfsprekendheid geworden, dat ze niet snel aan een carrière in de watersector denken. Dat willen wij veranderen. Met een uitgekende strategie overtuigen wij jongeren ervan dat de watersector voor iedereen kansen biedt. Juist nu, met de uitdaging rond de klimaatverandering, is de watersector de plek waar je kunt werken aan een duurzame toekomst.

SAMEN ZORGEN WE VOOR VOLDOENDE TALENT IN DE WATERSECTOR. INVESTEERT U MEE?

Regionale activiteiten ondersteunen met een landelijke boodschap

Kleine kinderen vinden het geweldig om met water te spelen. Dat gevoel willen we vasthouden. Het programma Human Capital Water & Delta wordt namens en met de sector door NWP uitgevoerd om te zorgen voor voldoende toekomstig talent.

Human Capital Water & Delta brengt scholen, overheden en bedrijven bij elkaar. Samen brengen zij in hun eigen regio het onderwerp water bij scholieren, studenten en

Young Professionals. Daarbij beginnen we vroeg: al op de basisschool zijn er voor kinderen interessante proefjes, lespakketten en bedrijfsbezoeken. In het hele land zijn inmiddels regionale steunpunten die projecten uitvoeren en evenementen organiseren. Om het effect van die regionale activiteiten nog groter te maken, willen we deze ondersteunen met een landelijke communicatiestrategie. Met een boodschap die jongeren aanspreekt, plus een aantal communicatiemiddelen waarmee we bedrijven en scholen ondersteunen bij de werving van jongeren.

Wat spreekt jongeren aan?

Uiteindelijk vissen we allemaal in dezelfde vijver. Iedereen kan zelf wel vissen, maar alleen samen kunnen we ervoor zorgen dat de vijver voller wordt. Samen zorgen we ervoor dat meer jongeren kiezen voor een studie en carrière in de watersector. Maar hoe spreek je jongeren aan? Dat is een vak apart. We bouwen op de ervaring van

>

Contact

Voor meer informatie over Human Capital Water kunt u contact opnemen met:

Netherlands Water Partnership
Renée Vergouwe, Programmamanager
Human Capital Water
E r.vergouwe@nwp.nl
T 070 304 3715

Zie voor meer informatie:
www.nwp.nl



gespecialiseerde partijen: het Platform Bèta Techniek en het bureau YoungWorks. Zij deden onderzoek naar de verschillende soorten jongeren en hun beweegredenen om voor een carrière of studie te kiezen. Daarbij ontwikkelden ze verschillende modellen, zoals het Beta Mentality model en de Marketing Lifecycle. Op basis van deze gespecialiseerde kennis ontwikkelen we samen met het bureau YoungWorks een uitgekende jongerencampagne.

STAPPENPLAN CAMPAGNE VOOR JONGEREN

1. De juiste boodschap voor jongeren....

De wereld van water vertaald naar de belevingswereld van jongeren, gebaseerd op het Beta Mentality model en de ervaring van YoungWorks. Het Beta Mentality model heeft zijn waarde bewezen als indicator van de manier waarop jongeren naar de wereld kijken en beslissingen nemen. Op basis van die kennis vertalen we de watersector in een aantal specifieke boodschappen voor jongeren. Alle partijen die aansluiten, kunnen deze informatie gebruiken voor hun jongerencommunicatie.

2. Vertaald in een campagne....

De ontwikkeling van een communicatieboodschap, beeldmerk en thema, met een campagnestrategie. Deze boodschap gebruiken we op evenementen, in alle activiteiten, deze is tevens beschikbaar voor alle partners en aangesloten organisaties. (De productie van middelen en de uitrol van de campagne is niet in deze fase van het project opgenomen)

3. Jongerenwebsites....

De ontwikkeling van een speciale website voor scholieren, jongeren en Young professionals. Deze websites worden ingebed in de site 'Nederland werkt met Water', een initiatief van NWP en het ministerie

van Verkeer en Waterstaat. Opleidingen, vacatures en carrièremogelijkheden zijn hier te vinden in

4. Een stevige jongerenlijn binnen Dutch Delta Design...

Deze campagne wordt de officiële jongerenlijn binnen het project Dutch Delta Design. Dutch Delta Design is een marketingproject waarbij tientallen partners zich inmiddels hebben aangesloten. Doel is Nederland weer opnieuw op de kaart te zetten als Waterland, in binnen- en buitenland. In 2012 heeft het project zijn hoogtepunt, met een groot waterfestival en een Nationaal Centrum voor Water in Rotterdam. Het grote aantal partners en de ambitie achter dit project geven de jongerencommunicatie een grote push.

5. Om uiteindelijk overal een herkenbare boodschap voor jongeren te brengen

Eenmaal ontwikkeld, kunnen we de boodschap voor jongeren makkelijker inbedden in alle communicatie, rond wereldwaterdag bijvoorbeeld, bij grote beurzen, nieuwe projecten, rond actualiteiten, enzovoort.

Uw bijdrage

Bovenstaande stappenplan vergt een investering van 100.000 euro. Afhankelijk van de wensen, grootte en mogelijkheden van een organisatie, vragen wij voor deelname een bijdrage van minimaal drieduizend en maximaal tienduizend euro. Zoals gezegd, jongerencommunicatie is een vak apart. Voor een relatief geringe bijdrage kunt u gebruik maken van een degelijke aanpak, ontwikkeld door specialisten en gebaseerd op onderzoek en ervaring. U versterkt de collectieve communicatie van de watersector, maar ook uw eigen arbeidsmarktcommunicatie.

Een aantal koplopers zoals Oranjewoud, Unie van Waterschappen, Witteveen+Bos, Aqua Nederland, Tauw, Hogeschool Van Hall Larenstein, Helicon opleidingen, Hogeschool Rotterdam, Hogeschool Zeeland, werken al met ons aan de campagne. Samen zorgen we voor voldoende watertalent in de toekomst. Doet u mee? Neem contact op met: c.dehaan@nwp.nl