

yrkesfagenes år 2018

Rapport



Innholdsfortegnelse

1	<i>Innledning</i>	3
2	<i>Resultater fra kampanjen</i>	4
3	<i>Aktiviteter i Yrkesfagenes år 2018</i>	5
3.1	Kampanje-web og egen logo.....	5
3.2	Kanaler i sosiale medier.....	5
3.3	Informasjonsmøte desember 2018.....	5
3.4	Lansering av kampanjen i Trondheim, i samarbeid med Elevorganisasjonen	6
3.5	samarbeid med hovedorganisasjonene, landsforeninger og fagforbund.....	6
3.6	Etablering av yrkesambassadører (unge med yrkesfagbakgrunn)	8
3.7	Etablering av faddere (bedriftsledere med lærlinger).....	9
3.8	Snapchat-stafett med unge med yrkesfagbakgrunn	9
3.9	Utstilling og seminar på Teknisk Museum	10
3.10	Læreplassjeger (jakten på flere lærebedrifter)	11
3.11	Facebook-kampanje høsten 2018.....	12
3.12	Materiell og nyhetsbrev.....	13
3.13	Skole-NM 2018	14
3.14	Yrkes-EM Budapest 2018	16
3.15	Yrkes-NM 2018 Oslo/Akershus.....	18
4	<i>Mediedekning av Yrkesfagenes år 2018</i>	22
5	<i>Web-trafikk og spredning i sosiale medier</i>	24
5.1	Spredning i sosiale medier	24
5.2	Trafikk på web	24
6	<i>Holdningsundersøkelse (respons analyse)</i>	25
7	<i>Vedlegg</i>	26

1 INNLEDNING

WorldSkills Norway foreslo for Kunnskapsdepartementet at 2018 skulle lanseres som Yrkesfagenes år, med hensikt å få økt positiv oppmerksomhet omkring yrkesfagene og deres betydning. Kampanjens hovedmål var: økt søkning til yrkesfagene og dermed flere lærlinger, og å få flere bedrifter til å bli lærebedrifter.

Forslaget ble positivt mottatt i departementet, og i statsbudsjettet for 2018 ble det avsatt 5 millioner til Yrkesfagenes år 2018 og Skole-NM 2018. Departementet ga WorldSkills Norway oppdraget med å organisere kampanjeåret i samarbeid med partene i arbeidslivet.

Arbeid med kampanjeåret, som først og fremst er en omdømmekampanje i sosiale medier, ble igangsatt i oktober 2017.

For å kunne gjennomføre kampanjeåret ble flere personer engasjert i arbeidet; Benedikte Sterner fra LO og Bjørn Ove Fjellandsbø (kommunikasjonsleder). Begge på 1-2 dager i uken. I tillegg ble det opprettet en referansegruppe bestående av personer fra hovedorganisasjonene.

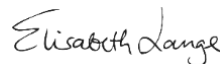
På vegne av WorldSkills Norway vil vi takke Kunnskapsdepartementet og regjeringen for oppdraget, og alle medvirkende organisasjoner for et flott samarbeid. Vi håper kampanjeåret har stimulert til økt innsats for å få flere til å søke yrkesfag og samtidig at flere bedrifter og virksomheter ser verdien i det å være lærebedrift.

WorldSkills Norway

30. april 2019



Svein Oppegaard
Styreleder



Elisabeth Lange
Sekretariatsleder

2 RESULTATER FRA KAMPANJEN

Denne rapporten redegjør for de ulike aktiviteter som ble gjennomført i løpet av «Yrkesfagenes år 2018», såvel som trafikktall på web og spredning i sosiale medier.

Men overordnet ser vi at det har vært en positiv utvikling i antall søkere til yrkesfag, såvel som opinionens holdninger til yrkesfag. Vi mener dette er et resultat fra Regjeringens langsiktige innsats for å fremme interesse for yrkesfagene, herunder arbeidet i kampanjen «Yrkesfagenes år 2018».

Søketallene for skoleåret 2018-19 viste for første gang at det er nesten like mange søkere til yrkesfag som til studieforberedende.¹ Søketallene for skoleåret 2019-20 viste også en positiv utvikling. For andre år på rad er det totalt like mange søkere til yrkesfag som til studieforberedende utdanningsprogram på Vg1. I tillegg så vi at det var flest søkere til yrkesfag i 15 av 18 fylker. Kun i Oslo, Akershus og Troms har et flertall søkt seg til studiespesialisering.²

I kampanjen «Yrkesfagenes år 2018» ønsket vi også å få målt foreldres holdninger til yrkesfag før og etter kampanjen, da dette var en viktig målgruppe for kampanjen. I 2015 svarte 33 prosent av norske foreldre at yrkesfag er en interessant og attraktiv karrierevei for sitt/sine barn. Våren 2018 var tallet økt til 62 prosent, og ble målt på nytt til 61 prosent høsten 2018.³

Foreldre var en viktig målgruppe for kampanjen «Yrkesfagenes år 2018», da ulike målinger har vist at ungdommene lytter på sine foreldre når det kommer til valg av utdanning. Det er derfor svært sentralt å øke foreldres kunnskap om yrkesfagene. I denne forbindelse er det positivt å se at utviklingen går i riktig retning:

I en undersøkelsen som Respons Analyse utførte for WorldSkills Norway april 2018 spurte vi foreldre med barn i ungdomsskolealder «i hvilken grad tror du samfunnet er avhengig av mennesker med yrkesfag for å løse fremtidens samfunnsoppgaver?». 84 prosent av foreldre med barn i ungdomsskolen svarte da ja i stor eller svært stor grad. Etter at vi gjennomførte Facebook-kampanjen november 2018 målte Respons Analyse dette spørsmålet på nytt. Da var tallet økt til 93 prosent.

Her ser vi et gap mellom forståelsen blant norske foreldre om betydningen av fagarbeidere og deres villighet til å anbefale sine barn å velge yrkesfag. Dette viser at vi må fortsette holdningsarbeidet, men utviklingen går i riktig retning. Foreldres syn på yrkesfag vil være én av flere faktorer som vi må jobbe med over tid, om vi skal nå målet om å skaffe over 70.000 nye fagarbeidere som Norge vil mangle frem mot 2035.

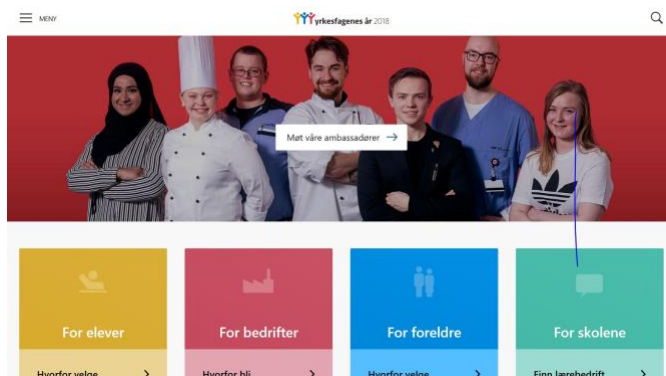
¹ <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/flere-velger-yrkesfag/id2593761/>

² <https://www.worldskills.no/aktuelt/yrkesfag-storst-i-15-av-landets-18-fylker/>

³ Se undersøkelse utført for av Respons Analyse i april og november 2018 i kapittel 6.

3 AKTIVITETER I YRKESFAGENES ÅR 2018

3.1 KAMPANJE-WEB OG EGEN LOGO



I første omgang ble det utviklet logo og design for kampanjen. Deretter ble arbeidet med egen nettside igangsatt, slik at denne var klar til lansering av kampanjen 1. februar 2018 på nettadressen www.yrkesfag.no. I forbindelse med nettsiden ble det også laget flere motivasjonsfilmer som promoterer yrkesfag. Vi laget også en særskilt video om hvordan søke læreplass i samarbeid med Akershus Fylkeskommune.

Etter kampanjen ble avsluttet, ble adressen pekt tilbake til WorldSkills Norway sine ordinære nettsider på www.worldskills.no/yrkesfag.

3.2 KANALER I SOSIALE MEDIER

Det ble besluttet at man i kampanjen skulle benytte WorldSkills Norway sine egne kanaler i sosiale medier, og ikke etablere egne kanaler kun for kampanjen. Det var ønskelig at de nye følgere man fikk i sosiale medier i kampanjeåret var noe som WorldSkills Norway kunne ta meg seg videre og dra nytte av etter at kampanjen var over. Følgende kanaler ble brukt: Facebook, Instagram, Youtube, Snapchat, Flickr og Twitter. Kanalene ble preget av «Yrkesfagenes år 2018»-logoen i kampanjeåret. Så endret vi tilbake til ordinær logo for WorldSkills Norway når kampanjen var over i 2019.

3.3 INFORMASJONSMØTE DESEMBER 2018

Kampanjeåret ble forberedt gjennom et informasjonsmøte hvor 85 representanter fra hovedorganisasjonene i arbeidslivet (NHO, LO, YS, KS, Spekter, Virke, Utdanningsforbundet), representanter fra bransjeforeninger, fagforbund, fylkeskommuner, opplæringskontor og skoler.



3.4 LANSERING AV KAMPANJEN I TRONDHEIM, I SAMARBEID MED ELEVORGANISASJONEN

Nær 300 personer var samlet da WorldSkills Norway lanserte kampanjen Yrkesfagenes år 2018 i samarbeid med Elevorganisasjonen. I salen var det representanter fra regjering, partene i arbeidslivet, samt unge elever og lærlinger fra hele landet. Styreleder Svein Oppegaard åpnet lanseringen. Statssekretær Atle Simonsen fra Kunnskapsdepartementet holdt hilsningstale på vegne av regjeringen. Benedikte Sterner fra WorldSkills Norway forklarte mål og hensikt med kampanjen. Hovedambassadør Marco Elsafadi ledet møtet.



Benedikte Sterner,
offisiell delegat fra
WorldSkills Norway

Atle Simonsen,
statssekretær i KD

3.5 SAMARBEID MED HOVEDORGANISASJONENE, LANDSFORENINGER OG FAGFORBUND

Yrkesfagenes år 2018 har samarbeidet med organisasjonene i arbeidslivet og mange av medlemsorganisasjonene i WorldSkills Norway om å gjøre kampanjen kjent, og å trekke de aktivt med i å bruke den. Hovedorganisasjonene deltok i en referansegruppe for prosjektet.

Prosjektet har deltatt i en mengde ulike arrangementer og møter, blant annet med YS, Virke, KS, NHO, Fagforbundet (flere ulike seksjoner og Landsstyret), BNL, Utdanningsforbundet og Skolenes Landsforening, Oppland og Telemark fylkeskommune, Karrierenettverket (Utdanningsdirektoratet), Samarbeidsrådet for Yrkesopplæring og på Utdanningsdirektoratets konferanse Arena for Kvalitet.



Partene i arbeidslivet, her representert ved adm.dir. Ole-Erik Almlid i NHO og LO-leder Hans-Christian Gabrielsen, støttet aktivt opp om Kampanjen «Yrkesfagenes år 2018».

I tillegg til de aktiviteter som WorldSkills Norway har gjort, har medlemsorganisasjonene i WorldSkills Norway tatt aktivt del i kampanjen, og markedsført «Yrkesfagenes år 2018» gjennom egne aktiviteter, konferanser og seminarer, på nettsider og i sosiale medier. Sammen skapte man et merkbart løft for å heve anseelsen til yrkesfagene. Her er noen eksempler på dette:

Video fra ledelsen i LO:



Video fra ledelsen i NHO:



Video fra ledelsen i Virke:



Adm dir Vibeke Madsen i Virke oppfordrer bedrifter til å lærebedrift

Promoteringsbanner på forsiden til www.fagforbundet.no:

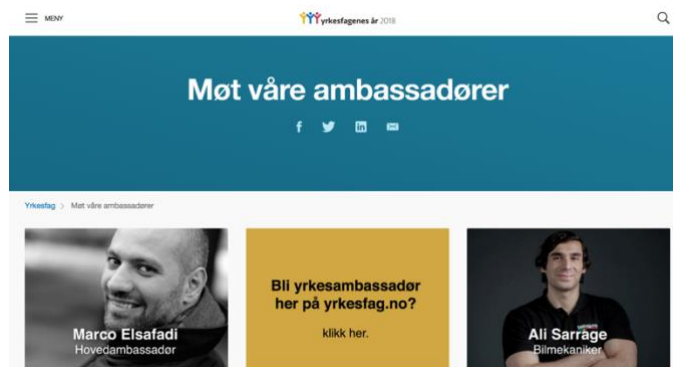


Promoteringsbanner på forsiden til www.nhoreiseliv.no:

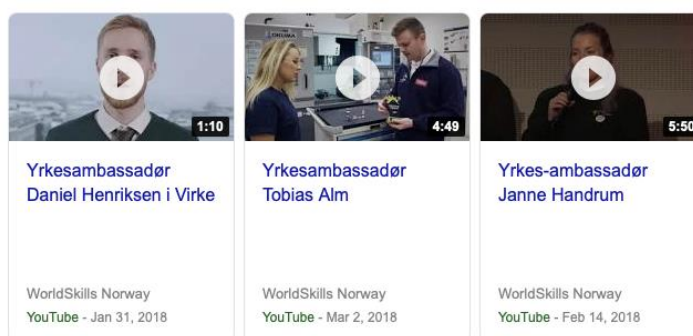


3.6 ETABLERING AV YRKESAMBASSADØRER (UNGE MED YRKESFAGBAKGRUNN)

Det ble et viktig konsept for kampanjen at vi skulle knytte til oss unge yrkesambassadører spredt på ulike fag. Vi tok kontakt med ulike nærings- og fagorganisasjoner og fikk etter hvert inn et 20-talls positive unge med yrkesfagbakgrunn, som enten var under utdanning eller som var ferdig med fagbrev og ute i arbeid.

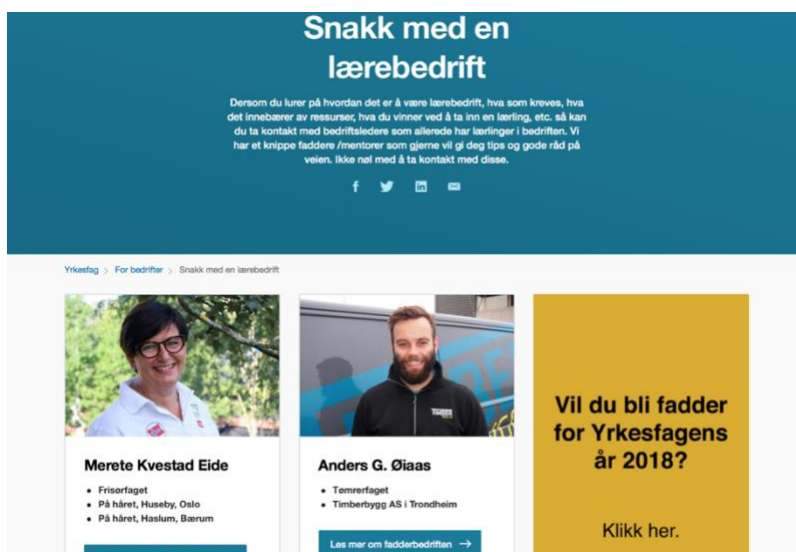


Yrkesambassadørene våre ble brukt i filmer, grafisk materiell og på møter/seminarer. Flere av dem ble også intervjuet av media underveis gjennom kampanjeåret, og vi laget flere filmer med noen av ambassadørene. I tillegg promoterte de sine yrkesfag i sosiale medier under hashtag'en #yrkesfag:



3.7 ETABLERING AV FADDERE (BEDRIFTSLEDERE MED LÆRLINGER)

Et viktig poeng for kampanjen var å bidra til å rekruttere flere lærebedrifter. For de bedrifter som lurte på hvordan det er å være lærebedrift, hva som kreves, så bød vi på muligheten for at de kunne ta kontakt med en lærebedrift, og få en bedriftsleder som hadde erfaring med lærlinger som en «fadder» eller mentor. Disse kunne gi tips og gode råd på veien. Vi hadde cirka 10 slike faddere gjennom kampanjeåret.



3.8 SNAPCHAT-STAFETT MED UNGE MED YRKESFAGBAKGRUNN

Ung med yrkesfaglig la ut filmer og bilder fra egne arbeidsplasser på vår snapchat-konto. De hadde én uke hver. Vi ga redaktøravgang til vår Snapchat-konto på rundgang mellom forskjellige unge mennesker som går eller har gått yrkesfag. Vi ønsket å vise frem ulike arbeidsplasser, yrker og oppgaver.



Jan-Rune Smenes Reite, matros



Kristine Larsen, elev på Skoleskipet Gann

Da kan alle som lurte på om yrkesfag er noe for dem få et ekte innblikk i hvordan det er. På denne måten fikk vi vist hvor mange forskjellige, spennende, viktige og morsomme yrker som faktisk finnes. Vi fikk 8 ungdommer til å vise frem sine respektive yrker over en 2 måneders periode.

Snapchat-kontoen til WorldSkills Norway ble etablert i forbindelse med Yrkesfagenes år 2018-kampanjen, og har 628 følgere.

3.9 UTSTILLING OG SEMINAR PÅ TEKNISK MUSEUM



Utstillingen og seminaret ble gjennomført i samarbeid med Regjeringen. Statsminister Erna Solberg deltok på åpningen og holdt hilsningstale på vegne av regjeringen.

Kunnskapsminister Jan Tore Sanner og statssekretær Atle Simonsen deltok på hele seminaret, som samlet fullt hus, dvs. 250 personer. Det var foredrag av representanter for arbeids- og næringslivet og myndighetene. Marco Elsafadi var ordstyrer.

Utstillingen "Fremtidens yrkesfag" illustrerte noen av de typene fagarbeidere vi vil trenge - både yrker vi kjenner i dag og nye yrker som vil vokse frem. I fremtiden vil vi fortsatt trenge de fleste av våre tradisjonelle yrkesfag, men de vil endre seg på grunn av digitalisering og teknologisk utvikling. Det ble også laget en egen reportasjefilm fra utstillingen til bruk i digitale kanaler.

Utstillingen sto på Teknisk Museum i to uker. Den ble siden vist på Oslo Met, under Yrkes-NM 2018 på Hellerudsletta og på Arena for kvalitet i november 2018. Utstillingen er etter det på Nord-Troms Museum (vandretutstilling).

Utstillingen ble tydelig fremhevet da TV2 hadde direktesending fra Yrkes-NM på Hellerudsletta på God Morgen Norge, hvor styreleder Svein Oppegård ble intervjuet foran utstillingen. Han fikk anledning til å kommentere det store behovet som Norge vil ha for fagarbeidere i årene som kommer, og hvor viktig det er at flere velger yrkesfag og skaffer seg fag-/svennebrev.



3.10 LÆREPLASSJEGER (JAKTEN PÅ FLERE LÆREBEDRIFTER)



Kampanjen Yrkesfagenes år 2018 samarbeidet med fylkeskommunene om å finne flere og nye lærebedrifter og læreplasser. Denne aktiviteten kaller vi "Læreplassjeger".

Lanseringen skjedde 14. mai 2018 av kunnskapsminister Jan Tore Sanner i Tromsø. Vi laget egen brosjyre og et elektronisk påmeldingsskjema for nye aktuelle lærebedrifter, og gule refleksvester til "jegerne". Hovedorganisasjonene, opplæringskontor og skoler sto også aktivt bak denne aktiviteten, og det var mange som var ute med vester.

Kampanjen «Læreplassjeger» kartla aktuelle lærebedrifter i fylkene. Disse fikk tilsendt brev og informasjonsbrosjyre (se bildet over), og ble siden besøkt av læreplassjegere med refleksvester. De bedrifter som meldte sin interesse ble så fulgt opp fra de respektive fylkeskommunene.

WorldSkills Norway samarbeid også med Utdanning.no i utarbeidelsen av lister over potensielle lærebedrifter i fylkene. Disse listene ble så kvalitetssikret av de respektive fylkeskommunene.

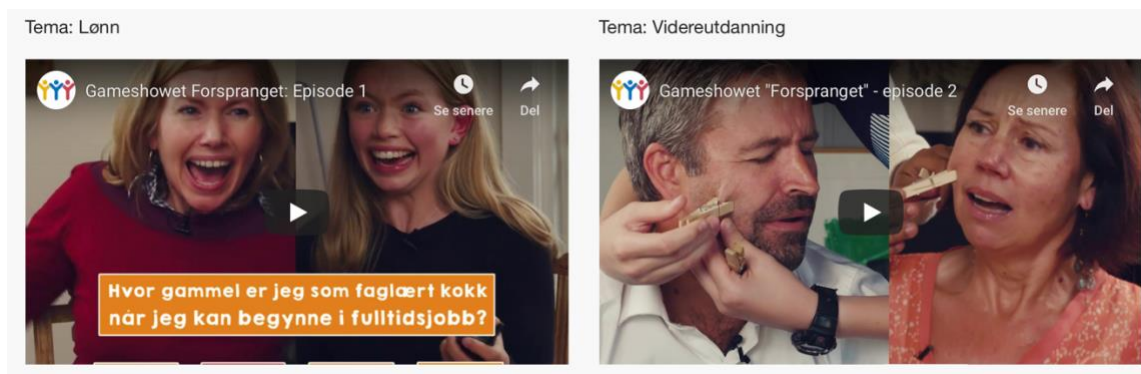


Med tittel "læreplassjeger" er høstjakt i gang for Magne Hagen i Østfold fylkeskommune. Ikke for det: Her er det snakk om helårsjakt. Det ble gitt fellingstillatelse på opptil 300 læreplasser i 2018.

3.11 FACEBOOK-KAMPANJE HØSTEN 2018

WorldSkills Norway gjennomførte en byråkonkurranse hvor Gambit H+K Strategies vant oppdrag om å lage en sosiale medier-kampanje som i hovedsak retter seg mot foreldre til ungdomsskoleelever. Resultatet ble en foreldrekampanje i sosiale medier (6 filmer med ungdom og foreldre om yrkesfag), hvor vi annonse-promoterte filmene på Facebook mot foreldre med barn i ungdomsskolealder. Resultat: 1.271.732 avspillinger.

Vi kjørte for øvrig også en gjentakende annonsekampanje rundt disse foreldrefilmene i februar 2019. Resultat: 1.058.654 avspillinger.



I tillegg produserte vi også 3 filmer hvor en kjent ung influencer/youtuber besøkte en ungdom. Resultat: 21.767 avspillinger totalt, med følgende fordeling:

Film 1: Youtuber Martin Belgen Isaksen (19) tester yrkesfaget kontor og administrasjon. Videoen delt med hans 36.000 følgere på hans kanal Multiguru. 3339 visninger p.t.

Film 2: Youtuber Beatriz Neves (19) fra Oslo tester hvordan det er å jobbe som servitør. Videoen delt med hennes 60.000 følgere på hennes kanal BeasVerden. 5014 visninger p.t.

Film 3: Youtuber Lena Redmo (19) tester yrkesfaget energimontør. Videoen delt med hennes 40.000 følgere. 13.414 visninger p.t.



3.12 MATERIELL OG NYHETSBREV

Det er laget brosjyremateriell, vester og role-up i forbindelse med kampanjeåret. Dette kunne lastes ned og/eller bestilles fra nettsiden vår.

Mange organisasjoner har bestilt materiell direkte fra oss, og mange har også lastet ned og trykket opp materiell selv.

Det ble også laget flere nyhetsbrev gjennom kampanjeåret, en spesiell utgave til ambassadørene og en generell utgave.



3.13 SKOLE-NM 2018

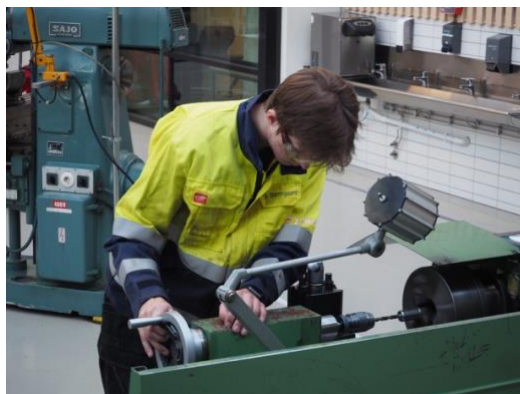
Skole-NM 2018 ble arrangert i april 2018. Arrangementet var lagt opp etter samme lest som Skole-NM 2017, som var det første Skole-NM som ble arrangert noen gang. Det var stor interesse for å delta i Skole-NM 2018 og det ble ny rekord i antall deltakere. I Skole-NM 2017 deltok 240 unge yrkesfagelever. I Skole-NM 2018 var deltakerantallet steget til 320, hvilket er en økning på over 30%.

Skole-NM 2018 ble arrangert i samarbeid med følgende fylker: Hedmark, Trøndelag, Telemark, samt Handverksskolen på Dovre. Det var konkurranser på 7 skole i 27 yrkesfag.

Følgende fag var på programmet: Anleggsmaskinfører, automatisering, baker, barne- og ungdomsarbeider, bilfag lette kjøretøy, bilskade/lakk, butikkslakter, design og søm, elektriker, frisør, helsearbeider, industriell matproduksjon, industrimekaniker, interiør- og utstillingsdesign, kokk, konditor, kulde- og varmepumpemontør, logistikk, manuell maskinering, mediegrafiker, møbelsnekker, salgsfaget, servitør, smed, sveising, treskjæring, tømrer.

Forut for Skole-NM 2018 ble det arrangert fylkesvise uttak rundt i hele landet. Det anslås at flere tusen elever har deltatt i skolemesterskap det siste året. Noen fylker har mesterskap også i fag som ikke står på NM-programmet.

Skole-NM 2018 ble en stor suksess. Både deltakere, ledsagere, dommere og arrangører var svært positive. Arbeidet med å planlegge og organisere Skole-NM 2019 ble igangsatt sommeren 2018, og prosjektgruppe og medarrangører var på plass ved skolestart 2018/19.



FAKTA OM SKOLE-NM 2018

- 320 deltakere i 27 fag, en økning på over 30% fra 2017
- 220 ledsagere som fulgte sine elever
- 100 nøytrale dommere (prøvenemndsmedlemmer, bedriftsrepresentanter)
- Arrangert på 7 videregående skoler i følgende fylker: Hedmark, Oppland, Telemark og Trøndelag
- Alle 18 fylker sendte deltakere
- Det har vært skolemesterskap og fylkesmesterskap i alle fylkene som dannet bakgrunn for uttak til Skole-NM
- Flere tusen elever har deltatt i skolekonkurransene/uttak til NM
- Streamet overføring fra avslutningsseremonien fra Hedmark

MEDIEOMTALE SKOLE-NM 2018

Det var stor medieoppmerksomhet omkring både fylkesmesterskapene rundt i landet og omkring selve Skole-NM. Lokalpressen er svært interessert i å skrive om sine lokale deltakere.

Av de 1467 medieoppslag totalt, var 214 av disse relatert til Skole-NM. I all hovedsak i lokalpressen.

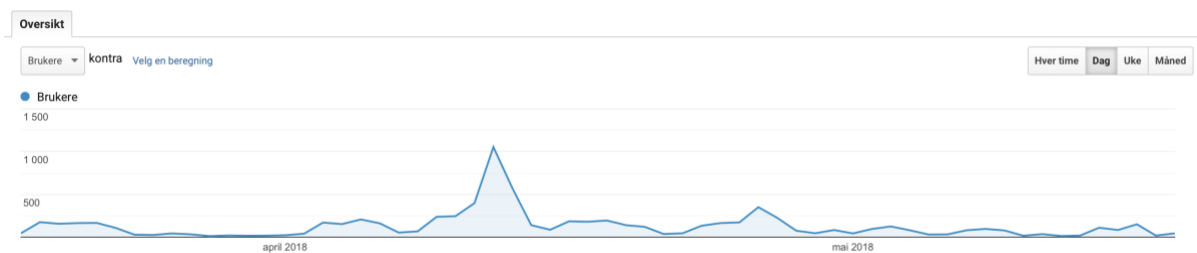
SKOLE-NM - SOSIALE MEDIER

- Facebook i perioden 18. mars – 18. mai:
Rekkevidde innlegg: 9.880
Antall liker-klikk: 6.307
- Instagram: 8 innlegg fra skole-NM

SKOLE-NM – WEB

Trafikk på nettsiden i perioden 18.mars – 18. mai:

- 6019 besøkende
- 30.549 sidevisninger



3.14 YRKES-EM BUDAPEST 2018



Vi deltok i Yrkes-EM med et lag på 14 deltakere i 12 fag, 12 eksperter, tre delegater og to lagledere. Før mesterskapet var det arrangert flere samlinger med deltakerne og ekspertene. For ekspertene var det nytt krav fra WSE om at alle skulle gjennomgå en modulbasert opplæring i det å være ekspert, tilsvarende det WSI har. Dette ble gjennomført over to samlinger med hjemmearbeid imellom. Rapport ble sendt til WSE innen den fastsatte fristen.

Deltakerne hadde to fellessamlinger med vekt på motivasjon og mental trening.

WorldSkills Norway arrangerte norsk aften i Budapest siste konkurransedag, med cirka 100 deltakere fra Norge.

De norske deltakerne stakk av med en gull-, en sølv- og tre bronsemedaljer. I tillegg fikk 12 av 14 deltakere Medal of Excellence. Norge ble femte beste nasjon og best i Norden.

Dette ble med andre ord tidenes beste internasjonale mesterskap for Norge.

OVERSIKTEN UNDER VISER HVILKE FAG VI DELTOK I OG PLASSERINGEN:

Fag	Navn	Plassering	Poengsum	Medal of Excellence
Elektriker	Ståle Brå	3	751	Bronse
Automatisering	Espen Brandtzæg Godø og Vinjar Vederhus	4	708	Ja
Sveising	Jon Arne Hjelmstadbakk	2	723	Gull
Bilfag, tunge kjøretøy	Tor Øyvind Venemyr Voreland	3	704	Bronse
Frisør	Leif Anders Øverland	11	700	Ja
Bilfag, lette kjøretøy	Jon Sindre Gabrielsen	3	725	Bronse
Kokk	Torkil S. Hjelmersen	5	719	Ja
Servitør	Birk Torp	10	700	Ja
Resepsjonist	Anette Johansen	12	637	
Anleggsgartner	Kjetil Sigurd Marius Schwock og Nils Karjetta	1	759	Gull
Helsefag	Silje Kjærnli	4	710	Ja
Hudpleie	Carina Larsen	11	677	

Alle som oppnår en poengsum på 700 eller mer får Medal of Excellence.

FAKTA OM YRKES-EM 2018

- 500 deltakere fra hele Europa (30 land)
- 40 fag
- 3 konkurransedager
- 80.000 besøkende
- Arrangert i Budapest i september 2018



3.15 YRKES-NM 2018 OSLO/AKERSHUS

Yrkes-NM 2018 ble arrangert i samarbeid med Utdanningsetaten i Oslo kommune og Akershus fylkeskommune. Arrangementet ble det største noen gang, med over 300 deltakere i over 30 yrkesfag og ca. 25.000 besøkende.

Det var norgesmesterskap i følgende fag:

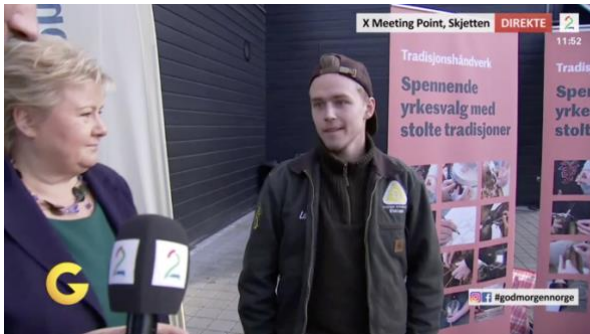
Anleggsmaskinfører	Helsefagarbeider
Automatiker (lag)	Industrimekaniker
Baker	Kjøttskjærer
Barne- og ungdomsarbeider (lag)	Kokk
Betongfaget	Kulde og varmepumpemontør
Bilfag, lette kjøretøy - NM	Murer
Bilfag, lette kjøretøy - nordisk	Møbelsnekker
Bilfag, tunge kjøretøy	Resepsjonist
Billakkerer - NM	Rørlegger - NM
Billakkerer - nordisk	Servitør
Bilskade - NM	Sjømathandler
Bilskade - nordisk	Sveiser
Blomsterdekoratør (lag)	Telekommunikasjonsmontør
Butikkslakter	Tømrer
CNC	Ventilasjons- og blikkenslager
Design og søm	Yrkessjåfør godstransport
Elektriker	Yrkessjåfør persontransport

Arrangementet åpnet 22. oktober med storstilt åpningsseremoni med både kunnskapsminister Jan Tore Sanner, fylkesordfører i Akershus Anette Solli og byrådsleder Raymond Johansen til stede. Konkurransene gikk over 3 dager.



MEDIEOMTALE AV YRKES-NM 2018

Statsminister Erna Solberg besøkte arrangementet en av dagene og tok seg god tid rundt på arenaen, både inne og ute. NRK var til stede med flere direkte sendinger. Det var også direkte sending på TV 2 God morgen Norge, med innslag fra flere fag og med intervju av blant andre Erna Solberg, Finn Schjøll og styreleder Svein Oppegaard. 278 av 1467 medieoppslag totalt i 2018 omhandlet Yrkes-NM.



Statsminister Erna Solberg i samtale med en ung fagarbeider på Yrkes-NM 2018



Finn Schjøll besøker blomsterdekoratørene på Yrkes-NM 2018



Sekretariatsleder Elisabeth Lange i intervju med NRK Østlandssendingen, 23.10.18



Styreleder Svein Oppegaard i intervju med TV2 God Morgen Norge, 24.10.18



Kommunikasjonssjef Bjørn Ove Fjellandsbø i intervju med NRK Østlandssendingen, 25.10.18

YRKES-NM 2018 I SOSIALE MEDIER

- Facebook i perioden 15. okt – 31. okt:
Rekkevidde betalt: 20.572 personer
Rekkevidde organisk: 16.579 personer
- Antall liker-klikk: 7027
- Instagram: 17 poster

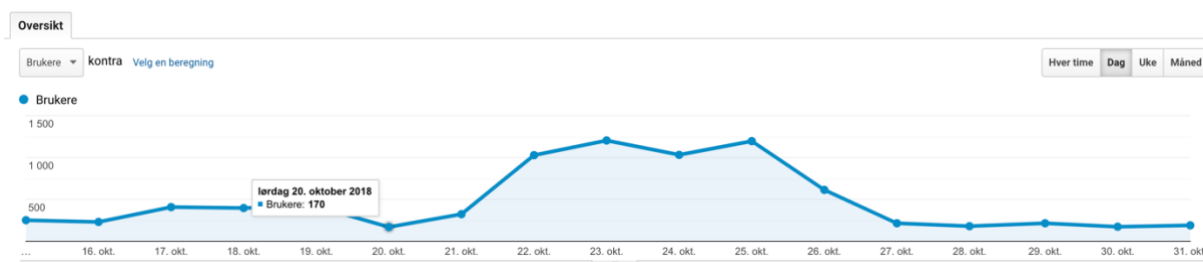
YRKES-NM 2018 PÅ WEB

Trafikk på nettsiden i perioden 15. okt – 31. okt:

- 6958 besøkende
- 27.793 sidevisninger

FAKTA OM YRKES-NM 2018

- Arrangement over 3 dager fra 23. – 25. oktober 2018
- over 300 deltakere
- Konkurransen i over 30 yrkesfag
- Cirka 20.000 m2 inne og ute
- Cirka 25.000 besøkende
- Totalt ble det utdelt 114 medaljer og 5 svennebrev i rørleggerfaget



SEMINARER UNDER YRKES-NM

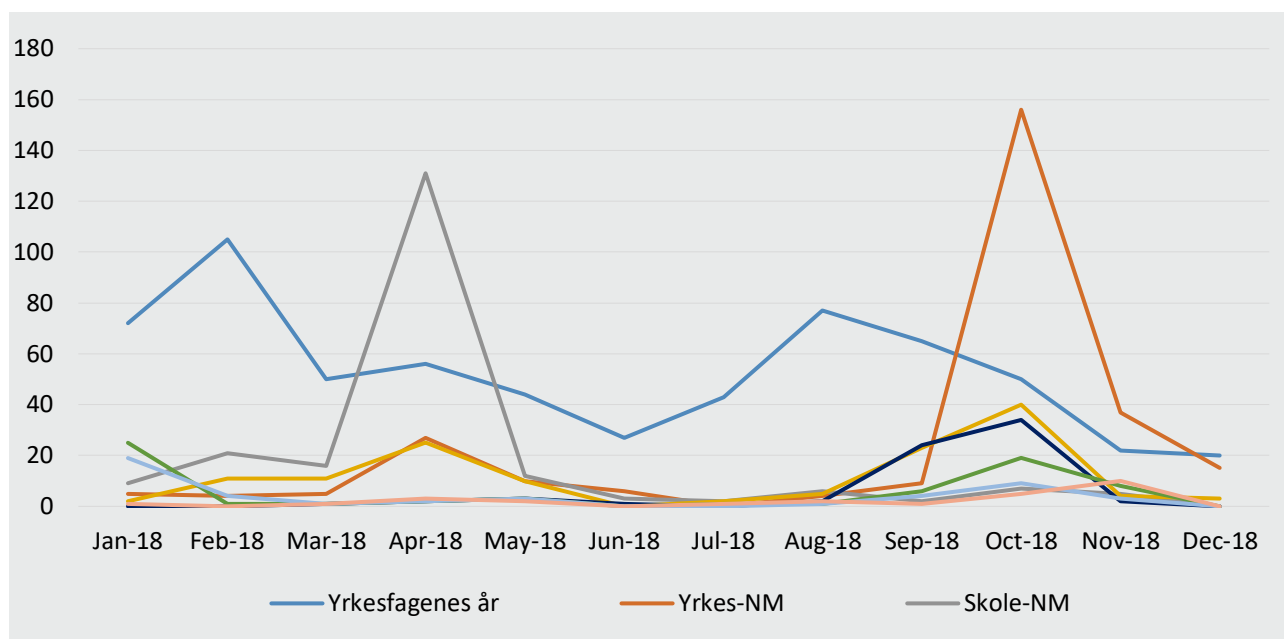
Det ble arrangert en rekke møter og seminarer under Yrkes-NM. WorldSkills Norway samarbeidet blant annet med Oslo Met, Skolenes Landsforbund og Utdanningsforbundet om et åpent seminar for lærere om kjønnsdelte utdanningsvalg i yrkesfagene. Tema var å drøfte hva som kan gjøres for å snu trenden til mer likestilte utdannings- og karrierevalg hos unge og voksne.

AVSLUTNING AV YRKES-NM 2018 OG MEDALJESEREMONI

WorldSkills Norway arrangerte felles minglemiddag med underholdning siste kvelden med ca. 500 deltakere. Avslutningsseremonien trakk fulle hus og statssekretær Atle Simonsen foretok medaljeutdelingen.



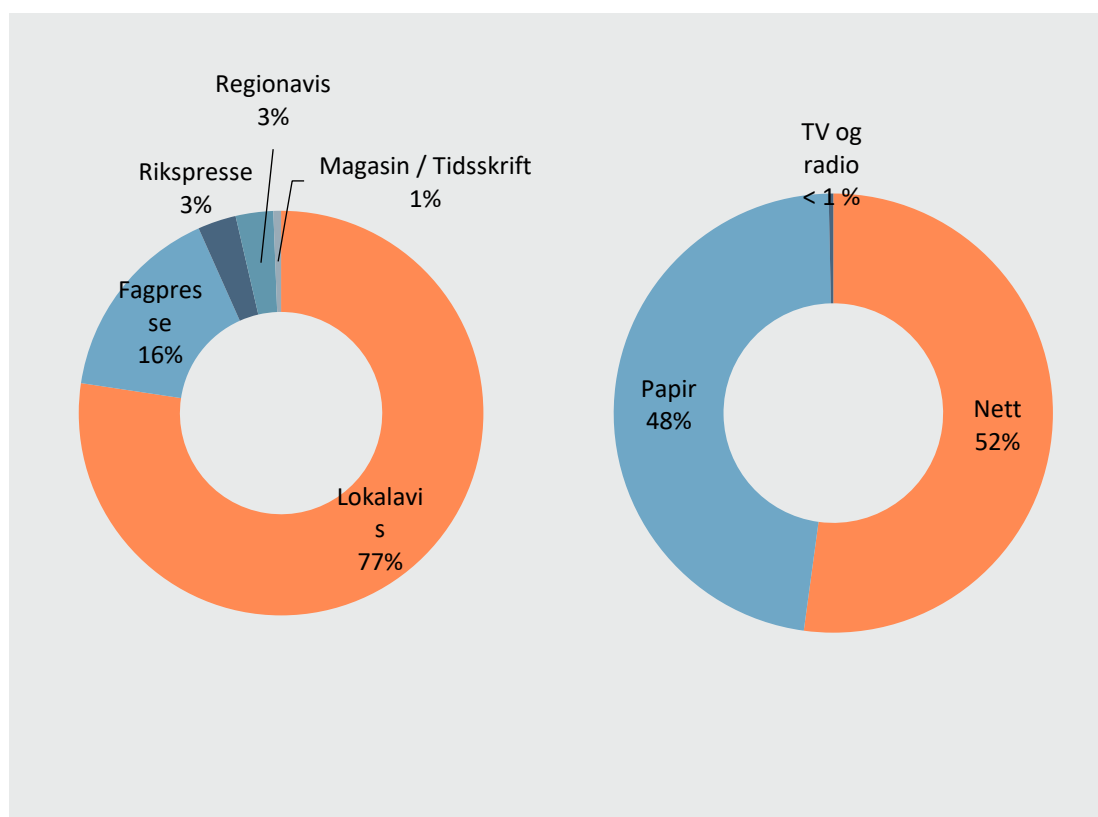
4 MEDIEDEKNING AV YRKESFAGENES ÅR 2018



Nyhetsøk / tema	Antall medieoppslag
Yrkesfagenes år	631
Yrkes-NM	278
Skole-NM	214
WorldSkills Norway	136
Yrkes-EM	69
Yrkes-VM	67
Yrkeslandslaget	46
Yrkeskonkurranse	26
Totalt	1 467

Totalt oppnådde WorldSkills Norway 1467 presseoppslag i kampanjeåret 2018, hvorav 631 av oppslagene nevnte spesifikt «Yrkesfagenes år»-kampanjen.

Av illustrasjonene på neste side ser vi at veldig mange av presseoppslagene kommer i lokalavisene (77%) og fagpressen (16%). Oppslagene fordeler seg ellers jevnt mellom papir (48%) og på nett (52%).



5 WEB-TRAFIKK OG SPREDNING I SOSIALE MEDIER

5.1 SPREDNING I SOSIALE MEDIER

- Facebook i perioden 1. jan – 31. des 2018:
Rekkevidde innlegg organisk: 33.132 personer
Rekkevidde innlegg betalt promotering: 86.700 personer
Antall liker-klikk: 7041
- Instagram i perioden 1. jan – 31. des 2018:
204 innlegg

5.2 TRAFIKK PÅ WEB

Trafikk på nettsiden i perioden 1.jan – 31. des 2018:

- 31.006 besøkende
- 150.300 sidevisninger



Vi ser tydelige besøkstopper på nettsiden i forbindelse med yrkeskonkurranser (skole-NM våren 2018, og Yrkes-EM og Yrkes-NM høsten 2018).

Den økte besøkstrafikken på høsten hadde også sammenheng med at vi da kjørte en kampanje i sosiale medier, som også resulterte i noe økt besøkstrafikk på WorldSkills sine nettsider.

6 HOLDNINGSUNDERSØKELSE (RESPONS ANALYSE)

Besvart av foreldre med barn i ungdomsskolealder (13-15 år)

“I hvilken grad tror du samfunnet er avhengig av mennesker med yrkesfag for å løse fremtidens samfunnsoppgaver»

April: 84 prosent svarer i stor grad) eller svært stor grad

November: 93 prosent svarer i stor eller svært stor grad

“I hvilken grad ser du på yrkesfag som en interessant/attraktiv karrierevei for ditt/dine barn»

April: 62 prosent svarer i stor grad eller svært stor grad

November: 61 prosent svarer i stor eller svært stor grad

Spm2. - I hvilken grad tror du samfunnet er avhengig av mennesker med yrkesfag for å løse fremtidens samfunnsoppgaver?		
Celleinnhold: Kolonne% Chi2 nivå(W):2,5	April	November
	Ja, i ungdomskolen (13-15 år)	Ja, i ungdomskolen (13-15 år)
Antall intervju	59	89
1 - I svært liten grad	0 %	0 %
2	0 %	0 %
3	6 %	2 %
4	9 %	4 %
5	13 %	26 %
6 - I svært stor grad	71 %	67 %
Gjennomsnitt	5,5	5,6

Spm. 4 -I hvilken grad ser du på yrkesfag som en interessant/attraktiv karrierevei for ditt/dine barn?		
Celleinnhold: Kolonne% Chi2 nivå(W):2,5	April	November
	Ja, i ungdomskolen (13-15 år)	Ja, i ungdomskolen (13-15 år)
Antall intervju	59	89
1 - I svært liten grad	4 %	3 %
2	7 %	3 %
3	8 %	5 %
4	19 %	20 %
5	25 %	30 %
6 - I svært stor grad	37 %	31 %
Gjennomsnitt	4,7	4,8

7 VEDLEGG

Denne rapporten har 2 vedlegg:

- Sluttrapport fra Gambit Hill+Knowlton fra Facebook-kampanjen høsten 2018
- Medierapport fra 2018 fra Retriever

SAMARBEIDSPARTNERE



HOVEDSPONSOR



WorldSkills Norway

Kampanjerapport

Høst 2018

Mål for sosiale medier-kampanjen

Kampanjen i sosiale medier skulle være et supplerende kreativt konsept til de øvrige aktivitetene i forbindelse med Yrkesfagenes år 2018.

Basert på research- og innsiktfasen vår, ble det kreative konseptet vårt: «Få et forsprang – velg yrkesfag». Kampanjen ble delt i to for å best mulig nå målgruppene:

1. Foresatte med barn i tenårene – primærmålgruppe.
2. Ungdomsskoleelever, i hovedsak niendeklassinger – sekundærmålgruppe.

Mål for sosiale medier-kampanjen:

1. Å fremme yrkesfag ved å øke kjennskapen om og anseelsen til yrkesfag.
2. Ha et tydelig viralt potensiale: Innholdet skal engasjere målgruppene ved å få dem til å like og dele innholdet i sosiale medier.
3. Etterlatt inntrykk skulle være at yrkesfag gir store fordeler både i skole- og yrkessammenheng samt i starten på «voksenlivet».

For å nå målgruppene, måtte de ulike delene i kampanjen skreddersys målgruppenes prefererte kanaler og med et gjenkjennelig og engasjerende språk og virkemiddel.

I begge deler av kampanjen var videoinnhold det fremste virkemiddelet. Video i sosiale medier er svært effektivt: Det er den formen for innhold som fanger vår oppmerksomhet og skaper mest engasjement.

Primærmålgruppe:

- Facebook ble valgt som kanal. Dette er det sosiale mediet som nordmenn mellom 35-50 år bruker i størst grad. Målgruppen lar seg lett engasjere på Facebook i form av å se videoinnhold, like, dele og kommentere.

Sekundærmålgruppe:

- YouTube ble valgt som kanal, og influencer-markedsføring virkemiddelet. Ved å la allerede anerkjente influensere blant målgruppen lage og dele innholdet i sine kanaler, ville vi sikre høyest mulig rekkevidde og engasjement.
- Tilsvarende metode brukt for rekruttering til TIP resulterte i 5% økning i søkertall og 18% økning i jenter som søkte.

Facebook

Første del
av kampanjen

Første delen av kampanjen «Forspranget» gikk fra midten av august til begynnelsen av oktober på Facebook. Denne rapporten tar kun for seg den delen av kampanjen som gikk på Facebook.

Spredningsstrategi:

- Facebook-annonser ble optimalisert for å generere flest mulig videovisninger. Samtlige seks videoer ble annonsert mot fire avtalte primærmålgrupper gjennom hele perioden og prioritert etter hvilke målgrupper og videoer som ga mest videovisninger.
- Facebook-veggen ble brukt for å engasjere følgere og åpne opp for dialog. Videoene ble distribuert i et ukentlig intervall og sponset mot ut mot relevante målgrupper.
- Både annonser og sponsede poster ble optimalisert underveis slik at kampanjen foregikk kostnadseffektivt.

NØKKELTALL

1 271 732 videovisninger.

3 078 163 visninger av annonsene.

38 694 reaksjoner, kommentarer, delinger og klikk.

535 nye følgere på Facebook.

Total rekkevidde på **842 383***.

* Rekkevidden er ikke unik. Én og samme person kan ha blitt eksponert for både poster og annonser flere ganger gjennom kampanjeperiodene.

Facebook-annonser og veggposter

ANNONSER

912 416 videovisninger.

2 347 761 visninger av annonsene.

24 193 reaksjoner, kommentarer, delinger og klikk.

Total rekkevidde på **346 631***.

*Rekkevidden er ikke unik. Én og samme person kan ha blitt eksponert for både annonsene flere ganger gjennom kampanjeperioden.



Annonsen fikk i underkant av **150 000** videovisninger og over **135** reaksjoner, kommentarer og delinger. I løpet av kampanjeperioden fikk annonsen en rekkevidde på over **122 000**.



Annonsen fikk over **118 000** videovisninger og over **80** reaksjoner, kommentarer og delinger. I løpet av kampanjeperioden fikk annonsen en rekkevidde på over **126 000**.

- Annonsene viser at WorldSkills Norway evner å bygge kunnskap og kjennskap til yrkesfag med over **910 000 videovisninger** og **895 reaksjoner, kommentarer og delinger**.
- Resultatene viser at den bredeste målgruppen med foreldre mellom 35 og 55 år fungerte best for å generere videovisninger og engasjement.
- Et interessant funn er at foreldre med høyere utdanning brukte like mye tid på hver video i snitt som de andre målgruppene.
- Best rangerte målgrupper basert på antall videovisninger:
 1. Foreldre 35 til 55 år.
 2. Egne følgere/look-a-likes.
 3. Foreldre med barn fra 13 til 18 år.
 4. Foreldre med barn fra 8 til 18 år med høyere utdanning.



VEGGPOSTER

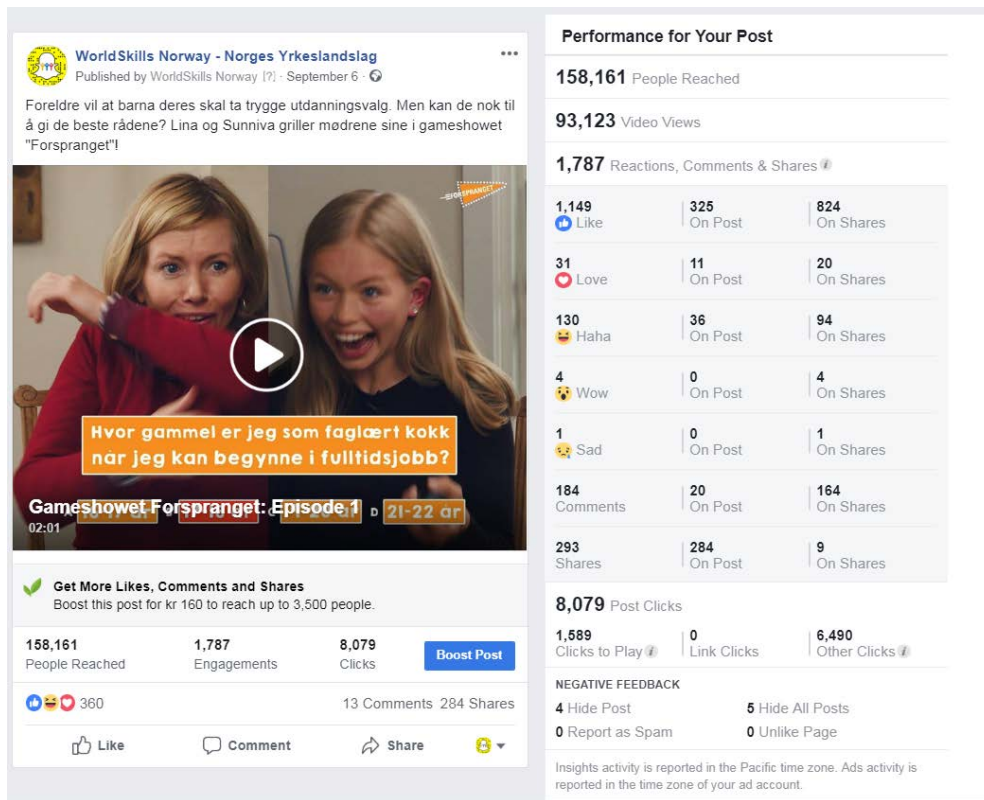
359 316 videovisninger.

730 402 visninger av postene.

14 501 reaksjoner, kommentarer, delinger og klikk.

Total rekkevidde på **495 752***.

*Rekkevidden er ikke unik. Én og samme person kan ha blitt eksponert for både poster og annonser flere ganger gjennom kampanjeperioden.



Rekkevidde: 158 161

Videovisninger: 93 123

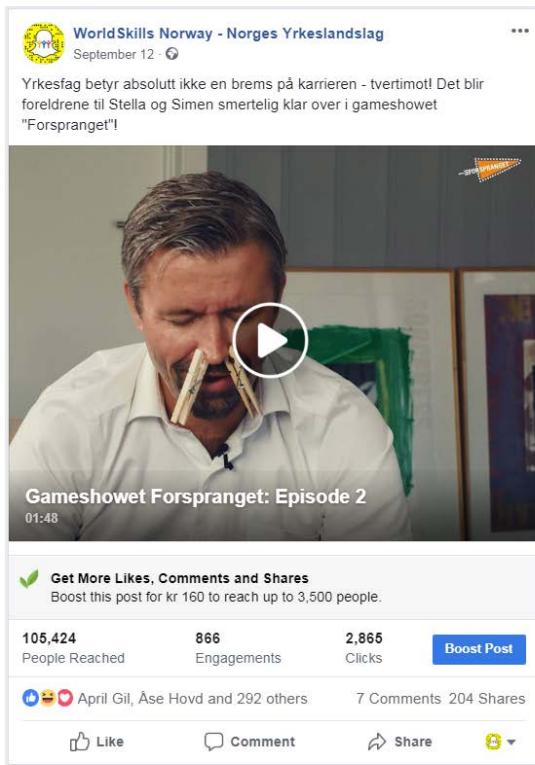
Reaksjoner: 1 315
Kommentarer: 184
Delinger: 293

Postklikk: 8 079

Kommentar:
Lanseringsposten er den veggposten med klart flest videovisninger og engasjement med nesten 1 800 reaksjoner, kommentarer og delinger.

Posten ble sponset direkte mot foreldre mellom 35 og 55 år i Norge.

- Videoene som ble postet på veggen står alene for over **350 000 videovisninger** og over **14 500 reaksjoner, kommentarer, delinger og klikk.**
- Lanseringsvideoen er den posten som gikk aller best målt i både organiske og betalte videovisninger. Dette kan ses i sammenheng med at konseptet ble tatt godt imot og det interne arbeidet for å styrke antall delinger. Videre viser det viktigheten av å velge den antatt mest engasjerende videoen først for å skape interesse for serien.
- Det er grunn til å tro at avgjørelsen om å ha korte engasjerende klipp i begynnelsen av videoene trigget interessen hos målgruppen gjennom hele kampanjeperioden. Dette kan ses i sammenheng med at hver enkelt video i snitt fikk **59 886 videovisninger.**



Oppsummering

Antall nye følgere under
kampanjeperioden: **535** (+8,32 %)





Ellen Rasmussen Ja til flere yrkesfaglærte. Flinke og arbeidsomme folk trenger vi alltid og alt kan ikke styres fra PC 😊😊

Like · Reply · Message · 5w



June Kjønnås Sander du har gjort et suverent valg 🙄

Like · Reply · Message · 5w



Jon åge Ruud gutta syns dette var stas i allefall. Kanskje gå for elektrofag? 😂

Like · Reply · Message · 1w



Sander Kjønnås Aakvik Ja ha du sett, på tåppen av listo dæres

Like · Reply · Message · 5w



Steinunn Undem Bodil Bjørgsdotter kjøre denne på et foreldremøte 😂😂😂?

Like · Reply · 1w



Ine Tranby Nybakk Uuuu, dette burde ALLE foreldre se 😡
yrkesfag<33

Like · Reply · 4w



Bodil Bjørgsdotter Ja! Men det er jo heilt sant!

Like · Reply · 1w



- I løpet av 1,5 måned ble kampanjen iverksatt, optimalisert og fullført på Facebook. Totalt skapte kampanjen nesten **1,3 millioner videovisninger** med over **38 000 personer** som **likte, kommenterte, delte eller klikket** på annonsene. På bakgrunn av kampanjen fikk WorldSkills Norway **535 nye følgere** på Facebook.
- Kampanjen viser at WorldSkills Norway evner å engasjere foreldremålgruppen og bygge kunnskap rundt yrkesfaglig utdanning i Norge.
- Av målgruppene var det «Foreldre mellom 35 og 55 år» som skilte seg ut i høyest grad med tanke på engasjement. Videre avslørte kampanjen at det ligger et potensial i å annonsere mot look-a-likes (følgere som ligner på WorldSkills sine følgere).
- Konkrete målgrupper hvor det ble segmentert på foreldre med barn innenfor ulike aldersspenn fungerte også godt under kampanjen, selv om de ikke genererte like kostnadseffektive tall for antall videovisninger og engasjement.



YouTube

Andre del
av kampanjen

Andre del av kampanjen «Få et forsprang – velg yrkesfag» gikk fra midten av oktober til begynnelsen av november på YouTube. Denne rapporten tar kun for seg den delen av kampanjen som gikk på YouTube.

YouTube-filmene er laget i reportasjestil, fargelagt av personlighetene til YouTube-influenserne, og viser autentiske møter mellom forbildene og gode representanter for yrkesfag. Filmene fokuserer på forspranget som intervjuobjektene har, sammenlignet med jevnaldrende.

Dette er innhold som er attraktivt på YouTube i dag for å nå en yngre målgruppe: 92 prosent av norske 12-17-åringer bruker nettstedet ukentlig, ifølge Kantar Media 2018.

Spredningsstrategi:

- Organisk spredning på YouTube i influensernes egne kanaler, samt støtteinnhold for å trekke følgerne inn på YouTube-kanalen i deres andre sosiale medier-kanaler.
- For å booste den organiske spredningen, kjørte vi en konkurranse med gavekort på 1000 kr som premie, som en ekstra aktivitet for å øke antall kommentarer og engasjement på videoene.

NØKKELTALL

19 029 videoavspillinger.

111 109 minutter i seertid.

5,22 minutter gjennomsnittlig seertid.

822 likes.

292 kommentarer.

Totale visninger på 209 866*.

* Videoene er eksponert så mange ganger på YouTube. Merk at det kan hende videoene er eksponert for samme person flere ganger.

Merk: Tallene er fra mandag 12. november 2018.

Film 1: Oversikt

«JEG TESTER YRKESFAG»

Youtuber Lena Rømo og yrkesfagarbeider Annar Gravråk

Lena fikk møte Annar, energimontør hos TrønderEnergi, og teste ut hans sitt liv på jobben for en dag.

12 119 videoavspillinger

435 likes

107 kommentarer



JEG TESTER YRKESFAG!!

Kanal: [LenaRedmo](#) • Opprettet: 20. okt. 2018 • Publisert: 21. okt. 2018 • Varighet: 12:31 • Personverinnstilling: Offentlig

VIDEO

☐ Vis data fra før tilknytningen til innholdseieren

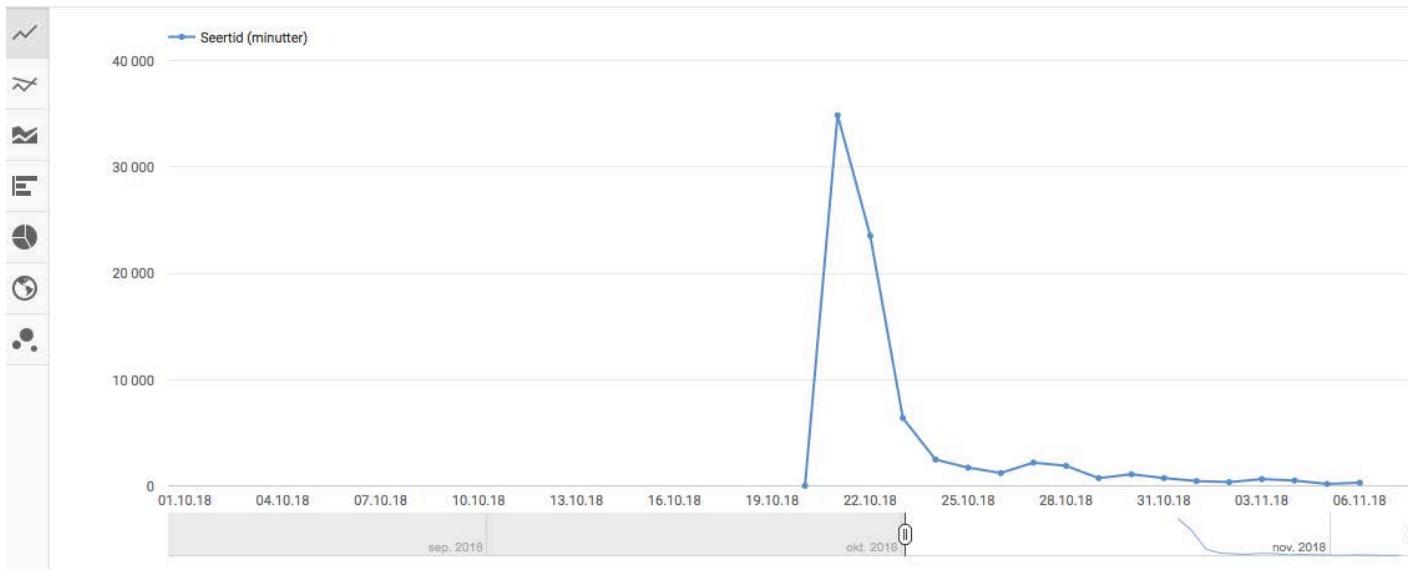
1. okt. 2018–7. nov. 2018

VISNINGER	KLIKKFREKVENNS FOR VISNINGER	AVSPILLINGER	GJENNOMSNITTLIG SEERTIDSBruk	SEERTID (MINUTTER)
147 923	5,16%	11 839	6:41	79 153

Sammenlign beregning ▾

Daglig ▾

☐ Vis økning ?



Film 2: Oversikt

«Bea Lærer: SERVITØRYRKET»

Youtuber Betariz Neves og yrkesfagarbeider Mathias Thoresen

Bea fikk møte Mathias på 23 år som er utdannet servitør, vinkelner og hovmester og fikk prøve seg som servitør for en dag.

4 204 videoavspillinger

242 likes

145 kommentarer

Film 2: Oversikt



Bea Lærer | SERVITØRYRKET

Kanal: BeasVerden • Opprettet: 25. okt. 2018 • Varighet: 11:04 • Personverninnstilling: Offentlig

VIDEO

☐ Vis data fra før tilknytningen til innholdseieren

24. okt. 2018–7. nov. 2018

VISNINGER	KLIKKFREKVENNS FOR VISNINGER	AVSPILLINGER	GJENNOMSNITTLIG SEERTIDSBruk	SEERTID (MINUTTER)
39 705	5,94%	4 108	5:18	21 832

Sammenlign beregning ▾

Daglig ▾

☐ Vis økning ?



Film 3: Oversikt

«MULTIGURU TESTER: Kontor og Administrasjon»

Youtuber Martin Isaksen og yrkesfagarbeider Ann-Kristin Birkelund

Martin fikk møte Ann-Kristin; lærling på kontor og administrasjon på AOF sitt opplæringskontor. Her fikk han prøve seg på ulike arbeidsoppgaver innenfor faget for en dag.

2 706 videoavspillinger

145 likes

39 kommentarer



MULTIGURU TESTER: Kontor og Administrasjon

Kanal: Multiguru • Opprettet: 3. nov. 2018 • Publisert: 4. nov. 2018 • Varighet: 10:56 • Personverninnstilling: Offentlig

VIDEO

☐ Vis data fra før tilknytningen til innholdseieren

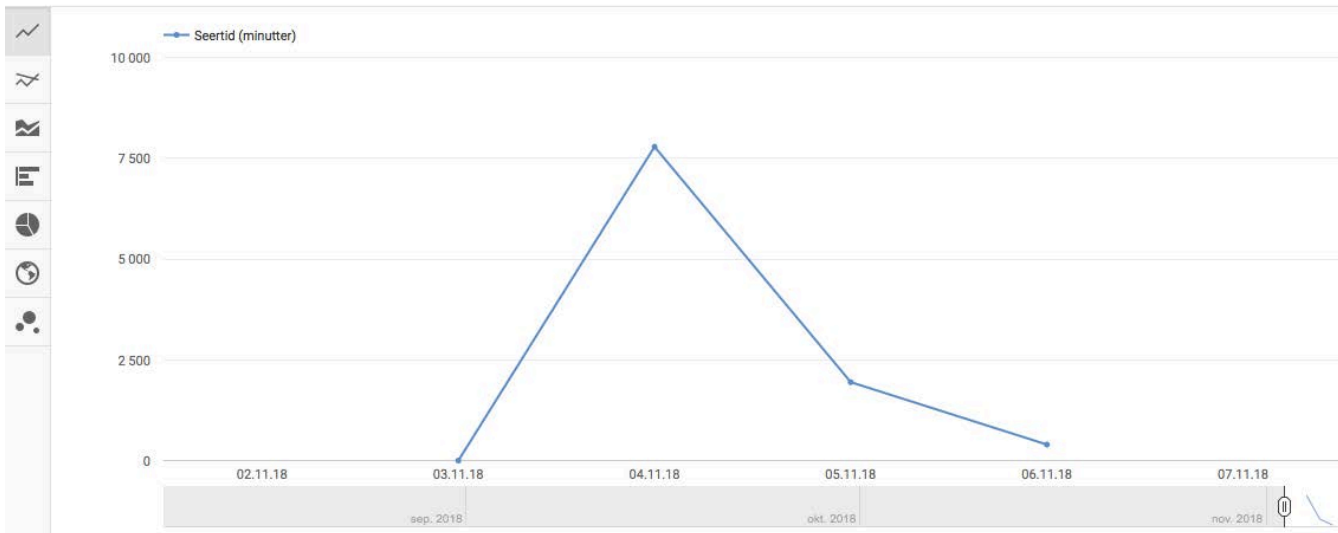
2. nov. 2018–7. nov. 2018

VISNINGER	KLIKKFREKVENNS FOR VISNINGER	AVSPILLINGER	GJENNOMSNITTLIG SEERTIDSBRUK	SEERTID (MINUTTER)
22 238	7,60%	2 456	4:07	10 124

Sammenlign beregning ▾

Daglig ▾

☐ Vis økning ?



 **sindre kristiansen** For 4 dager siden
Vil gjerne jobbe med noe innenfor administrasjon, om dette gjelder en bedrift/virksomhet eller økonomi etc. aner jeg virkelig ikke

 **KAPTEIN KUL og INGEN ANDRE** For 4 dager siden
Jeg vil drive med dyr

 **benjamin** For 4 dager siden
Bra video

 **905 Shooter** For 4 dager siden
Kunne ha tenkt meg å jobbe som vakter ass, og gå service og samferdsel, går i tiende så må bare stå på ass

 **яemain uGu** For 2 dager siden
Kunne tenkt meg å være elektriker

 **Mats hansen eide** For 4 dager siden
Eg kunne tenkt meg å jobba med fiske oppdrett på akvakultur.

 **tobmol_02** For 4 dager siden
Kunne tenkt meg å jobbe som elektriker :)

 **Luna Salve** For 2 uker siden
[#beasomservitør](#)
leonarlarsen@icloud.com

 **Sarah Tufte Jalloh** For 1 uke siden (redigert)
[#beasomservitør](#) sarahtjalloh@gmail.com

 **DeafHearing** For 2 uker siden
[#BEASOMSERVITØR](#)
Mailen; mathias.oven@gmail.com

 **Julie 123** For 2 uker siden
[#Beasomservitør](#)  haha bra video Bea 

 **Solveig Lindland** For 1 uke siden
[#beasomservitør](#)
sollindland@gmail.com

 **Nora Dahl** For 2 uker siden
Han jobber som energimontør:)

 **Martine Langli** For 2 uker siden
Han jobber som energimontør :)

 **Narina Maria** For 2 uker siden
Annar jobber som energimontør 

 **Marte Ellussen** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør:)

 **Ida Hauge** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør <3

 **Vilde pia** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør   

 **A N** For 2 uker siden
annar jobber som energimontør

 **Christina Knutsen** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør <3

 **Benedikte Wiken Hilleren** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør!

 **Hedda Sundsteigen Tangstad** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør <3

 **Elena Foss** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør 

 **Sunniva Sulen** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør 

 **Aleksa Marie** For 2 uker siden
Han jobber som energimontør:)

 **Erica Boe** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør 

 **Aurelia Karlsvik** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør   

 **Cathrine Hådem** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør:)

 **oda hofstad** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør i Trønderenergi

 **Thea Karlsen** For 2 uker siden
antar jobbe som energimontør:)

 **Martine Sofie** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør (

 **Hanna Richter Wold** For 2 uker siden
Han jobber som energimontør :)

 **Christina Knutsen** For 2 uker siden
Annan jobber som energimontør <3

 **Siren Frotvedt** For 2 uker siden
BEA du var drit flink , har selv godt kokk og servitør linjen [#beasomservitør](#) frotvedts@gmail.com

 **Frieda Schöpflin** For 2 uker siden
Du var så flink  vurderer faktisk kanskje å bli servitør.....[#beasomservitør](#) Mail: frieda.kjems.sch@gmail.com

- I løpet av 1 måned ble kampanjen iverksatt, optimalisert og fullført på YouTube.
- Totalt skapte kampanjen over **19 000 videovisninger** med over **111 000 minutter i seertid**, som viser at innholdet engasjerte følgerne. I gjennomsnitt så følgerne i **5,22 sekunder** på videoen, som er langt over det som er forventet på YouTube (vanligvis faller folk av etter 1-2 minutter).
- De tre YouTuberne var vellykkede valg, med ulike fremtoninger og personligheter. Filmene de publiserte i egne kanaler ble godt mottatt hos følgerne deres, med stort og riktig engasjement i kommentarfeltene.
- Vi opplevde litt vanskeligheter i forkant av filmene med å få på plass riktige yrkesfagarbeidere. Mer utradisjonelle og visuelt spennende yrker hadde vært ønskelig. Dette kunne ha dratt opp visningene på samtlige filmer ytterligere.



Retriever

Medierapport

WorldSkills Norway

Formålet med medieanalysen er å dokumentere hvor mange medieoppslag som nevner eller omtaler Yrkes-NM, Yrkes-EM, Yrkes-VM, Skole-NM, WorldSkills Norway, Yrkeskonkurranse, Yrkesfagenes år og Yrkeslandslaget.

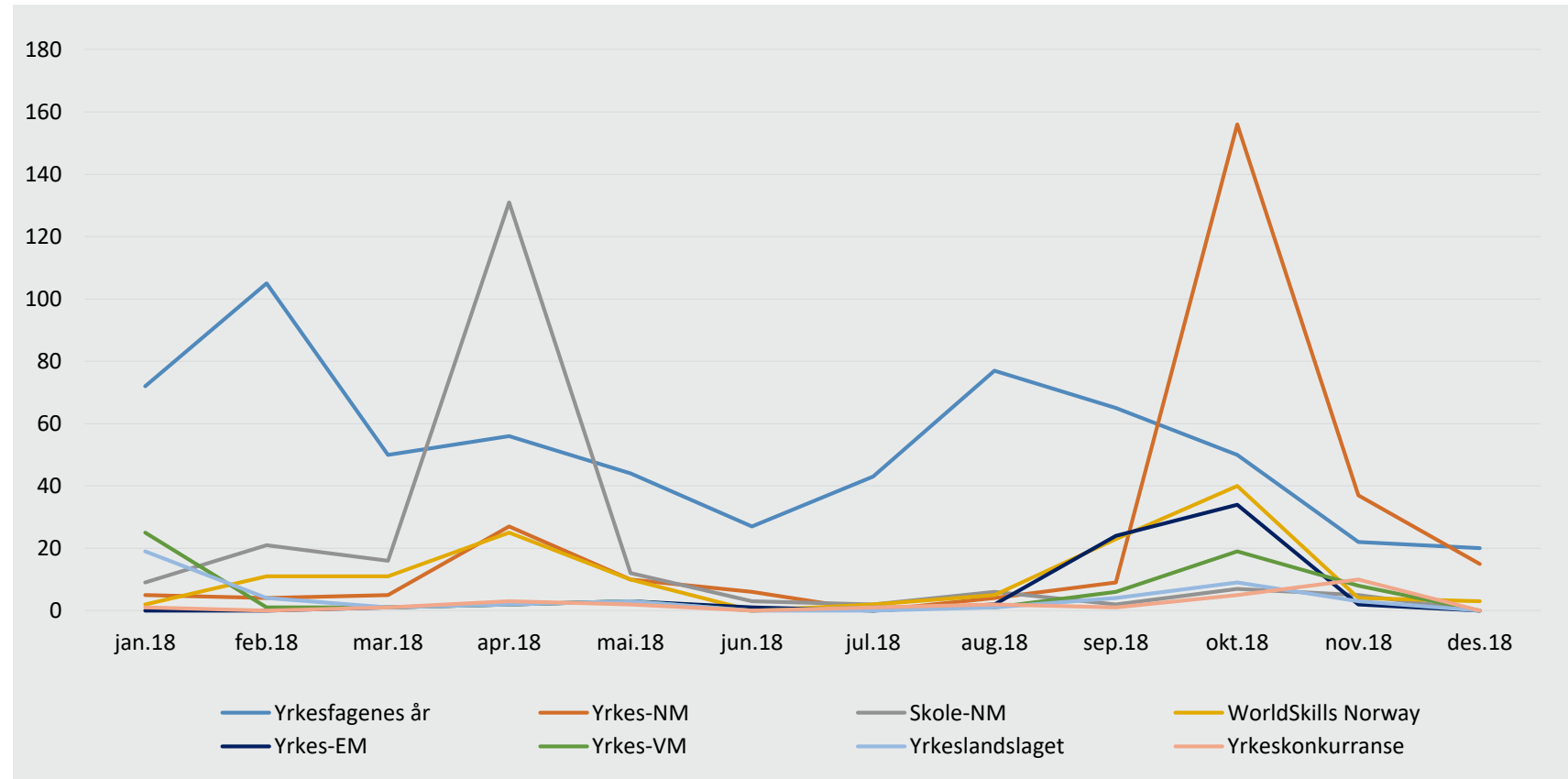
I analysen fremstilles resultatene for søkebegrepene både hver for seg og samlet.

Analyseperioden er fra og med 1. januar til og med 31. desember 2018.

Det er søkt i alle Retrievers norske redaksjonelle medier på papir, nett og TV/radio. Søkene gjøres med boolske operasjoner for å ekskludere irrelevant omtale og inkludere varianter av skrivemåter.

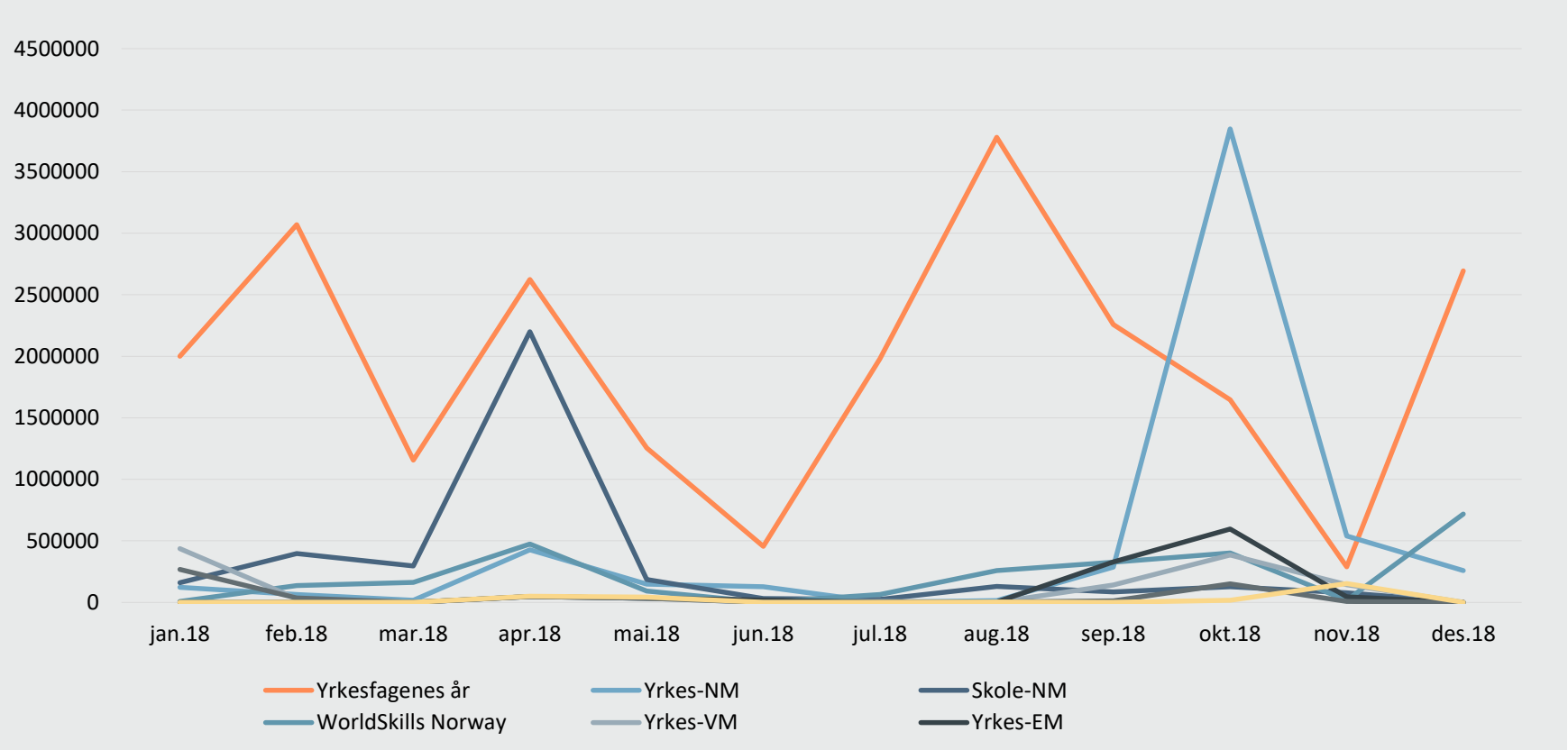
Totalt for alle søkebegreper	
Antall medieoppslag	1 467
Potensielt publikum i mill.	38,5

Antall oppslag



Antall medieoppslag	
Yrkesfagenes år	631
Yrkes-NM	278
Skole-NM	214
WorldSkills Norway	136
Yrkes-EM	69
Yrkes-VM	67
Yrkeslandslaget	46
Yrkeskonkurranse	26
Totalt	1 467

Diagrammet viser antall oppslag som omtaler eller nevner de ulike søkebegrepene per måned. Tabellen viser i hvor mange oppslag hvert søk er nevnt eller omtalt i 2018 totalt.



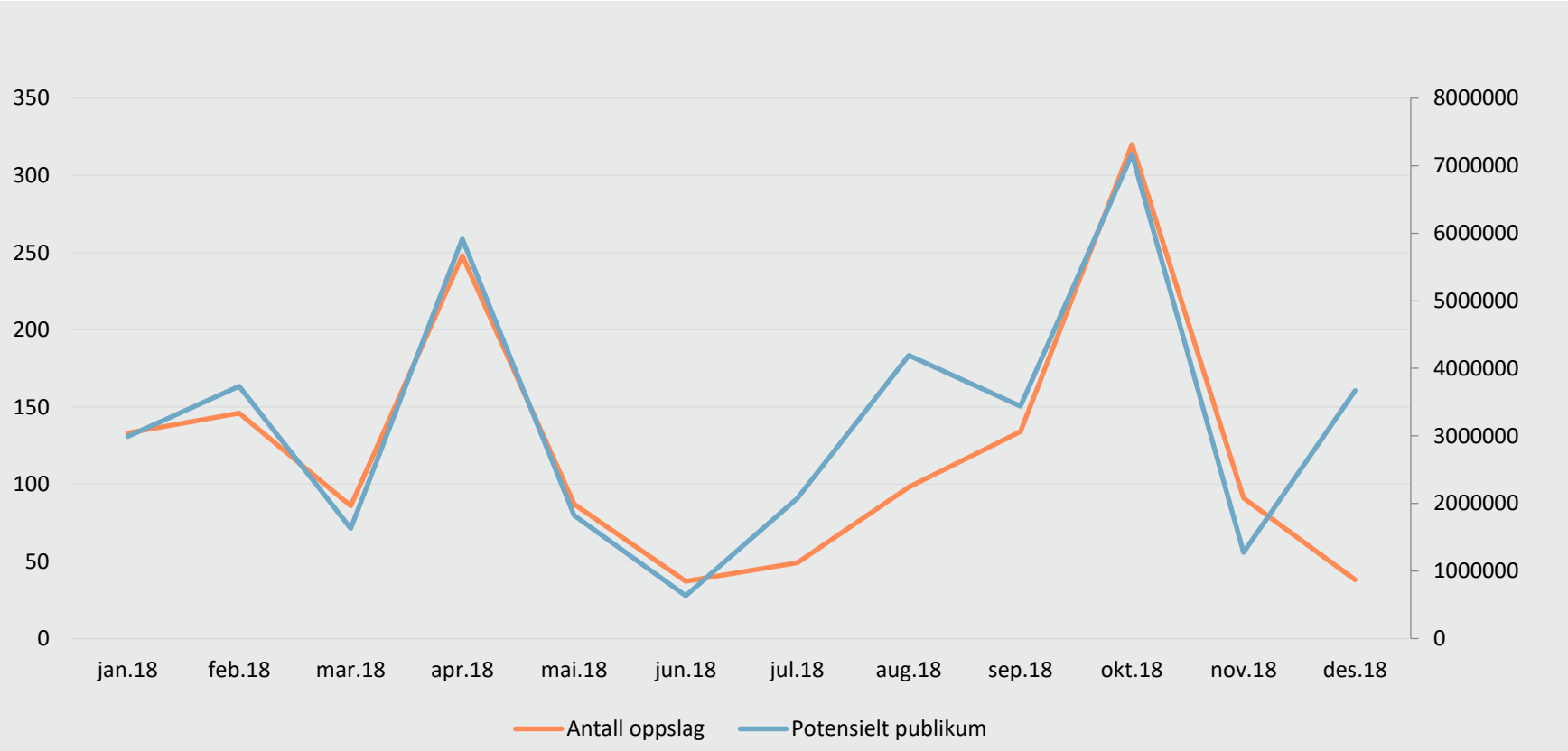
	Antall lesere, lyttere og seere i millioner
Yrkesfagenes år	23,2
Yrkes-NM	5,9
Skole-NM	3,7
WorldSkills Norway	2,7
Yrkes-VM	1,2
Yrkes-EM	1,1
Yrkeslandslaget	5,5
Yrkeskonkurranse	2,7
Totalt	38,5

Spredning er et mål på hvor stort potensielt publikum medieomtalen har. Publikumstall er oppgitt som brutttotal, basert på hva respondenter svarer at de leser av papiraviser og tidsskrift.

Kilder for norske medier er blant annet Mediebedriftenes Landsforening og Kantar TNS' Forbruker & Media. Vi tar forbehold om at enkelte kilder kan mangle lesertall, noe som skyldes at ikke alle kilder er pliktige til å oppgi lesertall. Dette gjelder i hovedsak mindre fagmedier.

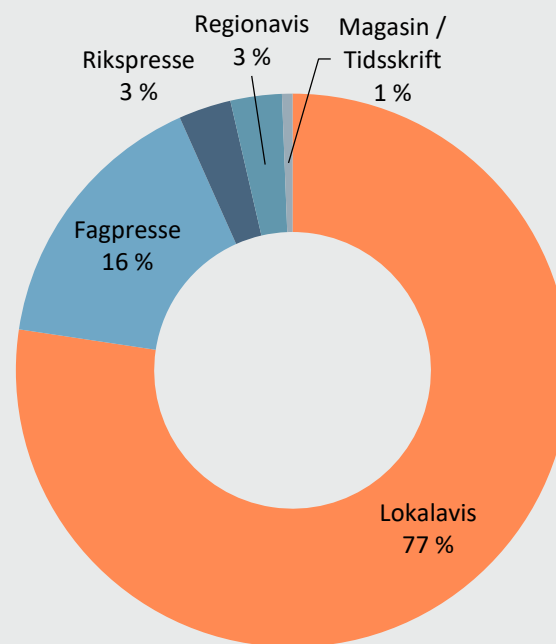
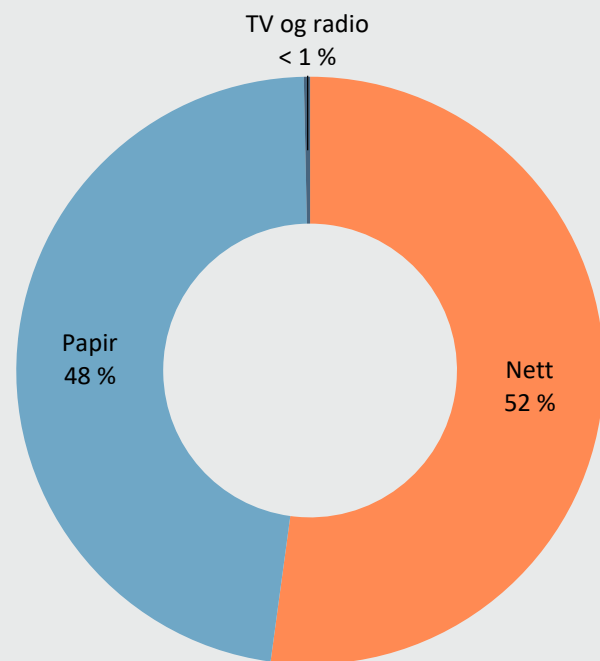
Diagrammet viser medieomtalen potensielle publikum, det vil si hvor mange lesere, lyttere eller seere omtalen kan ha nådd per måned. Tabellen viser det totale potensielle publikummet for hvert av søkebegrepene for hele 2018.

Antall oppslag og potensielt publikum totalt



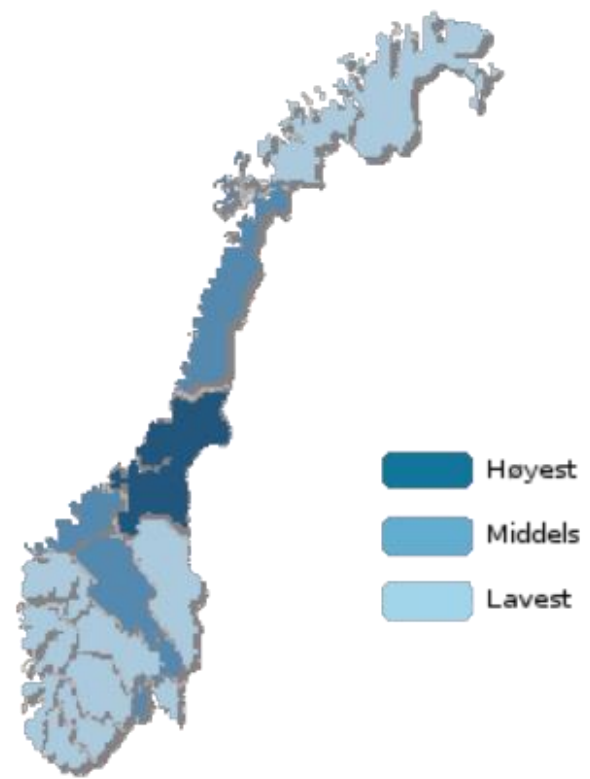
Totalt 2018	
Antall oppslag	1 467
Potensielt publikum	38,5 mill.

Diagrammet viser antall oppslag for søkebegrepene og deres totale potensielle publikum summert per måned i 2018. Tabellen viser det totale antall oppslag og potensielle publikummet for hele 2018.



Diagrammet til venstre viser hvordan medieomtalen fordeler seg på medietyper.

Diagrammet til høyre viser hvordan omtalen fordeler seg på kildekategorier.



Kartet og tabellen gir en oversikt over hvordan medieomtalen fordeler seg per fylke, basert på mediernes geografiske nedslagsfelt. Merk at enkelte regionale og lokale medier kan telle for flere fylker.

Her er riksdekkende medier, inkludert fagpresse og magasiner/tidsskrifter, ekskludert for å bedre fremheve den geografiske dekningen.

Medier fra alle fylkene publiserer stoff om ett eller flere av søkebegrepene.



Yrkes-NM
Trønder-Avisa, 27. oktober

Fylke	Antall medieoppslag
Trøndelag	110
Vestfold	95
Oppland	82
Nordland	81
Akershus	75
Møre og Romsdal	67
Rogaland	51
Finnmark	48
Troms	44
Hedmark	44
Hordaland	43
Vest-Agder	39
Aust-Agder	38
Østfold	37
Sogn og Fjordane	36
Telemark	24
Buskerud	24
Oslo	14

Medietype	Kilde	Antall
Papir	Gudbrandsdølen Dagningen	21
Nett	FriFagbevegelse.no	19
Nett	Byggeindustrien	17
Nett	Byggmesteren	15
Papir	Bladet Vesterålen	14
Nett	Anleggsmaskinen	13
Papir	Trønder-Avisa	12
Nett	Gudbrandsdølen Dagningen	12
Papir	Finnmarken	12
Nett	Trønder-Avisa Ekstra	11
Papir	Budstikka	10
Papir	Tidens Krav	10
Papir	Oppland Arbeiderblad	10
Papir	Sandefjords Blad	10
Papir	Tønsbergs Blad	10

Tabellen viser hvilke medier som har omtalt eller nevnt søkebegrepene 10 eller flere ganger i 2018.

Totalt 373 ulike medier har omtalt eller nevnt søkebegrepene.

Yrkesfagenes år, som er oftest omtalt totalt sett, blir oftest nevnt i papirutgaven til Gudbrandsdølen Dagningen (16 oppslag) etterfulgt av den samme avisens nettutgave (11 oppslag). *Yrkes- NM*, som er nest oftest omtalt, nevnes oftest i Frifagbevegelse.no, Fvn.no og Byggeindustrien.no (syv oppslag hver).



Yrkesfagenes år
Gudbrandsdølen Dagningen, 22. februar

Hvilke artikler har skapt mest engasjement på Facebook og Twitter?

Totalt engasjement	Kilde	Overskrift/lenke
11 181	VG Nett	<u>Slutt med utdanningssnobberiet - ta fagutdanningene på alvor</u>
2 062	Anleggsmaskinen.no	<u>Norgesmester!</u>
2 029	NRK.no/Østlandssendingen	<u>Flere slåsskamper på stor yrkesmesse for ungdom - én sendt til sykehus</u>
2 015	NRK.no	<u>Flere slåsskamper på stor yrkesmesse for ungdom - én sendt til sykehus</u>
1 791	Aftenposten.no	<u>Vi trenger flere fagarbeidere</u>

Flere slåsskamper på stor yrkesmesse for ungdom – én sendt til sykehus

Politiet melder om svært dårlig stemning blant flere ungdommer på Hellerudsletta i Skedsmo. Flere ungdommer begynte å slåss og en gutt ble sendt til Ahus med alvorlig hjernerystelse.



Inisaar Ali
Journalist

Kaja Skaude Mikalsen
Journalist

Hansrøtte Mordt
Journalist

Publisert 25. okt. 2018 kl. 11:46
Oppdatert 30. okt. 2018 kl. 10:53

Yrkes-NM
Nr.k.no/ostlandssendingen,
25. oktober

2 029 kommentarer, delinger eller likerklikk på Facebook og Twitter



Slutt med utdanningssnobberiet – ta fagutdanningene på alvor

Yrkesfagenes år
VG Nett, 16. desember

11 181 kommentarer, delinger eller likerklikk på Facebook og Twitter



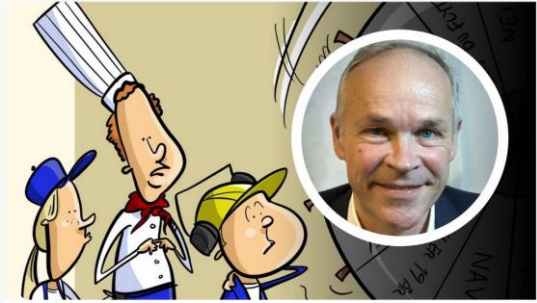
Norgesmester!

Yrkes-NM
Anleggsmaskinen.no, 25. oktober

2 062 kommentarer, delinger eller likerklikk på Facebook og Twitter

Vi trenger flere fagarbeidere | Jan Tore Sanner

Fordommene som yrkesfagelever beskriver på Si iD, er både tankevekkende og skremmende.



Yrkesfagenes år
Aftenposten.no,
1. februar

1 791 kommentarer, delinger eller likerklikk på Facebook og Twitter



PÅ MEDIAUTDELING: Yrkesfagsambassader Marco Elisafadi, statssekretær i kunnskapsdepartementet Albe Simonsen og sekretariatsleder for WorldSkills Norge Lange. Foto: Leif Rønne Kinnas

Her er alle vinnerne i yrkes-NM

Yrkes-NM

Frifagbevegelse.no, 26. oktober

SI DET I VG:

«Et land som ikke er i stand til å utdanne folk til å bygge, reparere og vedlikeholde samfunnets infrastruktur, vil på sikt bli en fattig nasjon.»

Vi har alle et ansvar for å sikre ryddige forhold i arbeidslivet.

KRONIKK

ELISABETH LANGE, statssekretær i kunnskapsdepartementet

Det er viktig å huske på at vi lever i et land som er avhengig av infrastruktur. Hvis vi ikke har nok kvalifiserte arbeidere til å bygge, reparere og vedlikeholde infrastruktur, vil vi på sikt bli en fattig nasjon. Derfor er det viktig å sikre at vi har nok kvalifiserte arbeidere til å bygge, reparere og vedlikeholde infrastruktur. Dette kan vi gjøre ved å investere i utdanning og opplæring. Det er også viktig å sikre at vi har nok kvalifiserte arbeidere til å bygge, reparere og vedlikeholde infrastruktur. Dette kan vi gjøre ved å investere i utdanning og opplæring.

Yrkesfagernes år VG, 2. august

Nils (21) og Kjetil (22) gikk til topps i EM

Kunne endelig slippe jubelen løs.

JULIA HORN
relaksjon@nord.no

Over 500 deltakere fra 28 land deltok i WorldSkills Europe (Yrkes-EM) i Budapest helgen, hvor temaet var «Takterasse og vannfordreynings». Vi satser på gull, sa Nils Karjetta (21) fra Sandefjord før han og Kjetil Sigurd Marius Schwach (22) fra Åsgårdstrand dro til Budapest.

Lørdag kveld var resultatene klare, og guttene fra Vestfold kunne juble over gull i Yrkes-EM.

I konkurransen skulle de lage en takterasse, komplett med vegetasjon, vann og møbler og som var tilrettelagt for blant annet fugler og insekter.

Gjennom hele konkurransen lå gutta veldig godt an, og dommerne likte resultatet så godt at de kronet det med gull. Skriver Cathrine Westlie Tidal, kommunikasjonssjef for Norsk Industri, i en pressemelding.

I tillegg ble vi femte beste nasjon, og best i Norden.

Vi er kjempefornøyde. Vi er femte beste land i Europa og best i Norden. Det norske laget har gjort en strålende innsats, med en gjennomsnittlig poengsum på 710 poeng. Målet for Norge var minst tre på pallen, og at minst halvparten skulle oppnå over 700 poeng. Vi er godt over dette. Jeg er kjempetolt av alle deltakerne, sier sekretariatsleder Elisabeth Lange i WorldSkills Norway.

JUBEL: Kjetil Sigurd Marius Schwach (til venstre) og Nils Karjetta kunne slippe jubelen løs og storme mot seierspallen.

FOTO: WORLDSKILLS NORCE

WorldSkills Norway / Yrkes-EM Sandefjords Blad, 2. oktober

De sliper kokkeknivene

Når Turas Skills starter i Budapest stiller Norge med coach fra Namdals- og kokk fra Leka

De sliper kokkeknivene. Det er det som skjer i Budapest når de to beste kokkene fra Norge møter opp til EM i kokk. De to beste kokkene fra Norge er Ruben Høie og Bjørn Akerholt. De to beste kokkene fra Norge er Ruben Høie og Bjørn Akerholt. De to beste kokkene fra Norge er Ruben Høie og Bjørn Akerholt.

Yrkes-EM / Yrkes-VM Namdalsavisa, 18. september

Europamestere inntar park- og anleggsmessen på Lillestrøm

Glade vinnere med fremre og strøteapparat etter seieren i Euro Skills i Budapest tidligere i høst. Fra venstre Ruben Høie, Anleggsgartnerfirma Sandman, sinner Bjørn Schwach, Ragna Berg, SORNBIL, sinner Nils Røysund og Bjørn Akerholt, Brennstoffsalvør/Akerholt, Søren & Lund. Foto: Line Steinhilund/SKA

Yrkes-EM Bygg.no, 19. november

Foreldrene må på banen

AKTUELL ELISABETH LANGE
SEKRETARIATSLIEDER I WORLDSKILLS NORWAY

Elisabeth Lange i WorldSkills Norway gleder seg over at andelen som søker yrkeslag øker, men hun mener foreldrene må bidra til å bryte mytene.

Foreldrene er kanskje de største mytterne. Vi vet at det er mange foreldre som er skeptiske til yrkesutdanning. Men det er viktig å bryte disse mytene. Vi må få foreldrene til å forstå at yrkesutdanning er en god måte å utdanne på. Vi må få foreldrene til å forstå at yrkesutdanning er en god måte å utdanne på.

WorldSkills Norway Finansavisen, 31. august

Tok knivskarpt NM-gull i treskjæring på Dovre

Skolet-NM, Gd.no, 13. april

Krever at utstyrsstipendet for yrkesfagene økes

Eleverorganisasjonen krever at utstyrsstipendet for yrkesfagene økes. Fortsatt må elever på yrkesfag punge ut med tusenvis av kroner for å ha råd til alt utstyret de trenger, sier leder Agathe Waage.

Kristine Haass Larsen
Journalist

Thor-Albert Frøland
Journalist

Lars Denvold-Myhre
Journalist

Publisert 31. jul 2018 kl. 06:35

Retriever

Gro Svalastog

Media Analyst
gro.svalastog@retriever.no
+47 970 24 922

Retriever Norge

Langkaia 1
0150 Oslo
post@retriever.no