



Til: Fakultetsstyret ved Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet

Sakstype: Orienteringssak
Saksnr.: 35/26
Møtedato: 12.10.2026
Notatdato: 22.09.2026
Saksbehandler: Merethe Alm

Studentrekrutteringskampanje MN

Bakgrunn

Ungdomskullene er i nedgang, og en mindre andel av elevene i videregående skole velger fordypning i realfag. Samtidig er myndighetenes forventning til at vi skal levere på våre fagområder stadig større. For å møte disse utfordringene har MNs dekanat besluttet å bevilge kr. 1 000 000,- årlig over tre år til studentrekrutteringskampanje. Tiltaket skal synliggjøre og posisjonere Universitetet i Oslo som en ledende utdannings- og forskningsinstitusjon innenfor våre fagområder, med særskilt vekt på livsvitenskap og teknologi. Kampanjen skal rette seg spesielt mot søkere til høyere utdanning og deres omgivelser.

Etter en minikonkurranse var det kampanjebyrådet Tibe som vant anbudet. Det er inngått en avtale som gjelder for ett år, med opsjon på ytterligere to år. Tibe er for øvrig det eneste byrået som har rammeavtale for mediekjøp, og fakultetet ser det som en fordel at samme byrå holder i begge disse leddene.

Hovedproblemstillinger

Kampanjen bygger en bro mellom den indre driven; nysgjerrighet og ønske om å skjønne sammenhenger, og den ytre relevansen; at samfunnet trenger folk som kan bruke denne kunnskapen til å løse komplekse problemstillinger. Den interne kampanjeplattformen (uttalt budskap) vil være at MN utdanner hjernene vi trenger i fremtiden. Annonsene vil vise at MN gir studentene kunnskapen vi skal leve av i fremtiden. Oppfordringen vil være å studere et gitt studieprogram ved Norges beste universitet.

Kampanjen annonseres i sosiale medier mot målgruppen 18 til 24 år. I tillegg vil det bli skrevet egne artikler som annonseres mot foreldremålgruppen i sosiale medier og som annonsørinnhold på ulike nettsteder.

Nærmere orientering vil bli gitt i møtet.