

Jubileumsaktiviteter

100-årsjubileet har vært markert ved flere anledninger gjennom 2013. Både interne og eksterne målgrupper har lært mer om NRL og rørbransjens betydning i samfunnet.

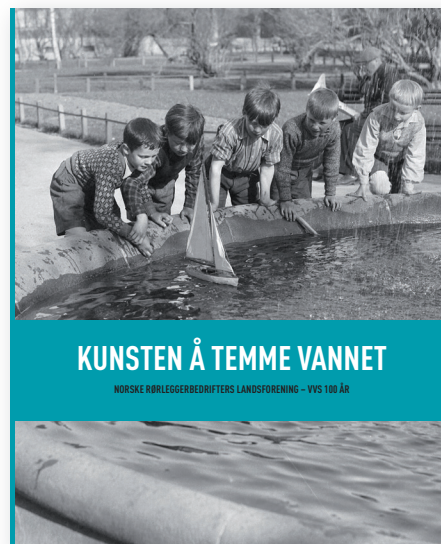
KUNSTEN Å TEMME VANNET

Like før jul 2013 utga NRL en flott jubileumsbok, ført i pennen av dramatiker og forfatter Kjell Kristensen.

Siden organisasjonen ble etablert i 1913 har både samfunnet og NRLs rolle gått gjennom en betydelig endring. For 100 år siden kommuniserte organisasjonen

hovedsakelig til sine egne. I dag jobber NRL like mye rettet mot aktører utenfor bransjen som internt.

Jubileumsboka tar for seg fagets- og organisasjonens utvikling gjennom historien, og knytter 100 års utrettelig kamp for rørleggerfagets interesser og omdømme opp mot endringene i samfunnet for øvrig.



RØRLEGGERE GA RENT VANN I JUBILEUMSGAVE

I løpet av jubileumsåret 2013 samlet NRLs medlemsbedrifter, administrasjon og samarbeidspartnere inn 200 000 kroner til Plans GIVE ME 5-prosjekt i Senegal. Denne givergleden har bidratt til at Plan har kunnet slutføre et viktig prosjekt for barns overlevelse i et land der ett av ti barn dør før fylte fem år, blant annet som følge av skittent vann.

Verdens viktigste aksjon ble den kalt fordi

den satte søkelyset på en helt grunnleggende ressurs for et velfungerende samfunn. Nemlig rent vann. En selvfølge for nordmenn i dag, men ikke like selvfølgelig da NRL ble dannet for 100 år siden. Dermed passet aksjonen godt som et jubileumstiltak. Startskuddet for jubileumsaksjonen gikk på Verdens vannndag 22. mars, en FN initiert merkedag som markeres over hele verden. Målet var å samle inn minst NOK 100.000 til PLANs prosjekt "GIVE ME 5" i Senegal. Prosjektet omfatter vaksinerings,

Generalsekretær i Plan Norge, Olaf Thommesen, mottar sjekken på 200.000 NOK fra NRLs adm.dir Tor Backe.

medisiner og rent vann slik at flere barn får oppleve sin 5-årsdag. Prosjektet i Senegal er nå fullført, blant annet som følge av NRL-bedriftenes bidrag til prosjektet. Penger har vært samlet inn gjennom DM til bedrifter, engasjement på Facebook og egne aktiviteter på bransjesamlinger. Aksjonen har også fått mye oppmerksomhet både i eksterne og interne medier.