



Trendplaat Algemene informatie trendonderzoek

Communicatie, media en design

Wat zijn de belangrijkste ontwikkelingen voor de dossiers:

- AV-productie
- Mediamanagement
- Mediaredactie
- Ruimtelijke vormgeving
- Stand- en decorbouw
- Mediamaken
- Printmedia
- Mediavormgeving
- Signmaking

Ga naar trendrapportage.s-bb.nl/ictci voor de **volledige** trendrapportage.

Contact:
ABD-trendteam
trendonderzoek@s-bb.nl

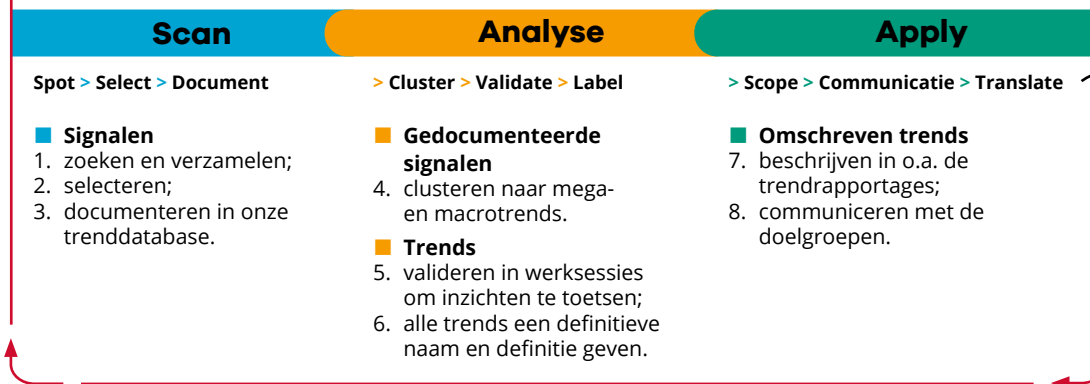


Waarom?

Met trendonderzoek achterhaalt SBB;

1. Wat de **impact van trends en ontwikkelingen is op het werkveld** waar de mbo'er voor wordt opgeleid,
2. Wat dit betekent voor de **benodigde vaardigheden en taken** van de toekomstige beroepsbeoefenaar.

Hoe?



Voor wie?

- **Partners**
- **Beroepsonderwijs**
- **Bedrijfsleven**
- **SBB**
- **Studenten**

Trendinformatie wordt toegepast voor:

- trendpresentaties;
- werksessies;
- vernieuwing van kwalificatiedossiers;
- beroepsonderzoek;
- doelmatigheidsrapportages;
- branchebeelden;
- themasessies met sectorkamers en marktsegmenten;
- beleidsvraagstukken en gesprekken met diverse stakeholders.

De 'trendstructuur' wordt toegepast om samenhang binnen de trendrapportages te borgen. Deze structuur fungeert als kapstok voor alle trendrapportages.



Clusters

Een cluster is het geheel van bij elkaar horende arbeidsmarktrends die we in meerdere sectoren tegenkomen. Clusters hebben een robuuste basis waardoor ze goed voorspelbaar zijn en veelal een langdurige impact hebben op de arbeidsmarkt.

Trends

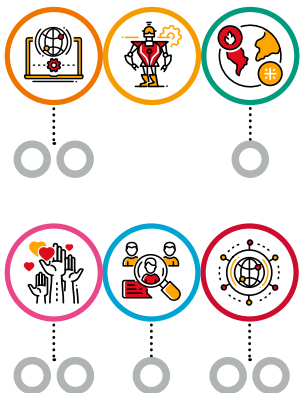
De trends zijn ontwikkelingen op middellange termijn en een doorvertaling van de clusters per marktsegment op dossierniveau. Er kunnen meerdere trends worden beschreven per cluster. Elke trend wordt toegespitst op dossierniveau.



Trendplaat Uitleg clusters

Clusters

Welke clusters hebben een langdurige impact op de arbeidsmarkt? De invulling van een cluster kan per marktsegment verschillen.



Smartification

Steeds meer apparaten in ons dagelijks leven zijn online verbonden, waardoor we een overvloed aan data verkrijgen. Bedrijven en individuen zetten deze data steeds slimmer in om onze levens gemakkelijker en veiliger te maken voor taken die geautomatiseerd kunnen worden door digitalisering. Computers kunnen dankzij smart automation, computeralgoritmes en deep learning handmatige en cognitieve routinematige taken automatiseren.



Co-botisering

Het samenspel tussen robots en de mens komt binnen diverse werkzaamheden steeds meer centraal te staan. Robots bieden tal van voordelen: ze maken processen efficiënter en fysieke taken minder arbeidsintensief. Ze zijn er in allerlei vormen (zoals drones, 3D-printing, deeplearning camera's) en kunnen dankzij uitgekiende sensoren situaties steeds beter aanvoelen en erop reageren. Co-bots en exo-skeletten, ondersteunen de mens; ze maken het werk lichter en veiliger.



Duurzame wereld

Er komen steeds meer mogelijkheden om de maatschappij anders in te richten, met meer aandacht voor natuur en welzijn. De mens zal op een andere manier gaan produceren en consumeren, met als doel lokale productie (proconsumptie) en om de CO2-uitstoot te verminderen. Bedrijven die geen rekening houden met het milieu en met arbeidsomstandigheden tijdens de productie van goederen lopen het risico op imagoschade, wat economisch een grote impact kan hebben.



Humanisering

In de veranderende maatschappij staan individuele waarden en behoeften nadrukkelijker centraal. Burgers krijgen meer eigen regie en dienen steeds meer zaken zelf te regelen. Deze vorm van empowerment vertaalt zich in een grotere behoefte aan maatwerk en personalisering van producten en diensten. Bedrijfsstrategieën veranderen en bewegen steeds meer mee met de (kritisch geworden) consument, die meer zelfsturend is in kennisverrijking en keuzegedrag.



Participatie-economie

De flexibele schil van bedrijven neemt in omvang toe. Dit zorgt voor meer individualistische vakkennis, waardoor samenwerken met andere specialisten aan belang toeneemt. Deze gelegenheidssamenwerking heeft een tijdelijke insteek, die bedrijven flexibel invullen. Contracten zijn minder vast en gestructureerd, maar de kwaliteit is gewaarborgd. De platformeconomie ondersteunt deze beweging en maken flexibele dienstverlening mogelijk (zoals 'software-as-a-service' en 'pay per use' service concepten).



Marktontschotting

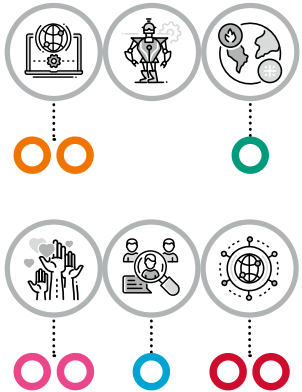
Door de digitalisering is het bereik van markten groter en internationaler. Maar er zijn ook signalen van (de)globalisering: lokale productieprocessen worden opgezet en verminderen afhankelijkheden. Ook ontstaan er andere vormen van ketensamenwerking, om de klant sneller te bedienen. Mede door personeelstekorten moeten we taken anders verdelen, ketens verkorten en taken uitbesteden aan werknemers met een andere functie.



Trendplaat Trends & impact werkveld Communicatie, media en design

Trends

Welke trends hebben een middellange termijn impact? Klik op de trendtitel en lees online verder.



Smartification

Hybride realiteit

Onze offline en online levens versmelten steeds meer en onze communicatie wordt steeds meer hybride. Technologische innovaties, zoals VR, AR, AI en Web3, faciliteren deze hybride realiteit. Kennis en ervaring met deze innovaties openen allerlei creatieve mogelijkheden.

Slimmer met data

Het combineren van gebruikersdata zorgt voor meer inzicht in communicatiebereik en op maat communicatie. AI kan steeds beter ondersteunen in het creatieve proces, zoals met het creëren van beeld of tekst. Het is van belang om kennis te hebben van de mogelijkheden die data bieden in het creatieve proces.



Duurzame wereld

Circulaire economie

Door slimme ontwerp oplossingen, betere inkoop en innovatief hergebruik van materialen ontstaat een ontwerp- en productieproces met minder afval. Kennis van duurzame materialen, keurmerken en ketensamenwerking helpen om een circulair maakproces te bewerkstelligen.



Humanisering

Beleving

Storytelling is essentieel om doelgroepen in een totaalbeleving mee te nemen. Belangrijke onderdelen zijn een goed uitgewerkt concept, het prikkelen van de zintuigen en eventuele ondersteuning door technologische toepassingen. Kunnen samenwerken met andere disciplines aan een totaalconcept is essentieel.

Personalisering

Er komt steeds meer nadruk komen te liggen op het individu. Als ontvanger van communicatie en als werknemer wil men gezien en gehoord worden. Klantgericht kunnen werken wordt belangrijker en ook het kunnen zien en ontplooiën van de eigen talenten als werknemer.



Participatie-economie

Flexibilisering

Veel organisaties werken met een netwerk van gespecialiseerde mensen die ze naar gelang kunnen worden ingehuurd. Flexibilisering gaat ook over vrijheid in waar en hoe te werken, zoals aangepaste werktijden of zelfs een levensstijl als digitale nomade. Dit vraagt om zelfdiscipline en ondernemende vaardigheden.



Marktontschotting

Branchetransformatie

Door de coronacrisis verschoven bedrijven hun aandacht naar online communicatie door bijvoorbeeld virtuele services aan te bieden of een overstap naar de interieurbouw te maken. Hierdoor schuiven dossiers steeds meer naar elkaar en zijn de grenzen minder duidelijk. Snel kunnen omschakelen naar een andere sector vraagt om flexibiliteit en openheid.

Teamverschuiving

Er is tegenwoordig een veelheid aan functieomschrijvingen en de grenzen hiervan vervagen. Technologische veranderingen kunnen taakverschuiving een stimulans geven, bijvoorbeeld nieuwe ontwikkelingen in software. Het wordt belangrijker om de eigen specialisatie als onderdeel in het grotere geheel te kunnen begrijpen en een helikopterview te hebben bij teamprojecten.



Meer lezen? Scan voor de volledige trendrapportage!