

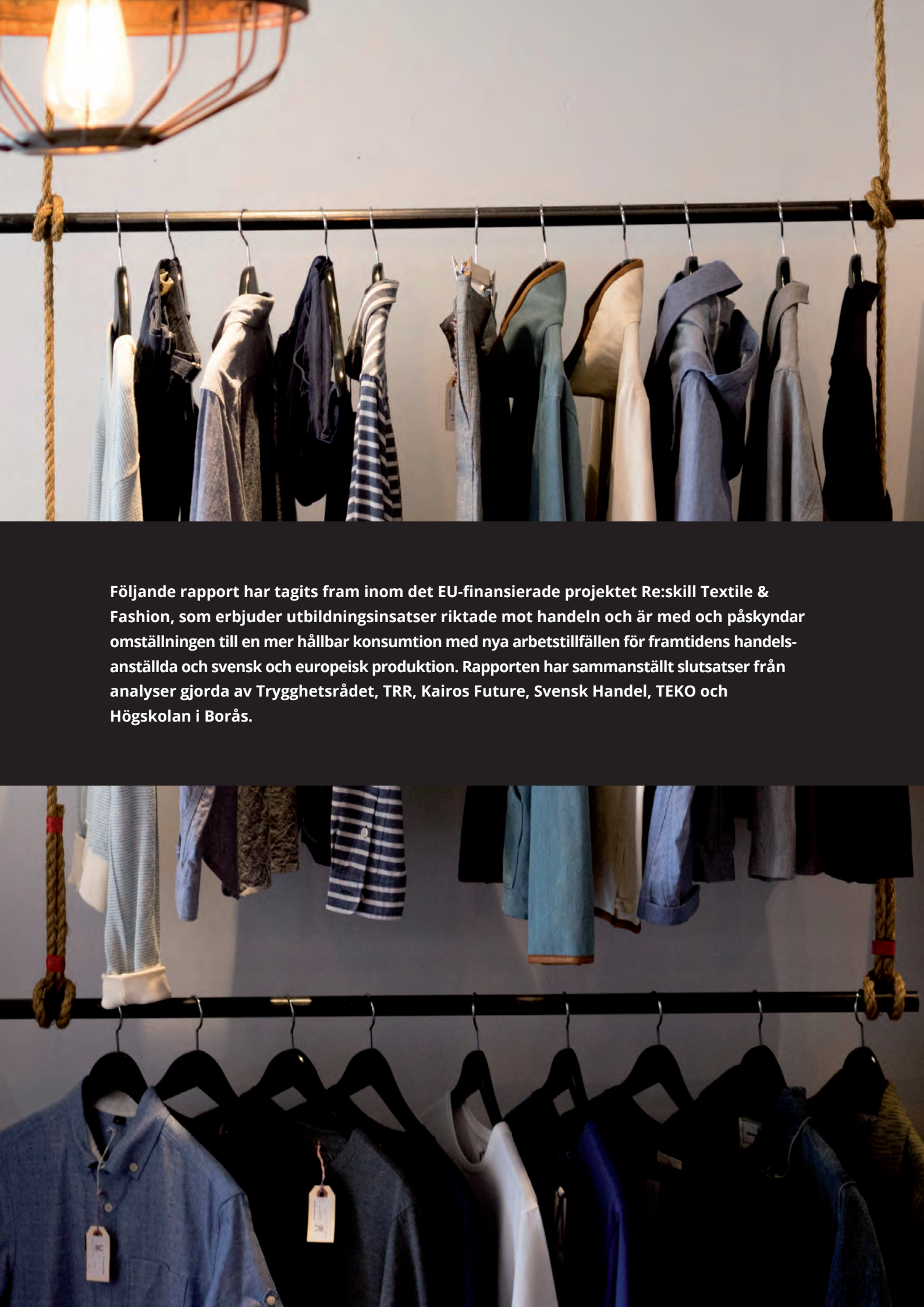


HÅLLBAR, KREATIV OCH MEDVETEN

SÅ FORMAR VI FRAMTIDENS
TEXTIL- OCH MODEBRANSCH

re:skills

TEXTILE & FASHION



Följande rapport har tagits fram inom det EU-finansierade projektet Re:skill Textile & Fashion, som erbjuder utbildningsinsatser riktade mot handeln och är med och påskyndar omställningen till en mer hållbar konsumtion med nya arbetstillfällen för framtidens handelsanställda och svensk och europeisk produktion. Rapporten har sammanställt slutsatser från analyser gjorda av Trygghetsrådet, TRR, Kairos Future, Svensk Handel, TEKO och Högskolan i Borås.

Innehåll

INLEDNING	5
BRANSCHOMDANANDE TRENDER OCH HÄNDELSER	7
DIGITALISERING	7
GLOBALISERING	7
AUTOMATISERING OCH NY TEKNIK	7
DEMOGRAFI OCH GENERATIONSIDEAL	7
HÅLLBAR UTVECKLING	9
CORONA-PANDEMIN	9
TEXTIL- OCH MODEBRANSCHEN I FRAMTIDEN	11
REPARERA, ÅTERANVÄND, ÅTERVINN	11
NYA AFFÄRSMODELLER	11
MATERIALUTVECKLING OCH MEDVETNA MATERIALVAL	13
LOKAL, SMÅSKALIG PRODUKTION – STORYN BAKOM EN PRODUKT	13
BRANSCHGLIDNING OCH SAMARBETEN	13
STÖRRE SAMSPEL MÄNNISKA - TEKNIK	15
GENOMTÄNKTA, HÅLLBARA LEVERANSKEDJOR	15
LEDARSKAPETS BETYDELSE	15
FRAMTIDSKOMPETENSER I TEXTIL- OCH MODEBRANSCHEN	17
HOPPFULL SVENSK TEXTIL- OCH MODEINDUSTRI MED REKRYTERINGSBEHOV	17
BEHOV BÅDE INOM TILLVERKNING OCH HANDEL	17
FRAMTIDSKOMPETENSER SNARARE ÄN AVGRÄNSADE YRKESROLLER	19
KREATIV, INDIVIDUALISERAD SERVICE	19
ETT LÄRANDE GENOM HELA ARBETSLIVET	21
RE:SKILL & UP:SKILL – MÅNGA VÄGAR FRAMÅT	23
VILL DU VARA MED? REGISTRERA DIG OCH LÅT DIG INSPIRERAS	23
I VILKEN DEL AV FRAMTIDENS TEXTIL- OCH MODEBRANSCH SER DU DIG SJÄLV?	23
MÅNGA VÄGAR FRAMÅT	25
VIDARE LÄSNING	27



Inledning

Textil- och modebranschen påverkas precis som samhället i stort av en rad så kallade megatrender. Digitalisering, globalisering, automatisering och inte minst ett allt starkare fokus på hållbar utveckling och hållbar konsumtion påverkar branschens förutsättningar. De spelregler som gällde för några år sedan gäller inte längre och de sanningar som vi idag tar för givna kommer med största sannolikhet att se annorlunda ut om några år. E-handels snabba utveckling, användandet av modern teknik både i produktion och för en bättre serviceupplevelse samt en allt högre efterfrågan på klimatsmarta tjänster och produkter utgör några exempel på den omställning som textil- och modebranschen genomgår.

Samhällets höga förändringstakt, men även oförutsedda händelser såsom Corona-pandemin, utmanar branschen. Både på samhälls-, företags- och individnivå behövs omställningar för att hantera de utmaningar och ta tillvara på de möjligheter som de nya förutsättningarna medför.

I följande rapport har vi sammanställt slutsatserna och spaningarna från en mängd rapporter och analyser om framtidens arbetsliv i allmänhet och textil- och modebranschen i synnerhet. Vi har plockat ut de resultat som vi tror är mest viktiga för dig som är verksam inom handeln. Det gäller oavsett vilken funktion du har. Ambitionen har varit att ge en orientering kring de trender som kan komma att påverka din framtida yrkesvardag. Vi vill göra det lättare för dig att dra slutsatser om hur din kompetens kan användas och vidareutvecklas för att vara med och driva den nödvändiga och önskvärda förändring som krävs.

Genom rapporten vill göra det enklare för dig att bidra i omställningen mot en mer hållbar textil- och modebransch – en bransch som drar sitt strå till stacken för en hållbar livsstil.

Trevlig läsning!



Visste du att:

E-handeln växte med 49 procent under andra kvartalet 2020 jämfört med 2019. Totalt har 77 procent av svenska befolkningen e-handlat någon gång i månaden under kvartalet. Störst ökning var i den äldsta åldersgruppen.

Läs mer:

<https://www.postnord.se/e-barometern>



Branschomdanande trender och händelser

Den finns en rad så kallade megatrender som driver samhällsomvandling. De kallas för megatrender för att de på ett genomgripande sätt förändrar förutsättningarna i vårt samhälle och skapar nya premisser för hur vi tänker och vad vi gör. Nedan lyfter vi fram megatrender som medför stora förändringar för textil- och modebranschen och handeln.

DIGITALISERING

Digitaliseringen påverkar branschen på flera olika sätt. E-handels explosionsartade utveckling är ett exempel på hur digitaliseringen drivit omställning i handeln. Med hjälp av digital teknik kan också kunder lättare jämföra olika varor och tjänster vilket skapar större konkurrens. Digitalisering skapar stora möjligheter till effektivare flöden inom och uppföljning av verksamheten. Den medför också förändrade kompetenskrav. Digitaliseringskompetens ses allt mer som en nödvändig baskompetens i dagens arbetsliv.

GLOBALISERING

Globaliseringen har och har historiskt haft en mycket stor påverkan på textil- och modebranschen. Under 60- och 70-talen var branschen exempelvis tidigt ute med att flytta en stor del av produktionen utomlands. I en mer sammankopplad värld krymper avstånden med moderna kommunikations- och transportsystem. Olika steg i processen från ax till limpa kan ske på helt olika håll i världen. Globaliseringen medför stor konkurrens men också ett tydligt behov av medvetna val i hela produktions- och försäljningskedjan.

AUTOMATISERING OCH NY TEKNIK

Ny teknik såsom artificiell intelligens, AI och robotar kommer ständigt att skapa nya möjligheter för textil- och modeindustrin och handeln. Istället för att se på nya tekniska lösningar som ett hot mot befintliga jobba handlar analyser kring framtidens arbetsliv allt mer om hur samspelet mellan människa och maskin kan utvecklas. Automatiseringen innebär att tekniska lösningar kan frigöra tid för handelns medarbetare genom att hantera repetitiva, monotona arbetsuppgifter. Kassafunktionen förväntas exempelvis genomgå en stor automatisering de närmsta åren.

Ny teknik såsom AI skapar också nya till med träffsäkra analyser. De gör det möjligt att få en mer detaljerad inblick i kunders behov och köpbeteende som i sin tur kan omvandlas till en bättre köp- och serviceupplevelse.

DEMOGRAFI OCH GENERATIONSIDEAL

Vi lever allt längre och är allt mer aktiva – även efter att vi gått i pension. Den åldrande befolkning skapar nya konsumenter med andra behov av tjänster och produkter.

I arbetslivet sker också en stor generationsväxling. Så kallade ”millenials” – personer födda på 80- och 90-talet förväntas 2025 utgöra 75 procent av den globala arbetskraften. Det är en generation som beskrivs som värdedrivna och med starka ambitioner att bidra till en mer hållbar värld –både som konsument och genom sitt arbete. Då nya generationer tar vid kan också andra idéer kring yrkeslivet frodas. Idén om en karriär kan exempelvis komma att ersättas av idén om flera olika karriärer under en livstid vilket förutsätter möjligheter till ett livslångt, livsvitt lärande.



Visste du att:

Sedan 2019 driver Högskolan i Borås på uppdrag av regeringen Textile & Fashion 2030, den nationella plattformen för hållbart mode och hållbara textilier. Plattformen samlar branschen och skapar möjligheter till möten, utveckling av nya kreativa idéer och bidrar till kunskaps-spridning. Arbetet utgår ifrån Agenda 2030 och de globala målen för hållbar utveckling.

Läs mer:

<https://textileandfashion2030.se>



HÅLLBAR UTVECKLING

Ett stärkt fokus på hållbar utveckling är nödvändigt för ett samhälle som agerar på ett sätt som inte undergräver kommande generationers möjligheter till ett gott liv. Textil- och modebranschen arbetar hårt för att utifrån ett miljömässigt, socialt och ekonomiskt perspektiv bidra i omställningen. Många företag, branschaktörer och forskare bidrar med sina tankar och analyser kring textil- och modebranschens medverkan i den globala omställning som krävs. De huvudsakliga slutsatserna lyfts fram i kapitlet nedan som målar upp framtidens textil- och modebransch.

CORONA-PANDEMIN

”Retail darwinism” är här – rätt produkt på rätt plats har aldrig varit så avgörande som nu.”

HUI trendspaning, maj 2020.

Att kalla Corona-pandemin för en megatrend vore givetvis felaktigt. Den har dock i likhet med de trender som beskrivit ovan på ett genomgripande sätt påverkat samhället och handeln. Många branschexperter talar om en handel som aldrig kommer bli sig lik igen. Den fysiska butiken som redan utmanades av den växande e-handel genomgår på grund av Corona-pandemin ett stålbad. De allt hårdare förutsättningarna skapar än större behov av att förstå sina kunders beteende och kundresa. Ett sätt kan vara att bli än bättre att dra nytta av all den data som tekniken ger.

Pandemin har också skapat kreativa lösningar för mer flexibla lärandeformer. Som ett exempel kan Polimoda lyftas fram. Det är ett av de topprankade lärosätena för mode i världen och som till följd av pandemin gjort en storsatsning på sitt online-utbud av utbildningar.



Visste du att:

2025 träder EU:s nya avfallsdirektiv i kraft vilket gör det obligatoriskt med separat textilinsamling. Naturvårdsverket erbjuder stöd till dig som arbetar i den textila värdekedjan eller till dig som vill följa utvecklingen för en mer hållbar hantering av textil i alla led av värdekedjan – från produktion till konsumtion och avfallshantering.

Läs mer:

<https://www.naturvardsverket.se/Amnen/Textilier/>

...och att:

Regeringen har låtit göra en utredning om ett så kallat producentansvar för textil för större miljönytta genom ökad insamling av textil för återanvändning och återvinning. Syftet är också att ansvaret för avfallshantering och återvinning av textil ska läggas på producenterna utifrån principen om att förorenaren betalar.

Läs mer:

<https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/kommittedirektiv/2019/12/dir.-201996/>



Textil- och modebranschen i framtiden

”Framtidens konsumtion måste bygga på cirkulära affärsmodeller där produkter håller länge, används mycket och återvinns i hög utsträckning.”
Handelsanställdas förbund på DN Debatt den 18 september, 2020.

Textil- och modebranschen är en bransch i ständig rörelse och utveckling. Det gäller både produktionssidan och handeln. De megatrender som beskrivits ovan har redan på många sätt förändrat branschens spelplan. Samtidigt som stora förändringar redan skett så kommer branschen att fortsätta omvandlas – både på grund av omvärldens krav och förväntningar men också till följd av en vilja att ställa om till en hållbar produktion och handel. De analyser och framtidsspaningar som gjorts visar på en hoppfull bransch. De ger också konkreta bilder av vilka värden, behov och krav som branschen behöver anpassa sig till men också av de förutsättningar som ny teknik medför.

REPARERA, ÅTERANVÄND, ÅTERVINN

En viktig dimension i arbetet för ett mer hållbart samhälle handlar om att få till stånd en mer cirkulär ekonomi. Det innebär ett ökat fokus på att undvika att slösa med jordens resurser exempelvis genom att återanvända dem och genom att göra miljömässigt hållbara vägval gällande material.

Textil- och modebranschen har redan påbörjat denna omställning. Det krävs kreativa lösningar för att på olika sätt förlänga textiliers livslängd. Det kräver ett ökat fokus på reparationstjänster och design för längre livslängd – exempelvis plagg som växer med barnet eller design som gör det lättare att laga textilier. Nya lösningar för återanvändning av textilier utvecklas ständigt. Vi har sannolikt bara sett början på ett växande fokus på second hand och re-design i textil- och modebranschen.

Återvinning av textilier är också ett viktigt steg i värdekedjan. Handeln spelar redan nu en viktig roll för insamling av textilier till återvinning. På industrisidan vill också Sverige vara med i utveckling av innovativ textilåtervinning. Wargön Innovation stöttar exempelvis aktörer som vill hjälpa entreprenörer, företag och offentliga aktörer i att utveckla och kommersialisera nya hållbara material.

NYA AFFÄRSMODELLER

Ett annat sätt för mode- och textilbranschen att bidra till ett minskat ”slit- och slängbeteende” är att utveckla nya affärsmodeller – nya sätt för kunder att förnya sin garderob och sitt hem utan att äventyra klimatet. Intresset för delningsekonomi i form av hyr- och prenumerationstjänster ökar exempelvis inom textil- och modebranschen såväl som inom andra branscher. Här sätter endast fantasin begränsningarna för vilka möjliga hybrider som kan utvecklas när det handlar om möjligheter att få bära plagg utan att nödvändigtvis äga dem. Det finns också affärsmodeller som premierar en mer förutsägbar produktion och som därmed minskar risken för överproduktion. Utveckling av nya affärsmodeller är en viktig pusselbit i omställningen mot en mer hållbar textil- och modebransch.



MATERIALUTVECKLING OCH MEDVETNA MATERIALVAL

Att i framtiden kunna lotsa kunder kring olika dimensioner av produkts hållbarhet blir allt mer betydelsefullt. Här ingår också ett fokus på medvetna materialval. Begreppet "hållbara textilier" är komplext och kan innebära många olika saker. Det kan handla om textilier som skapas från nya råvaror som relativt sett är mindre resurskrävande eller om innovativ textilproduktion som tillvaratar restprodukter från andra industrier såsom frukt- och grönsaksodlingar. Här är det viktigt att själv vara påläst och kunna föra en dialog med kunder om materialval. Det är också viktigt att kunna vidga kundens perspektiv och visa på andra centrala hållbarhetsdimensioner, såsom hur en vara producerats.

Utöver att värna om hållbara material i våra kläder blir det också allt mer betydelsefullt hur de paketeras. Ökningen av förpackningsfria butiker utgör ett exempel på den utvecklingen. Att handeln ska generera så lite restprodukter som möjligt i form av kartonger, emballage och påsar är också en viktig del i en mer hållbar konsumtion.

LOKAL, SMÅSKALIG PRODUKTION – STORYN BAKOM EN PRODUKT

Det nära, det bekanta och det småskaliga ökar i betydelse i framtiden. Allt fler kunder efterfrågar produkter som producerats lokalt eller med hållbarhet i åtanke. Utöver att en produkt ska falla i smaken är det också viktigt att den är ansvarsfullt producerad.

Berättelsen bakom en produkt blir därmed allt mer betydelsefull. Vad är tanken bakom en viss design? Hur har tillverkningsprocessen och transporterna sett ut? Vem tar del av den vinst som produkten genererar? De är frågor som blir allt mer viktiga för framtidens textil- och modekonsumenter.

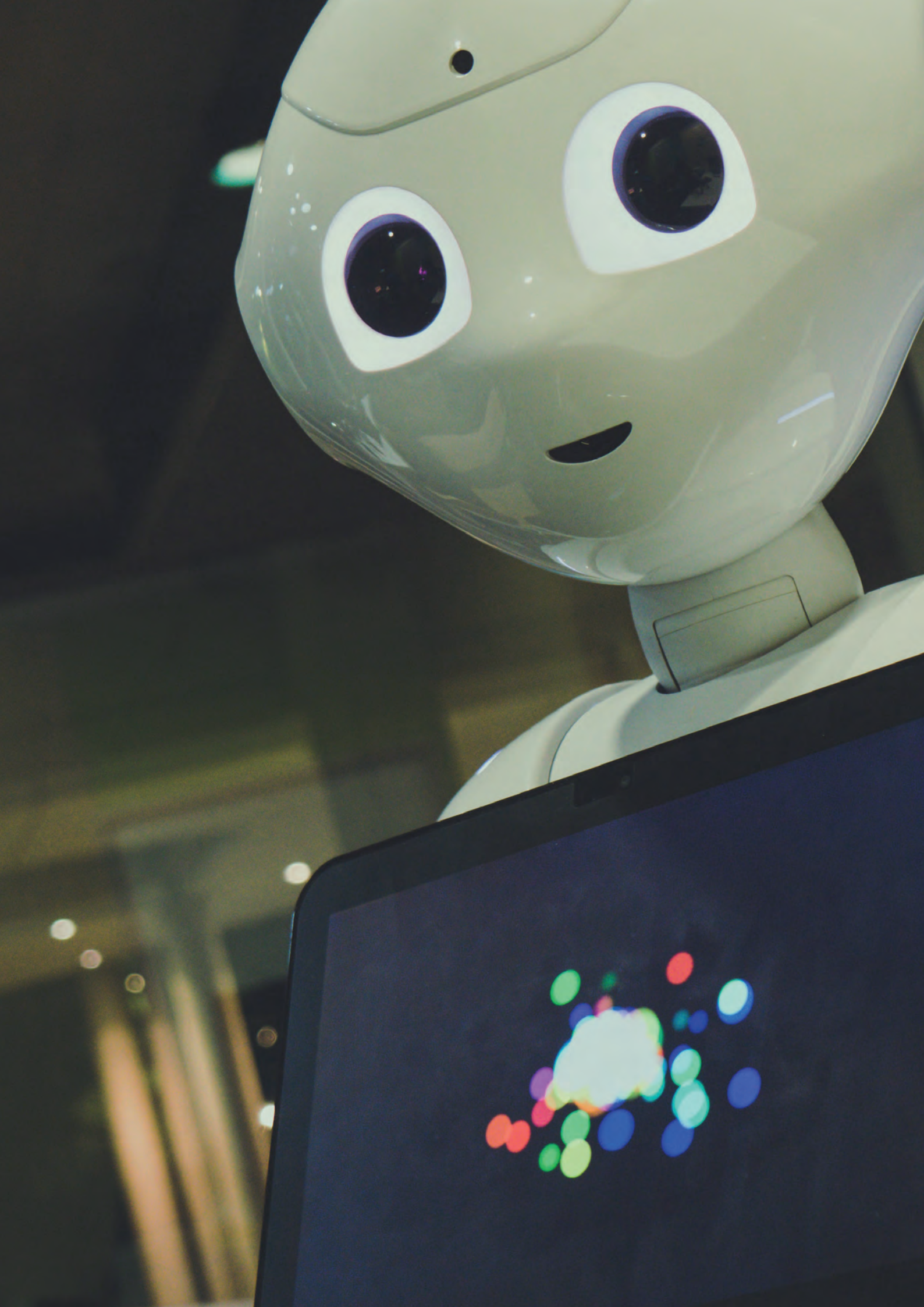
"Hela hållbarhetskedjan kommer att öka i betydelse. Det handlar både om hur varan producerats men också om hur den transporteras. För säljare blir det allt viktigare att kunna kommunicera hur företaget tagit ansvar ur ett hållbarhetsperspektiv."

Mikael Svensson, Unionen

BRANSCHGLIDNING OCH SAMARBETEN

Framtidens textil- och modebransch kommer också i allt högre utsträckning flätas samman med andra branscher. Branschglidning innebär att gränserna mellan olika branscher suddas ut. Det göra olika branscher ömsesidigt beroende av varandra och integrerade. En klädbutik kan exempelvis vid sidan om försäljning av sina kärnprodukter även ha en kaffebar och erbjuda lagningstjänster – allt för att ge sina kunder en mer heltäckande serviceupplevelse.

Det finns också framtidsspaningar som ser stor potential i samarbetet mellan textil- och modebranschen och spelbranschen. Spelet och lekens förmåga att locka fram nya beteenden kan hjälpa kunder att exempelvis genom appar samla poäng för medvetna och hållbara köp och vägval.



STÖRRE SAMPEL MÄNNISKA - TEKNIK

Samspelet mellan ny teknik och människan blir allt mer centralt i framtiden. Företags ”omni-kapacitet” eller förmåga att agera genom många olika plattformar och olika kanaler kommer vara viktig i framtidens handelslandskap. Samspelet mellan fysisk butik, e-handel och marknadsföring i sociala medier utgör ett exempel på där ”tänket” behöver hänga ihop.

Inom handeln kan mer träffsäker datainsamling med hjälp av AI bidra till en djupare förståelse för kunders köpbeteende och behov. Tekniska lösningar i butiken kan också hjälpa till att erbjuda kunder bättre serviceupplevelser.

GENOMTÄNKTA, HÅLLBARA LEVERANSKEDJOR

En viktig del av en allt mer hållbar textil- och modebransch och handel handlar om genomtänkta leveranskedjor. Kunder kommer inte bara att efterfråga hållbart producerade produkter utan också lägga allt större vikt vid den klimatpåverkan som varan har på dess resa fram till dess slutdestination. Ett fokus på snabba leveranser kompletteras med ett fokus på hållbara leveranser. Det inkluderar också genomtänkta välgval gällande lager.

LEDARSKAPETS BETYDELSE

Det går inte att prata om framtidens textil- och modebransch utan att betona ledarskapets betydelse. Ledare behöver vara förebilder, föregångare och värdeförmedlare i transformationen mot en mer hållbar produktion och handel.

”Jag gillar att få saker gjorda och att leda i förändring. Jag gillar ju att få saker gjort. Jag gillar att leda i förändring. Så mycket händer i vår omvärld nu. Jag har verkligen fantastiska människor runtom mig så ser verkligen fram emot att jobba nära verksamheten, det gör jag verkligen. Jag har varit en del av att sätta förändringsplanen redan nu. Jag är superivrig att ta kliv på den.”

Helena Helmersson, VD för H&M i P1-intervjun efter tillträde i januari 2020.



Framtidskompetenser i textil- och modebranschen

Vad är det då för kompetenser som behövs i omställningen mot en hållbar textil- och modebransch? Vilka kompetenser kommer att öka respektive minska i betydelse i framtidens handelslandskap? En första slutsats är att framtidens textil- och modebransch ser positivt på framtiden. Olika rapporter pekar på påtagliga kompetens- och rekryteringsbehov framåt men också på svårigheterna att hitta rätt kompetens.

HOPPFULL SVENSK TEXTIL- OCH MODEINDUSTRI MED REKRYTERINGSBEHOV

I slutet av 2019 lät TEKNO - Sveriges textil och modeföretag - göra en analys av branschens kompetensförsörjning de närmsta tre åren. Resultaten vittnade om en stark framtidstro bland medlemsföretagen som både finns inom handeln och tillverkningsindustrin. De flesta företag har planer på att öka antalet anställda de närmsta åren och rekrytera till följd av pensionsavgångar. Samma analys gör Myndigheten för yrkeshögskolan i sina branschanalyser både för både industrin och handeln.

”Trenden inom textil och design pekar mot hållbart mode. Kunderna ställer allt högre krav på att företagen ska minska sin miljöbelastning. Innovationer och ny teknologi för att minska mängden kemikalier som används i textilindustrins produktion och metoder för att återvinna textilfiber banar väg för ett mer hållbart och cirkulärt mode. Detta är en utveckling som gynnar den svenska textilbranschen.”

Myndigheten för yrkeshögskolan , 2020 (industri)

”E-handeln växer fortfarande, hållbarhet blir allt viktigare och värderingsdriven handel kommer allt mer”

Myndigheten för yrkeshögskolan, 2020 (ekonom, administration, försäljning)

BEHOV BÅDE INOM TILLVERKNING OCH HANDEL

Yrkesrollen säljare förväntas fortsatt vara efterfrågad i framtiden men i en utvecklad skepnad. Det gäller både business-to-business, B2B och business-to-consumer, B2C. Säljrollen förändras i takt med tiden. Tonvikten skiftas mer mot e-handel och samspelet mellan e-handel och fysisk handel. Kunders krav på hållbarhet kräver annan kunskap och medvetenhet. Rådgivning och dialog med pålästa kunder blir allt vanligare. Branschglidningen kan även innebära att säljrollen i butik i högre grad kan komma att kombineras med andra uppgifter såsom reparationstjänster och hantering av hyres- och prenumerationstjänster. Nya roller kopplade till att synliggöra, frakta och marknadsföra produkter i ett mer dynamiskt handelslandskap efterfrågas också. Det handlar exempelvis om roller som visual merchandiser, logistik och marknadsförare digitalt och i sociala medier. Det digitala skiftet medför överlag ett större fokus på datanalytiker och experter på AI men också på en förstärkt kompetens hos alla att förstå och följa företagets och branschens resultat och utveckling.



Utvecklingen mot ökad hållbarhet gynnar den svenska textila tillverkningsindustrin. Ett ökat fokus på hållbara material, re-design av återvunna textilier och lokal produktion ökar efterfrågan på ”ny-gamla” roller i branschen. Textilindustrins förmåga att ställa om sin tillverkning och exempelvis producera förkläden och munskydd under Corona-pandemin har också visat på värdet av inhemsk produktion. För tillverkningsindustrin är det svårt att idag hitta rätt kompetens för roller som textila processoperatörer, sömmerskor och textila sorterare med inriktning mot second hand.

”Den sammantagna bedömningen är att textilindustrins digitalisering och utveckling mot hållbar produktion kommer att fortgå och att det kommer att finnas en efterfrågan på hållbara textilier även framöver. I takt med den ökande digitaliseringen och robotiseringen bedömer TEKO också att antalet arbetstillfällen inom produktion kommer att öka i Sverige när företag tar hem sömnad från Asien.”

Myndigheten för yrkeshögskolan , 2020 (industri)

Det finns också roller där efterfrågan förväntas minska framöver. Kassapersonal och butiksledare till följd av minskat antal fysiska butiker utgör två tydliga exempel.

FRAMTIDSKOMPETENSER SNARARE ÄN AVGRÄNSADE YRKESROLLER

Om man utifrån framtidsanalyserna ovan skulle sia om framtida yrkesroller i textil- och modebranschen skulle man kunna tänka sig titlar som livstidförlängare, omställningsmästare och social-media-psykolog. Samtidigt vittnar framtidens spaningar mindre om ett behov av helt nya yrkesroller utan snarare om behovet av att toppa om med framtidskompetenser som kan stärka och bredda dagens yrkesroller. Nedan listar vi några av de kompetenser som kommer bli allt viktigare i framtidens textil- och modebransch:

- Grundläggande hållbarhetskunskap – cirkulär ekonomi, socialt och miljömässigt ansvarstagande
- Textil materiallära och textila processer – kunskap om nya material och textilproduktion från ax till limpa
- Digital kompetens och kompetens att orientera sig i den digitala handel (plattformneutral)

KREATIV, INDIVIDUALISERAD SERVICE

En framtidstrend som både OECD och World Economic Forum pekat ut handlar om vilken betydelse så kallade generella kompetenser kommer ha på framtidens arbetsmarknad. Sociala, kreativa, samarbetsorienterade och analytiska förmågor förväntas bli allt mer efterfrågade. Det stärker positionen för alla som arbetat i serviceyrken där denna kompetens länge värderats högt. Förmågan att ge individualiserad och värdedrivna service förväntas bli allt viktigare i framtidens textil- och modebransch. Kompetens att läsa av och förstå trender, situationer och kunder och använda kunskapen för att vara med och driva företagen framåt kommer att bli allt viktigare i framtiden – både on-line, off-line och däremellan. Det personliga mötet kommer att öka i värde. Vikten av att vara lyhörd mot omvärldens och sina kunders föränderliga behov och förväntningar och att hitta sin nisch på marknaden kommer att bli allt mer avgörande i framtidens textil- och modebransch. Ett företags värden blir verkliga först när dess medarbetare hittar sätt att förmedla dem, både i sitt tänkande och görande.



ETT LÄRANDE GENOM HELA ARBETSLIVET

”Förändring är det enda konstanta”

Trygghetsrådet, TRR, 2020

Sist men inte minst är det viktigt att betona det ständiga behovet att lära om och lära nytt i framtidens textil- och modebransch. Kontinuerlig kompetensutveckling är det bästa sättet att framtidssäkra sig själv och sin verksamhet. På företagsnivå är tyvärr genomarbetade och långsiktiga kompetensutvecklingsstrategier relativa ovanliga – det gäller särskilt mindre företag.

Det gör det än viktigare att du som individ tar kommandot över ditt lärande men också hjälper företaget att se vikten av att investera i kompetensutveckling. Ett hållbart arbetsliv för dig innebär ett arbetsliv där du säkerställer att din kompetens ständigt är aktuell och uppdaterad i relation till branschens behov. Det gör du dels genom det vardagliga lärande som sker genom kollegor och genom löpande omvärldsbevakning. Du gör det också genom att ta del av utbildningar och kurser från utbildningsaktörer som kan din bransch och kan hjälpa dig att hitta nya vägar framåt inom den.



Re:skill & up:skill

– En utbildningssatsning för framtiden

Vad finns det då för spännande utbildningsvägar för just dig som idag arbetar i, eller har erfarenhet från den svenska textil- och modehandeln?

Utöver de längre program och kurser som både universitet och yrkeshögskolor erbjuder har nu Science Park Borås/Högskolan i Borås startat upp projektet Re:skills Textile & Fashion. Projektet är en omfattande utbildningssatsning för dig som arbetar i, eller har erfarenhet av den svenska textil- och modehandeln. Re:skills Textile & Fashion erbjuder individer och företag kompetenshöjning för framtiden där cirkulära affärer med hållbara produkter och tjänster är i tydligt fokus. Syftet är att underlätta den nödvändiga omställningen för vår svenska textilindustri mot en mer hållbar konsumtion. Nya arbetstillfällen för framtidens handelsanställda och svensk och europeisk produktion är en tydlig målsättning

Det är helt kostnadsfritt att vidareutbilda sig inom projektet där yrkeshögskolan Nordiska Textilakademin är projektets utbildningsleverantör. Nordiska Textilakademin har lång erfarenhet av att lyssna av förändringar i textilbranschen och erbjuder sedan tidigare fristående såväl som Yrkeshögskoleutbildningar för dig som vill jobba med morgondagens textila affär.

VILL DU VARA MED? REGISTRERA DIG OCH LÅT DIG INSPIRERAS

För att få information och registrera dig i projektet så går du in via reskills.nu. På så vis får du tillgång till utbildningsplattformen Canvas där du får ta del av en digital, spännande inspirationskurs i din egen takt. Den ger en aktuell och intressant inblick i de många goda exempel som redan idag driver utvecklingen framåt inom mode och textil. Här blir det också ännu tydligare vilka kompetenser som behövs framöver, med avstamp i de trender och prognoser som ligger till grund för den rapport du precis läst igenom.

I VILKEN DEL AV FRAMTIDENS TEXTIL- OCH MODEBRANSCH SER DU DIG SJÄLV?

Nästa steg är en självskattning för att ge dig själv en tydligare bild av vilka erfarenheter och kunskaper du har med dig. Det ger dig också en första möjlighet att reflektera över vilka framtida kompetenser som skulle passa just dig? Efter skattningen erbjuds du ett antal grundkurser inom textila material och processer, grundläggande hållbarhetskunskap och digitala verktyg.



Många vägar framåt

Efter genomförda grundkurser väljer du sedan hur du vill specialisera din fortsatta inriktning. Det finns korta, digitala kurspaket men även längre utbildningsinsatser att välja på. Väljer du Up:skill eller Re:skill? I samband med ditt val får du också möjlighet till individuell handledning för att planera det vägval som passar just dig bäst.

Om du väljer Re:skill så får du vägledning för att vidareutbilda dig mot nya, spännande kompetensområden där framtidens hållbara produkter skapas. Det handlar om designprocesser och produktionsprocesser där omställningen mot det cirkulära samhället möjliggörs genom produkterna och de tjänster som knyts till dem.

Om du väljer Up:skill så vidareutvecklar du din passion för handel så att du kan möta och tillgodose framtidens kund där textil hållbarhet är en självklarhet och begreppet modebutik är under förändring. Här finns utbildningspaket och kurser för såväl individer som företag. Du får stöttning av Science Park Borås, en samverkansarena som förenar innovation och näringsliv i textilbranschen.

Den centrala frågan är:

I vilken del av framtidens textil- och modebransch ser du dig själv?

Re:skills Textile & fashion kan visa dig vägen. Sign up!

Vidare läsning

e-barometern, Post Nord i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research, 2020

Framtidens arbetsliv är här, Trygghetsrådet TRR, 2020

Handels miljö- och klimatpolitiska program, Handelsanställdas förbund, 2020

Kompetensutveckling i och för arbetslivet, Nätverket för vuxnas lärande, 2020

Myndigheten för yrkeshögskolans branschanalys inom ekonomi, administration och försäljning, 2020

Myndigheten för yrkeshögskolans branschanalys inom industri, 2020

Trendupdate - hållbar konsumtion & livsstilar, Borås Science Park, 2020

Hör av dig till framtiden@reskills.nu om du vill veta mer!



Re:skills Textile & Fashion medfinansieras av Europeiska unionen/Europeiska socialfonden.



reskills.nu

re:skills

TEXTILE & FASHION