

Nieuwe competenties voor een sector in beweging

Tine Desodt, Arteveldehogeschool |

Bezitten onze schoolverlaters de juiste competenties om de creatieve industrie binnen te stappen? Deze vraag werd tot op heden nooit formeel gesteld, niet binnen Vlaanderen, noch op Europees vlak. Daarom startte Arteveldehogeschool samen met haar CIGN-partners een internationaal project op om de toekomstige competenties te benoemen voor de creatieve industrie, met de nadruk op de mediasector. Dit project zal resulteren in leermateriaal dat onder andere via een MOOC (Massive Online Open Course) intercontinentaal verspreid zal worden.

Omdat deze sector voortdurend in beweging is, veranderen de competenties mee. Waar zijn bedrijven naar op zoek? Om deze vraag te beantwoorden, schreef Arteveldehogeschool een aantal bedrijven en organisaties aan die actief zijn in de creatieve sector en schotelde hen een selectie van competenties voor die belangrijk zijn in deze sector. Hierop werd een overleg georganiseerd, waarin zij de bekwaamheden die voor hen de belangrijkste zijn, konden uitlichten. Op dit overleg waren onder meer GRAFOC, VOKA, FEBELGRA, FEWEB, Roularta, Mediarte, SERV, CEVORA en Wijs aanwezig.

Uit dit overleg bleek vooral dat door de evolutie in het onderwijs en in de industrie, pure academische kennis vandaag minder belangrijk wordt geacht dan een degelijke technische basis-kennis in combinatie met de vaardigheid om kennis weten op te sporen.

Vanzelfsprekend blijven de competenties leergierigheid, luister-

bereidheid, creativiteit en gevoel voor esthetiek nog steeds cruciaal. Maar zelfs basisvaardigheden als beleefdheid, op tijd komen, sociale vlothed en discipline worden nog altijd hoog in het vaandel gedragen.

Noden begrijpen én creëren

“In deze snel evoluerende sector moet de werknemer de noden van de klant begrijpen, maar hij

moet daarbij ook ruimer kunnen denken dan de opdracht verlangt. Laat hij de klant de leiding nemen, of neemt hij zelf het initiatief? Een aanhoudende alertheid om de klant net iets meer te bieden en op die manier noden te creëren is een must. Denk maar aan Henri Ford. De mensen vroegen een snellere koets en hij gaf ze een auto!”, aldus Waldo Van de Velde, directeur-generaal van Febelgra.

Drang naar vernieuwing

“Ik zoek een werknemer die nooit tevreden is”. Met deze woorden doelt Erwin Danis, premedia directeur bij Roularta Media Group, op een voortdurende honger naar innovatie bij de werknemer. De snelle technologische evoluties moeten vlot worden opgepikt en in de praktijk worden omgezet. De ervaring leert dat jongere werkne-



Waldo Van de Velde, directeur-generaal van Febelgra.



Erwin Danis, premedia directeur Roularta.

mers meer openstaan voor verandering en sneller absorberen, terwijl de oudere generatie meer vasthoudt aan de aangeleerde kennis en het ambacht, maar wel slimmere werkstrategieën toepast. Het is een uitdaging om de verzuchtingen van jongere en oudere werknemers te verenigen en de verschillende ritmes met elkaar te combineren.

Evolueren naar T-shape professionals

“In dit crossmediale tijdperk moeten we evolueren naar ‘T-shape professionals’ op de werkvloer. Nu al is de werknemer diep gespecialiseerd in één vakgebied, het verticale deel van de ‘T’, maar hij moet tegelijk over voldoende

basisvaardigheden beschikken om zijn kennis te kunnen linken aan een andere specialist die aan hetzelfde project werkt. Zo moeten we evolueren naar een horizontale structuur met verticale diepgang. Een spontane flexibiliteit moet ervoor zorgen dat iedereen vlot en open met elkaar kan communiceren, al dan niet onder leiding van een project manager”, geeft Patrick Marck, directeur van Feweb, aan.

“Een niet te vergeten onderdeel van die communicatie omvat ook een goede talenkennis.” Een perfecte beheersing van het Nederlands is onontbeerlijk, maar evenzeer komen zowel Engels als Frans naar voren als communicatiemiddel met verschillende partners.

Tot slot mogen we één belangrijke factor niet over het hoofd zien. We kunnen het initiatief niet enkel en alleen vanuit de hoek van de werknemer verwachten. Ook bedrijfsleiding moet actief op zoek gaan naar de talenten van de werknemers, dit kan enerzijds door interne opleidingen en assessments te organiseren, en anderzijds door de functieomschrijvingen ruimer te maken.”

De deelnemers aan dit overleg waren uitermate enthousiast over de uitwisseling van deze inzichten. Gezien de snelheid waarmee de competentieprofielen in deze sector evolueren, benadrukten zij het nut van dit project. Iedereen was dan ook absoluut voorstander om dit initiatief de volgende jaren verder te zetten.

De deelnemende hogescholen en universiteiten aan dit project zijn Ryerson University (Canada), University of the West of Scotland (Schotland), Stuttgart Media University (Duitsland), Linköping University (Zweden) en Arteveldehogeschool (België).



Patrick Marck, directeur Feweb.



Lokale reclame op het internet

met Websites - Google AdWords - Facebook - Proxistore - E-mailmarketing

MEER INFO?

051 26 66 67 - info.digilocal@roularta.be - www.digilocal.be



DIGI LOCAL

EEN INITIATIEF VAN **Roularta Media Group**

Twee keer winnaar van de Google AdWords Award van hoogste klantentevredenheid.