

Update trends MITT-sector



SO MITT
OKTOBER 2021



Dit project is mede mogelijk
gemaakt door het Europees Sociaal
Fonds van de Europese Unie

Uitgebracht door
Onderdeel van:
Projectnaam
Datum
Status

SO MITT
DI-Programma **moi**.
Update trends MITT-sector
Oktober 2021
Definitief

Inhoudsopgave

	Inleiding	4
	1. Flexibilisering / automatisering & Robotisering	5
	2. Smart textiles	6
	3. Circulaire economie & Ecologische duurzaamheid	7
	4. Digitalisering & E-commerce	9
	5. Marktpositionering: Productiviteitsverhoging, concurrentie & ketenverschuiving	10
	6. Veranderde vraag van de consument	12
	7. Vergrijzing & Sociale duurzaamheid	13
	Bijlage 1. Overzicht gesprekspartners	15

Inleiding

In de MITT Monitor 2017 is een aantal trends beschreven op basis van kerncijfers, kwalitatieve interviews en een kwantitatieve onderbouwing door werkgevers en werknemers in de MITT-sector. Het doel hiervan was om de impact van trends op de MITT-sector (branches, bedrijven, beroepen en skills) beter in kaart te brengen zodat SO MITT gericht beleid en activiteitenplannen kan ontwikkelen. In juli 2021 is een nieuwe versie van de MITT Monitor (2021) uitgevoerd onder werknemers en werkgevers in de MITT-sector. Het onderdeel 'trends' is in dit onderzoek fors teruggebracht. We hebben gekozen voor een meer verdiepende kwalitatieve aanpak.

In de periode april/juli 2021 zijn verdiepende interviews gevoerd met branche-experts en vertegenwoordigers uit de MITT-sector, zoals directie en HR (zie bijlage 1). Daarnaast is een compacte bureaustudie¹ uitgevoerd. In deze bureaustudie zijn de resultaten van recent Europees onderzoek meegenomen.²

In deze trend update geven we een samenvatting van de resultaten van de interviews en de bureaustudie. We geven een korte omschrijving van de trend, de relevantie voor de MITT-sector en/of sub branches en de mogelijke impact op beroepen en/of skills in de MITT-sector.

We signaleren de volgende relevante trends en ontwikkelingen voor de MITT-sector:



Afbakening en selectie

- De MITT-branches verschillen onderling sterk van elkaar. Dit betekent dat de gesignaleerde trends op industrie- en marktniveau anders kunnen uitpakken, alsook de impact ervan op de branches, bedrijven en beroepen/functions. Waar mogelijk en relevant, vermelden we dit.
- We hebben ervoor gekozen om COVID-19 en de gevolgen hiervan niet als trend in deze lijst op te nemen. De coronapandemie heeft onze levens behoorlijk veranderd. De lockdowns hebben niet alleen ons dagelijks leven, maar ook onze economie en het werk beïnvloedt. Wat dit precies betekent voor economische groei en de behoefte aan personeel in de nabije toekomst is nog niet duidelijk.

1. Bronvermeldingen zijn opgenomen in de tekst zelf of in de voetnoten. 2. Europese Commissie, Report on project results in TCLF at EU, national en regional level. A first snapshot. (2019).

1. Flexibilisering / automatisering & Robotisering



Flexibilisering, automatisering en robotisering veranderen de manier van produceren en de ontwikkeling en inzet van productiesystemen. Fabrieken en/of productielijnen worden steeds 'slimmer', bijvoorbeeld door zichzelf aan te sturen of verstoringen op te lossen. Technologieën die hierbij een rol spelen zijn o.a.: cloud computing, internet of things, blockchain, artificial intelligence (AI), virtual reality, 3D printing, robotica, biotechnologie, duurzame energietechnologieën en innovatieve materialen zoals biomaterialen. Smart industry is een manier om met techniek, technologie, ICT en internet de bedrijfsvoering en de productie efficiënter, flexibeler, sneller en duurzamer te maken. Iedere sector en organisatie geeft op een eigen manier invulling aan Smart industry, bijvoorbeeld door:

- Werkzaamheden in meer of mindere mate te digitaliseren, automatiseren of te robotiseren.
- Processen beter op elkaar af te stemmen.
- Intensiever samen te werken in de keten (co creatie).

Flexibilisering, automatisering & robotisering in de MITT-sector

Om de concurrentie uit vooral lagelonenlanden adequaat het hoofd te bieden, zoekt de Nederlandse industrie de nichemarkten op en zal zij wat betreft techniek voorop moeten lopen; het verder optimaliseren, automatiseren en digitaliseren van (productie) processen blijft noodzakelijk, om zo in de toekomst de positie te behouden of te versterken. Dit is steeds meer een uitdaging, vooral omdat een groot deel van de productie inmiddels buiten Nederland plaatsvindt. Een uitzondering is de tapijt- en textielindustrie; hier vindt een groot deel van de productie in Nederland plaats, vooral door het hoogtechnologische en kapitaalintensieve karakter van deze industrie. Ook is er sprake van 'reshoring'. Het in huis halen en houden van zowel procestechnologische als kennis van (duurzame) materialen is daarom

van groot belang. Kostenbeheersing door procesoptimalisatie, het zuinig omspringen met grondstoffen en energie kenmerken de bedrijfsprocessen van de nabije toekomst.

Er is vooral sprake van automatisering en digitalisering; robotisering is minder aan de orde. Bij tapijt heeft in het kader van voortdurende procesoptimalisatie wel meer robotisering plaatsgevonden. Waar processen geautomatiseerd en/of gedigitaliseerd kunnen worden, heeft dat goeddeels plaatsgevonden. De rest blijft vooralsnog 'handwerk'. Volgens experts in de mode worden door 3D technieken het co-ontwerpen van mode samen met consumenten in de toekomst gangbaarder. Experts denken dat 'robots in de mode-, textiel- en tapijtindustrie in aantocht zijn'. Op die manier kan wellicht een deel van de productie weer in Nederland plaatsvinden.³

Mogelijke impact op beroepen & skills in de MITT-sector⁴

- De introductie van nieuwe technologieën en/of installaties en/of aanpassingen aan bestaande installaties, vraagt van operators een kritisch denkvermogen, het vermogen om zich aan te passen aan veranderingen en nieuwe technieken te leren, kennis van besturing, productiesnelheid en kostenbewustzijn.
- In plaats van meerdere machines is er sprake van 'alles in één'. De stappen zelf en het aantal stappen in het proces veranderen, dit moet de operator kunnen overzien en inschatten, op zo'n manier dat procesverstoringen tijdig gesignaleerd en verholpen worden (kwaliteitsbeheersing en -controle, op tijd de juiste keuzes maken). De operator moet de machines kennen, alsook de variabelen die worden gebruikt in de productie.
- Verdergaande automatisering/robotisering kan betekenen dat er minder werknemers nodig zijn en dat de vraag naar hoger technisch personeel stijgt (bijvoorbeeld door intern te trainen of on-the-job bij te scholen).

3. Trendrapport Handel van SBB (2021). 4. Bronnen: MITT Monitor 2017 en interviews Trend Update 2021.



2. Smart textiles

De combinatie van textiel en elektronica/ICT biedt de mogelijkheid om gegevens te verzamelen, monitoren en acties te kunnen ondernemen. Bijvoorbeeld voor het meten van hartslag- en ademhalingsfrequentie, het monitoren van slaappatronen, het registreren van bewegingen van sporters en in revalidatie, het waarnemen van omgevingseigenschappen, bijvoorbeeld bij een brand of op de arbeidsplaats. Toepassingen van smart textiles kunnen helpen om de kwaliteit van leven te verbeteren, maatschappelijke kosten te reduceren en veiligheid te vergroten.

Smart textiles in de MITT-sector

Smart textiles bevindt zich veelal nog in de ontwikkelfase; er worden in de nabije toekomst geen grootschalige toepassingen in bijvoorbeeld consumentenkleding verwacht. Toepassingen zijn momenteel vooral te vinden binnen sport, leisure, outdoor, bedrijfskleding en de zorgsector. Beroepskleding en persoonlijke beschermingsmiddelen lijken het

snelst groeiende segment, waarbij hoge eisen worden gesteld aan robuustheid en comfort.

Op het gebied van een gezond binnenmilieu zijn ontwikkelingen en innovaties gaande (vooral na COVID-19). De verwachting is dat hier nieuwe allianties en technologieën gaan ontstaan.

Mogelijke impact op beroepen & skills in de MITT-sector⁵

- De rol voor Nederlandse bedrijven ligt vooral in R&D, het ontwerp of productontwikkeling, minder in de productie.
- Basiskennis van smart textiles is minimaal nodig om te weten welke ontwikkelingen er spelen en om

afwegingen te kunnen maken over de eigen doelgroep, strategie en producten (inschatten wat de kansen in de markt zijn). Dit vraagt om interne bijscholing. Ook om in een sterk concurrerende markt proactief een stevige positie te verwerven.



3. Circulaire economie & Ecologische duurzaamheid

In een circulaire economie gebruiken we zo min mogelijk materialen en producten en hergebruiken we zoveel mogelijk. Hierdoor neemt de belasting van het milieu af. Grondstoffen, materialen en producten krijgen aan het eind van hun levensduur opnieuw een plek in de keten door ze te repareren, hergebruiken of te recyclen.⁶

Het kabinet heeft de ambitie om in 2030 de helft minder grondstoffen te gebruiken en in 2050 volledig circulair te zijn. Een circulaire economie vraagt om andere modellen die bijdragen aan een betere wereld en tegelijkertijd onze economie draaiende houden. Het vraagt om regie van de fabrikant over het product gedurende de gehele levensduur. Wanneer de fabrikant eigenaar blijft van zijn producten of materialen, kan hij zorgen voor optimaal (her)gebruik. Zo heeft het Europees Parlement onlangs een 'legislative report' over 'mandatory due diligence' goedgekeurd. Er komt wetgeving aan die bedrijven verantwoordelijk houdt voor hun gehele toeleveringsketen en hen verplicht om hun keten te onderzoeken, problemen te identificeren en misstanden aan te pakken én om daar transparant over te zijn.⁷

Circulaire economie & ecologische duurzaamheid in de MITT-sector

Na het eindigen van de (technische) levensduur van een product brengt de recycling ervan nog veel uitdagingen met zich mee, aldus gesprekspartners. Volgens het CPB is vooral de kwaliteit (door met name vervuiling) van textiel nog een obstakel, waardoor kleding en textiel niet goed gerecycled kunnen worden in werkbare materialen. Daarnaast zijn bijvoorbeeld vloerbedekkingen complexe producten die meestal bestaan uit een combinatie van materialen, waardoor recyclen lastig is. Dit maakt het belang van 'design for recycling' alleen maar groter. Er is nu vooral sprake van downcycling⁸ met lagere milieuwinst en opbrengsten. In het rapport van het CPB worden diverse beleidsinstrumenten benoemd die kunnen worden ingezet om recycling te bevorderen.⁹ Het tempo van innovaties en/of verdergaande regulering (landelijk/internationaal) is op dit moment nog lastig te bepalen.

De MITT-sector zet concrete stappen richting een circulaire sector, conform het Sectorplan 'Op weg naar een circulaire keten' en het Beleidsprogramma Circulair Textiel. De sector doet er veel aan om tot een evenwichtige totaalafpraak (Textiel Pact) te komen; dit

vergt uiteenlopende inspanningen in de hele keten waarbij de sector zich uiteindelijk moet omvormen van een lineair model naar een circulair model.

Eén van de onderdelen hiervan is een UPV (uitgebreide producenten verantwoordelijkheid). De UPV streeft naar producenten die hun producten zo maken dat ze goed te recyclen zijn, of duurzaam zijn. Deze producenten betalen minder aan het inzamelen en recyclingsysteem (bijvoorbeeld in de vorm van een verwijderingsbijdrage voor kleding/textiel). Het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (I&W) heeft in 2020 besloten om een UPV-systeem voor textiel in te voeren. Nederland loopt hiermee vooruit op de EU.¹⁰

Ook producenten en importeurs van vloerbedekkingen vinden de UPV een goede manier om circulariteit te verbeteren, mits aan een aantal randvoorwaarden wordt voldaan. Uit een verkenning die Partners for Innovation heeft uitgevoerd voor het ministerie I&W blijkt dat er draagvlak is 'voor een vrijwillige UPV, waarin koplopers het voortouw nemen, de invoering geleidelijk gaat, er eerst een recyclinginfrastructuur wordt opgebouwd en de UPV voor alle typen vloerbedekking geldt'.¹¹

6. Recycling zet afval om in grondstoffen (werkbaar materiaal). Bij het repareren of bij hergebruik wordt de levensduur verlengd (en is er dus geen sprake van afval). 7. modint.nl/nieuws/1082-due-diligence-wetgeving-wat-komt-er-op-ons-af 8. Bij downcycling worden producten en materialen omgezet in minder waardevolle producten en materialen. Het product wordt dus opnieuw gebruikt, maar verliest wel zijn waarde (het heeft niet meer de zuiverheid van de oorspronkelijke grondstof). 9. CPB, Meer milieuwinst door recycling # Hoe dan? (2019). 10. modint.nl/nieuws/657-upv-kleding-en-textiel-begint-vorm-te-krijgen/ 11. partnersforinnovation.com/nl/projects/upv-voor-vloerbedekkingen/



3. Circulaire economie & Ecologische duurzaamheid

Uit de jaarrapportage van het Convenant Duurzame Kleding en Textiel blijkt dat er zichtbare stappen voorwaarts zijn gezet, ondanks de coronapandemie. Zo steeg het percentage deelnemende bedrijven dat voldoet aan de convenant verplichtingen

van 63 naar 80 procent. De productieketens van deelnemende bedrijven worden steeds transparanter: van bijna 6.000 unieke productielocaties zijn de gegevens inmiddels openbaar. Het aandeel duurzamere grondstoffen nam toe van 28 naar 38 procent.¹²

Mogelijke impact op beroepen & skills in de MITT-sector¹³

- Kennis en expertise op het gebied van duurzaamheid is onmisbaar. Het gaat om begrip van ketensamenwerking en co-creatie, kennis van processen en hoe deze duurzaam te optimaliseren, design for recycling, kennis van duurzame materialen, normeringen, vermogen om bewustwording te creëren, duidelijk kunnen maken wat duurzaamheid betekent voor medewerkers/klanten en leveranciers, 3D printing, MVO, kennis over herkomst van materialen en productieomstandigheden, onderzoek en kennisdeling.
- De vraag naar kennis/skills op gebied van duurzaamheid zal toenemen, zowel aan de ontwerp-, inkoop- als de productiekant. Dit geldt met name voor bestaande functies zoals inkoper, kwaliteitsfunctionaris/-manager of productmanager. Er lijkt (ook vanwege de omvang van bedrijven) niet zozeer sprake van behoefte aan een nieuw type functionaris (zoals een sustainability manager).
- Operators van breierijen en weverijen moeten voldoende kennis hebben en kundig zijn in het verwerken van gerecyclede vezels.

¹² modint.nl/nieuws/1127-kleding-en-textielconvenant-boekt-resultaten-tijdens-coronapandemie ¹³ Bronnen: MITT Monitor 2017 en interviews Trend Update 2021.



4. Digitalisering & E-commerce

We richten ons bij onderstaande beschrijving vooral op de sub branches mode en wonen/interieur.¹⁴

Digitalisering & E-commerce

Uit recent data-onderzoek van ING en iDeal blijkt dat de toename van online verkopen enorm is toegenomen en doorzet in 2021; tot in mei 2021 groeiden de online aankopen met 70-80% ten opzichte van 2020, na een groei van ruim boven de 100% in het eerste kwartaal. Dit zorgt ook voor nieuwe uitdagingen, zoals hoge kosten omdat ook het aantal retourzendingen significant is toegenomen.¹⁵

Er wordt vaker geïnvesteerd in e-commerce, inclusief data-analyse, terwijl het fysieke vestigingsbeleid onder een vergrootglas ligt. De verhoudingen tussen online webshops en stenen winkels met een webshop zijn door Covid-19 sterk beïnvloedt.¹⁶ Ervan uitgaande dat de economie openblijft, verwacht ING dat een sanering van het aantal modewinkels beperkt kan blijven.¹⁷

Digitalisering & E-commerce in de MITT-sector

De consument laat zich niet meer zo makkelijk labelen en vertoont wisselend consumentengedrag. Sociale media hebben een grote invloed op de keuze van die consument. Service en advies zijn belangrijke manieren om je te onderscheiden én om loyale en toekomstbestendige klanten te genereren.¹⁸ Daarbij worden combinaties van online¹⁹ en fysieke verkoop gekoppeld aan persoonlijke service en advies op zo'n manier dat sprake is van een volledig afgestemde ervaring voor de klant waarbij de uitstraling, content en beleving altijd en overal gelijk zijn.

Mogelijke impact op beroepen & skills in de MITT-sector²⁰

- Investeren in strategische marketing en/of online verkoop/service is voor Nederlandse (mode- en interieur-) bedrijven noodzakelijk om in de toekomst de positie te behouden of te versterken. Dit vraagt om marketingprofessionals met verstand van consumentengedrag, e-commerce, social media, databeheer en dit kunnen vertalen naar de eigen onderneming.
- Kleine bedrijven hebben niet altijd een aparte afdeling marketing en sales. Medewerkers moeten hierin dan meer 'allround' kunnen functioneren.

¹⁴ Bij textiel en tapijt is dit anders. Bij tapijt zijn bijvoorbeeld tastbare aspecten bij de aankoop van producten nog steeds relevant; consumenten willen het product 'voelen' en zien. Daarnaast is voor de tapijtindustrie de internationale business to business markt een belangrijke klantengroep. ¹⁵ www.ing.nl/zakelijk/kennis-over-de-economie/uw-sector/outlook/detailhandel.html ¹⁶ modint.nl/content/38-mode ¹⁷ www.ing.nl/zakelijk/kennis-over-de-economie/uw-sector/outlook/detailhandel.html ¹⁸ We merken hierbij op dat een 'toekomstbestendige klant' in de mode anders is dan in de interieurbranche, waar de aankoopfrequentie gemiddeld eens per 7 jaar is. ¹⁹ Bijvoorbeeld door de inzet van sociale media en digitale onlineservice. ²⁰ Bronnen: MITT Monitor 2017 en interviews Trend Update 2021.



5. Marktpositionering: Productiviteitsverhoging, concurrentie & ketenverschuiving

Productiviteitsverhoging en innovatie spelen volgens gesprekspartners de komende jaren een essentiële rol in de positionering en concurrentiepositie van ondernemingen. Dit zien we ook terug in de resultaten van de recent uitgevoerde MITT Monitor 2021.²¹ Ook een hoge leverperformance kan bijdragen aan een stevigere positie in de markt (sneller leveren dan anderen).

(Internationale) positionering & concurrentie in de MITT-sector

In Nederland vindt nog steeds productie van textiel en tapijt plaats. De afgelopen jaren/decennia zijn er binnen de textielindustrie veel overnames geweest door buitenlandse bedrijven en/of investeerders. De mate waarin Nederland textiel blijft produceren en/of de productie nog verder verschuift naar het buitenland is lastig te zeggen.

Ook de tapijtindustrie is onderhevig (geweest) aan veranderingen. De verwachting is dat de komende jaren de concentratie en schaalvergroting in de Europese tapijtindustrie zal toenemen. Dit is overigens een trend die al decennia speelt.

Voor de tapijtindustrie is de UK een zeer belangrijke exportmarkt, die onzeker is door onder andere de Brexit (door de Brexit is de administratie toegenomen waardoor het transport soms langer duurt, waardoor de leveringsbetrouwbaarheid afneemt).

Vanaf 1 juli 2021 zijn nieuwe btw-regels van de EU van kracht. De consument betaalt dan altijd btw, ook voor bestellingen buiten Europa en ook voor bestellingen minder dan 22 euro (binnen de EU is dit al het geval). Op die manier kunnen webshops buiten de EU hun producten niet meer goedkoper aanbieden; dit zorgt dus voor een eerlijker concurrentie.²² Het is nog niet duidelijk wat de effecten zijn van deze nieuwe regels.

Op basis van resultaten van de MITT Monitor 2021 blijkt dat ruim een vijfde van de ondervraagde ondernemingen in de MITT-sector de komende vier jaar verwacht delen van de bedrijfsvoering verder uit te breiden in Nederland. Ongeveer 19% van de ondervraagde bedrijven in de mode- en interieurindustrie

geeft aan uit te breiden in zowel Nederland als het buitenland, voor textiel- en tapijtbedrijven is dat bij ca. 8% het geval. Een kleine groep bedrijven in de MITT-sector (6%) verwacht alleen uit te breiden in het buitenland.

Ruim de helft van de ondervraagde ondernemingen in de mode- en interieurindustrie en circa twee derde van ondernemingen in de tapijt- en textielindustrie geeft aan dat er in de markt in toenemende mate sprake is van buitenlandse concurrentie.

Ketenverschuiving in de MITT-sector

Op basis van het onderzoek in 2017 en de update in 2021 zien we de volgende ontwikkelingen:

- Volgens ruim de helft van de ondervraagde ondernemingen (MITT Monitor 2021) is samenwerking in de keten noodzakelijk om de marktpositie te behouden.
- Door internet hebben producenten zelf toegang tot lokale markten, waardoor ze vaker direct aan de eindgebruiker kunnen leveren (en voorraadhoudend zijn). Dit heeft gevolgen voor de prijsstelling.
- De producent/het merk pakt steeds meer de lead in de keten, met eigen (online) winkels en eigen productie. De producent overziet de markt, op basis van effectief databeheer en een businessmodel dat is gericht op efficiency en kostenreductie.
- Retailers kunnen rechtstreeks afnemen bij producenten en zijn daardoor steeds minder bereid te betalen voor de groothandel. De uitdaging voor de groothandel is het toevoegen van waarde in de keten (bijvoorbeeld door het toevoegen van diensten en service aan hun producten).
- Het hogere segment met eigen boetieks/winkels heeft last van lage omloopsnelheden, samenwerking in de keten is essentieel. Voor kleine winkels

²¹ Vier op de tien ondernemingen in de mode- en interieurindustrie en iets meer dan de helft van de ondernemingen in de tapijt- en textielindustrie geeft aan dat het, om de doelstelling van het bedrijf te realiseren, nodig is om de arbeidsproductiviteit de komende jaren te vergroten. En derde van de MITT-bedrijven kon dit op het moment van onderzoek niet aangeven of dit wel/niet nodig is. ²² Bron: www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/berichten/nieuws/douane/kopen-bij-een-webwinkel-buiten-de-eu



5. Marktpositionering: Productiviteitsverhoging, concurrentie & ketenverschuiving

is het lastig om te investeren in ICT, en die is nodig voor de analyse van data/consumentengedrag en businesscijfers. Winkels besteden zaken vaker uit door diensten in te kopen.

- Binnen de bedrijfskleding lijkt voorlopig

nog geen sprake van een grote verschuiving in de keten: bedrijven leveren aan de tussenhhandel, winkelketens en grootwinkeliers. Of dit op korte termijn gaat veranderen is onduidelijk.

Mogelijke impact op beroepen & skills in de MITT-sector²³

- Strategische marketing, het beter beheersen van financiële processen, sneller inspelen op een veranderende markt en kostenreductie zijn noodzakelijk om voldoende positie in de internationaal concurrerende markt te behouden.
- Globalisering en positionering vraagt om flexibiliteit, het kunnen omgaan met verschillende omgevingen (werkculturen), culturele sensitiviteit, creativiteit, (internationale) taalvaardigheid, sturen/managen op afstand (doortastend, geduld).

²³ Bronnen: MITT Monitor 2017 en interviews Trend Update 2021.



6. Veranderde vraag van de consument

Bedrijven veranderen mee met de veranderende consument. De consument is zich anders gaan gedragen, vindt andere dingen belangrijk, zoals gemak, behoefte aan advies en service, snelheid, maar ook duurzaamheid (weten waar producten vandaan komen, van welke materialen en onder welke omstandigheden ze gemaakt zijn) en is steeds beter geïnformeerd/opgeleid en daardoor kritischer. Om daar goed in mee te kunnen gaan is verstand van consumentengedrag, e-commerce, social media, databeheer en ontwikkelingen rondom duurzaamheid belangrijk.

De consument lijkt steeds meer te vragen naar tweedehands kleding. Uit een recent artikel van Het Parool blijkt dat volgens de Kamer van Koophandel het aantal tweedehandskleding-ondernemers groeide van 2.252 naar 2.415 zaken (online en offline). Het gaat hierbij niet alleen om nieuwkomers. Ook bestaande ondernemingen/ketens/retailers richten zich op de tweedehandsmarkt door bijvoorbeeld:

- bij warenhuizen tweedehandstextiel te verzamelen die worden verwerkt tot grondstoffen voor nieuwe producten;
- het opkopen van winkels voor tweedehandskleding;
- zelf (online) tweedehandskleding aan te bieden.²⁴

Ondanks deze toenemende belangstelling voor duurzaamheid zijn ook de (hyper) fast fashion en real-time fashion nog steeds populair, vooral onder jongeren. Er is inmiddels een nieuwe generatie klanten, Generatie Z (of de internet generatie). Ze zijn geboren tussen eind jaren 1995 en 2012 en brengen hun tijd voor een groot deel online door.²⁵ Social media en influencers spelen hier een grote rol. Behalve toenemend

bewustzijn op gebied van duurzaamheid, spelen ook (hyper) fast fashion en real-time fashion bij deze generatie nog steeds een grote rol.

De feitelijke vraag naar circulaire producten lijkt onder consumenten nog steeds beperkt, terwijl de intentie om duurzamer te consumeren lijkt toe te nemen. Consumenten lijken zich dus steeds bewuster te worden van het milieu, maar de prijs blijkt nog steeds de meest doorslaggevende factor te zijn tijdens het koopproces.²⁶

In de sub branches tapijt en interieur is nog niet duidelijk in hoeverre mensen anders gaan werken na de lockdowns. De pandemie heeft aangetoond dat veel taken thuis uitgevoerd kunnen worden. De verwachting is dat een deel van de kantorenmarkt leeg komt te staan. Daarnaast verandert de vraag naar kantoren; een kantoor wordt vooral een ontmoetingsplek. Het werken zal zich wellicht verspreiden over meerdere locaties; thuis, op kantoor of ergens anders.²⁷

Mogelijke impact op beroepen & skills in de MITT-sector²⁸

Het kunnen inspelen op de veranderde klant vraagt om klantgericht denken en handelen, het kennen van doelgroepen en weten hoe hierop in te spelen, kennis

van goederenstromen en verkoopkanalen, hoe meerwaarde en service voor klanten te realiseren. Zie ook de vierde trend over digitalisering/e-commerce.

24. CBS en Het Parool (19 juni 2021). 25. Bron: www.trouw.nl/nieuws/generatie-z-droomt-niet-maar-doet-ze-kookt-niet-maar-bestelt-en-denkt-niet-in-hokjes-bb0233fd/ 26. Aldus gesprekspartners in 2021. 27. Nils Kok, hoogleraar vastgoedfinanciering aan Maastricht University en Babette Bouman, architect en hoofd design bij Tétris in BNR Bouwmeesters (19 oktober 2020): www.bnr.nl/podcast/bouwmeesters/10423904/kantoren-na-corona 28. Uit: interviews MITT Monitor 2017 en interviews update 2021.



7. Vergrijzing & Sociale duurzaamheid

Nederland vergrijst: de leeftijdsopbouw van de bevolking verandert en het aandeel van oudere leeftijdsgroepen wordt groter, waardoor de gemiddelde leeftijd van de bevolking toeneemt.²⁹

De gemiddelde leeftijd van de werkende beroepsbevolking was in 2019 42 jaar en neemt de komende jaren verder toe. Het UWV geeft aan dat "het aantal zestigers de laatste tien jaar toegenomen is van 1,7 miljoen naar 2,1 miljoen. De gevolgen voor de arbeidsmarkt worden steeds duidelijker. De vergrijzing leidt tot een grote vervangingsvraag van arbeidskrachten, ondanks het feit dat mensen later met pensioen gaan. Bovendien bereikt het aandeel 50-plussers in de populatie 15-67 jaar het maximale niveau in 2023, om daarna te dalen. Met andere woorden, de vergrijzing neemt toe op landelijk niveau, maar is geconcentreerd in sommige sectoren. In een toenemend aantal sectoren ontstaan personeelstekorten. Deze tekorten zijn niet alleen te wijten aan de vergrijzing: door de aanhoudende economische groei zijn er meer vacatures dan ooit. Vergrijzing heeft overigens niet alleen gevolgen voor de vervangingsvraag. Omdat mensen langer doorwerken, is het ook van belang rekening te houden met de belastbaarheid van ouderen."³⁰

Vergrijzing in de MITT-sector

In de MITT-sector is er, net zoals in de rest van Nederland en de industrie, sprake van vergrijzing:

- De gemiddelde leeftijd van werknemers is in 2021 44,3 jaar en is toegenomen sinds 2017 (43,8 jaar). De gemiddelde leeftijd in de textiel- en tapijtindustrie (46,3 jaar) is hoger dan in de mode- en interieurindustrie (41,5 jaar).³¹
- Op basis van de MITT Monitor 2021 is vergrijzing voor ruim een kwart van de ondernemingen in de mode- en interieurindustrie en ruim zestig procent in de tapijt- en textiel industrie een knelpunt. Ten opzichte van de MITT Monitor 2017 zijn deze percentages in beide branches gestegen.
- De toenemende vergrijzing vraagt ook om het bevorderen van instroom van nieuw personeel en het zelf opleiden van personeel.³² Het ontbreken van gerichte mbo-opleidingen in de tapijt- en textielindustrie maakt het werven van nieuw personeel op middelbaar en lager niveau lastiger.

Sociale duurzaamheid

Met duurzame inzetbaarheid bedoelen we de inzet van gezonde, competente en gemotiveerde werknemers. Om beleid op het gebied van duurzame inzetbaarheid vorm te geven is kennis en informatie nodig, maar ook bedrijfsspecifiek beleid. Er is geen format dat past op alle organisaties, geen one size fits all. Het vraagt van HR, of medewerkers die betrokken zijn bij het personeels- en scholingsbeleid om creativiteit, het beheren van kerncijfers en een strategisch denkvermogen om dit beleid vorm te geven.

Sociale duurzaamheid in de MITT-sector

Bedrijven en werknemers in de MITT-branche erkennen het belang van (de eigen) duurzame inzetbaarheid.³³ De resultaten van een peiling onder werkgevers en werknemers in de MITT-sector worden opgenomen in de MITT Monitor 2021, die in het najaar van 2021 wordt uitgebracht. Duurzame inzetbaarheid is en blijft de komende jaren een belangrijk beleidspunt van SO MITT. Relevante informatie is opgenomen op www.mitt.nl/ www.ikbenmoi.nl

29. In 2020 was de grijze druk 33 procent: op elke 65-plusser zijn er 3 mensen in de werkzame leeftijd (20 tot 65 jaar). De komende jaren zal dit nog toenemen tot bijna 50 procent, om daarna licht af te nemen, zo is de verwachting in de bevolkingsprognose. Uit: CBS, Ouderen (cbs.nl) (2021). 30. UWV, Duiding arbeidsmarktontwikkelingen. (2020). 31. Cijfers zijn gebaseerd op gegevens van het pensioenfonds AZL, bewerkt door SO MITT (2021). 32. Er zijn in de tapijt- en textielindustrie alleen nog allround procesoperator opleidingen op mbo-niveau, niet meer specifiek voor MITT (alleen nog twee keuzedelen voor Textiel). Daarom leiden de meeste gesprekspartners hun operators inmiddels zelf op of werven bij anderen, ook in sectoren buiten de MITT. Het opleiden gebeurt vooral op basis van een meester-gezel constructie (waarbij de oudere werknemer de rol van meester heeft) en niet met hele grote aantallen tegelijk. Houding is hierbij het belangrijkste, samen met gevoel voor stof, textiel en zin in techniek/technologie (het leuk vinden). 33. MITT Monitor 2017 en 2021 34. Bronnen: MITT Monitor 2017 en interviews Trend Update 2021.



7. Vergrijzing & Sociale duurzaamheid

Mogelijke impact op beroepen & skills in de MITT-sector³⁴

- Vergrijzing en sociale duurzaamheid vragen de komende jaren om sectorale en bedrijfsmatige acties en beleid. Hierbij kan het gaan om het bieden van de benodigde voorzieningen en (financiële) regelingen, het ontwikkelen van sectoraal beleid, cao-afspraken, maar ook het verhogen van de bewustwording en eigen regie rondom duurzame inzetbaarheid, gezond werken, een leven lang ontwikkelen, het kunnen bieden van passend werk, het terugdringen van ziekteverzuim en arbeidsongeschiktheid etc.
- Duurzame inzetbaarheid en vergrijzing vragen de komende jaren (extra) aandacht van:
 - Directie/management: het ontwikkelen en (laten) implementeren van strategisch (DI-)beleid.
 - HR-professionals: het mede ontwikkelen en uitvoeren van o.a. gericht en duurzaam personeels-, verzuim- en scholingsbeleid.
 - Leidinggevenden: het in gesprek gaan over duurzame inzetbaarheid, het signaleren van knelpunten en bieden van (passende) ontwikkelmogelijkheden en werkomstandigheden.
 - Medewerkers: het werken aan de eigen duurzame inzetbaarheid door bewustwording en gedrag(-verandering) rondom fysieke, mentale, en financiële gezondheid en (een leven lang) leren en ontwikkelen.

Bijlage 1. Overzicht gesprekspartners

Geïnterviewden	Functie / Afdeling	Branche / focus
1	Branche-expert	Mode-industrie (incl. bedrijfskleding)
2	Directie	Mode-industrie
3	Directie	Bedrijfskleding
4/5	Directie / HR	Interieurindustrie
6/7	HR	Tapijtindustrie
8	Branche-expert	Tapijtindustrie
9	HR	Textielindustrie
10/11	Directie / Proces engineering	Textielindustrie
12	Branche-expert	Textielindustrie
13/14	HR / Kwaliteit	Textielindustrie

moi.

is er voor iedereen
in de **mode-**



interieur-



tapijt-



textielindustrie!



Voor info, tips
en tools, kijk op
ikbenmoi.nl

Haal het
beste uit jezelf
vandaag **én** morgen.