



Behov for digitale kompetencer hos humanistiske kandidater

Behovet for humanistiske kandidater med digitale kompetencer er stærkt stigende i de private virksomheder. Næsten halvdelen af alle jobopslag, der er rettet mod humanistiske kandidater i den private sektor, der efterspørger en digital profil. Dermed er det ikke længere kun it-specialisterne, der skal drive den digitale omstilling i virksomhederne.

Forord

Den teknologiske udvikling og de digitale muligheder rummer et enormt vækstpotentiale for danske virksomheder og for samfundet. Men udviklingen betyder også, at der er behov for nye kompetencer i virksomhederne.

I de tidlige faser af digitaliseringen var det it-specialisterne, der var digitaliseringens fortrøp. It-specialisterne er der fortsat et stort – og stigende – behov for. Men i disse år breder digitaliseringen sig fra at være noget, der sker i tech-branchen til noget, der finder sted i alle dele af erhvervslivet. Derfor bliver det stadig vigtigere, at også medarbejdere, der ikke er specialister, er klædt på til den digitale omstilling.

Digitale kompetencer betyder ikke, at alle skal kunne kode og udvikle, men flere skal agere som *digitale integratorer*.

En digital integrator identificeres som en profiltype, der kan afkode de teknologiske muligheder med kendskab til dens styrker og begrænsninger og binde ny teknologi sammen med udviklingen af nye produkter, koncepter og forretningsmodeller. Det gælder f.eks. kommunikationsmedarbejderen, der skal styrke virksomhedens branding og forstå kundernes behov ved brug af nye digitale værktøjer, og etnologen, der skal analysere, hvordan et nyt digitalt værktøj kan skabe værdi i virksomheden.

DI har udarbejdet en række analyser, der illustrerer udviklingen i behovet for digitale kompetencer blandt samfundsvidenskabelige, humanistiske, naturvidenskabelige og sundhedsvidenskabelige kandidater.

Med denne analyse af behovet for digitale kompetencer blandt de humanistiske kandidater ønsker DI at give et nuanceret billede af behovet for digitale kompetencer hos denne medarbejdergruppe. Dette kan bidrage til uddannelsesinstitutionernes arbejde med at tilpasse uddannelserne til virksomhedernes efterspørgsel, så de humanistiske kandidater får et digitalt mindset og den nødvendige digitale indsigt og kunnen.

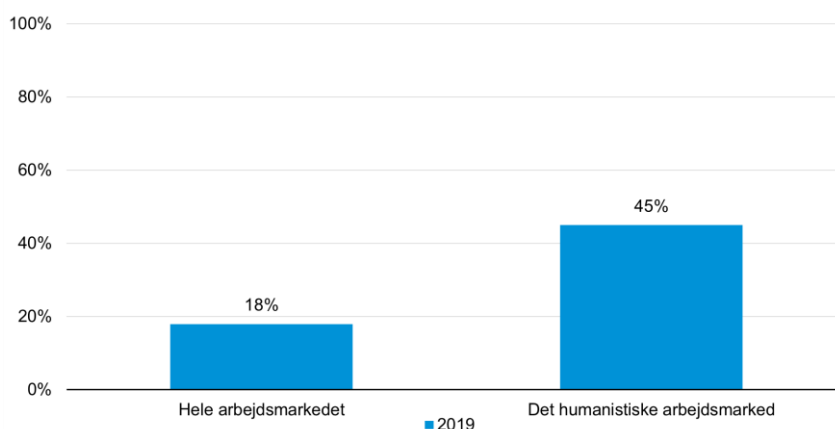
Analysen tager udgangspunkt i data fra HBS Economics. HBS Economics har identificeret profiltypen *digital integrator* gennem en web scraping af stillingsopslag rettet mod kandidater med humanistisk baggrund.

Virksomhederne efterspørger it-kompetente humanistiske profiler

Efterspørgslen på digitale kompetenceprofiler er særligt udtalt i jobtyper, der typisk varetages af humanistiske kandidater i den private sektor.

I 2019 blev der i næsten hvert andet jobopslag rettet mod en humanistisk kandidat i den private sektor efterspurgt en digital integrator. Efterspørgslen er mere end dobbelt så høj på det humanistiske arbejdsmarked i den private sektor (45 pct.) som på det samlede arbejdsmarked (18 pct.).

Efterspørgslen efter digitale integratorer er langt større på det humanistiske arbejdsmarked end på det generelle arbejdsmarked



Anm.: Det humanistiske arbejdsmarked er afgrænset til det private arbejdsmarked og for kandidater med kompetencer fra en videregående uddannelse, mens hele arbejdsmarkedet inkluderer det private og offentlige, samt alle kompetenceniveauer.

Kilde: HBS Economics for DI

Efterspørgslen på digitale integratorer er størst hos humanistiske kandidater sammenlignet med kandidater fra andre hovedområder

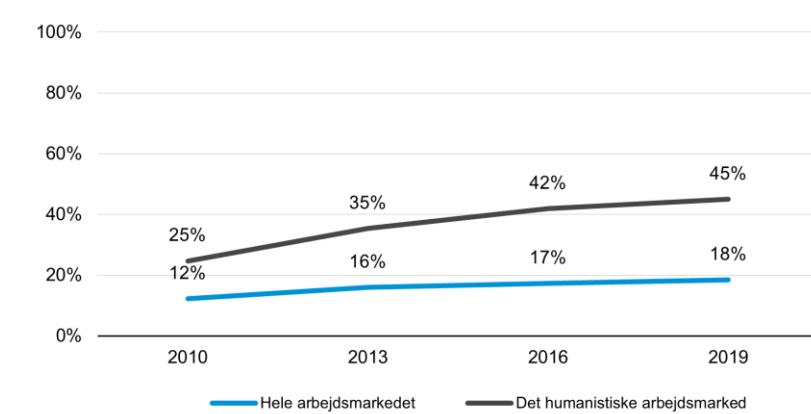
Andelen af jobopslag, der efterspørger humanistiske digitale integratorer på det private arbejdsmarked, er steget markant over de sidste ti år sammenlignet med andelen for hele arbejdsmarkedet.

I perioden 2010 til 2019 steg andelen af jobopslag rettet mod humanistiske digitale integratorer 20 procentpoint på det private arbejdsmarked, mens andelen på det samlede arbejdsmarked steg med 6 procentpoint.

Det humanistiske arbejdsmarked er det arbejdsmarked, hvor efterspørgslen efter digitale integratorer er højest, sammenlignet med

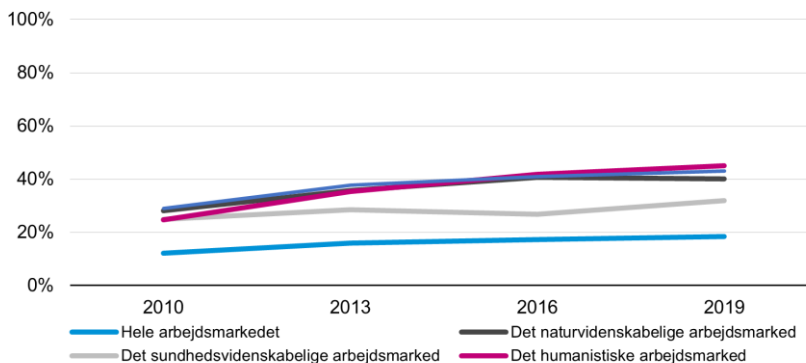
det naturvidenskabelige, samfundsvidenskabelige og sundhedsvidenskabelige arbejdsmarked. Samtidig er det på det humanistiske arbejdsmarked, at stigningen har været størst over tid (20 procentpoint).

Udviklingen i efterspørgslen på digitale integratorer er markant højere på det humanistiske private arbejdsmarked



Anm.: Det humanistiske arbejdsmarked er afgrænset til det private og til kandidater med en videregående uddannelse, mens hele arbejdsmarkedet inkluderer det private og offentlige, samt alle kompetenceniveauer.
 Kilde: HBS Economics for DI

Udviklingen i efterspørgslen på digitale integratorer blandt kandidater fra alle hovedområder

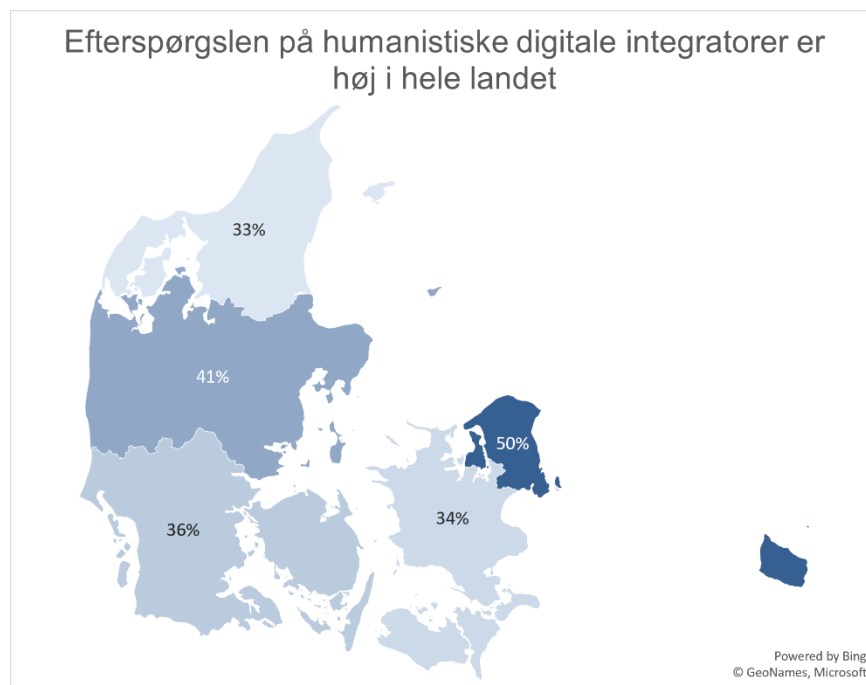


Anm.: Arbejdsmarkedet for HUM, SAMF, NAT og SUND er afgrænset til det private arbejdsmarked og for kandidater med en videregående uddannelse, mens hele arbejdsmarkedet inkluderer det private og offentlige, samt alle kompetenceniveauer.
 Kilde: HBS Economics for DI

Humanistiske digitale integratorer efterspørges i hele landet – særligt i hovedstadsområdet

Efterspørgslen på humanistiske digitale integratorer på det private arbejdsmarked er høj i alle landets fem regioner. Efterspørgslen på digitale integratorer er højest i Region Hovedstaden, hvor hvert andet stillingsopslag rettet mod en humanistisk kandidat efterspørger en digital integrator. Næsthøjest er Region Midtjylland (41 pct.) efterfulgt af Region Syddanmark (36 pct.) og Region Sjælland (34 pct.). I Region Nordjylland er efterspørgslen lavest. Her er det hvert

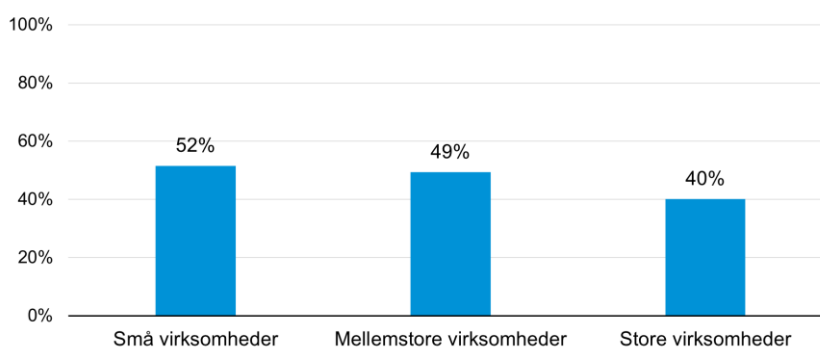
tredje stillingsopslag, der efterspørger en humanistisk digital integrator.



Humanistiske digitale integratorer efterspørges i virksomheder af alle størrelser

Behovet for humanister med digitale kompetencer er stort på tværs af små og store virksomheder. I små virksomheder med under 50 ansatte, er det over halvdelen (52 pct.) af stillingsopslagene rettet mod humanistiske kandidater, der efterspørger en digital integrator. For de mellemstore virksomheder er det 49 pct., og for de store virksomheder er det 40 pct.

Efterspørgslen på humanistiske digitale integratorer er høj på tværs af virksomhedsstørrelser



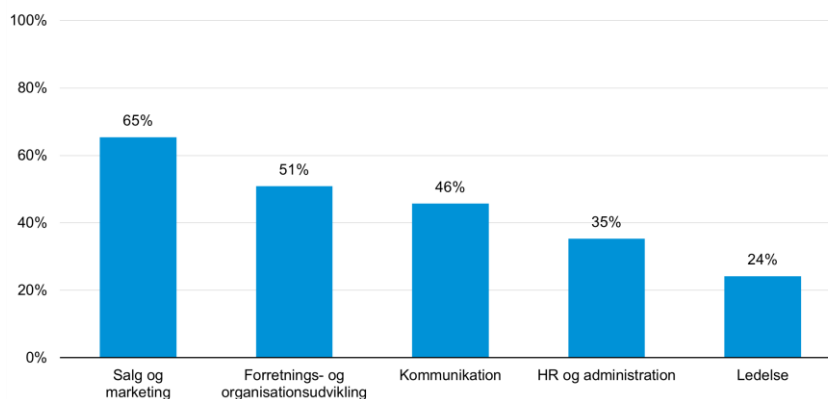
Anm: Denne opgørelse inkluderer udelukkende efterspørgslen i den private sektor og efterspørgslen efter integratorer med en videregående uddannelse. Små virksomheder har færre end 50 ansatte, mellemstore har mellem 50 og 199, og store virksomheder har 200 eller flere ansatte.

Kilde: HBS Economics for DI

Efterspørgslen på humanistiske digitale integratorer varierer på tværs af jobområder

Efterspørgslen på humanistiske kandidater med digitale kompetencer er generelt høj, men der er forskel på andelen af jobopslag, der efterspørger humanistiske digitale integratorer på tværs af forskellige jobområder. Nedenstående figur illustrerer andelen af humanistiske jobopslag, der efterspørger en digital integrator opdelt på fem forskellige jobområder. Andelen strækker sig fra 24 pct. inden for ledelse til 65 pct. inden for salg og marketing.

Efterspørgslen på humanistiske digitale integratorer fordelt på jobområder



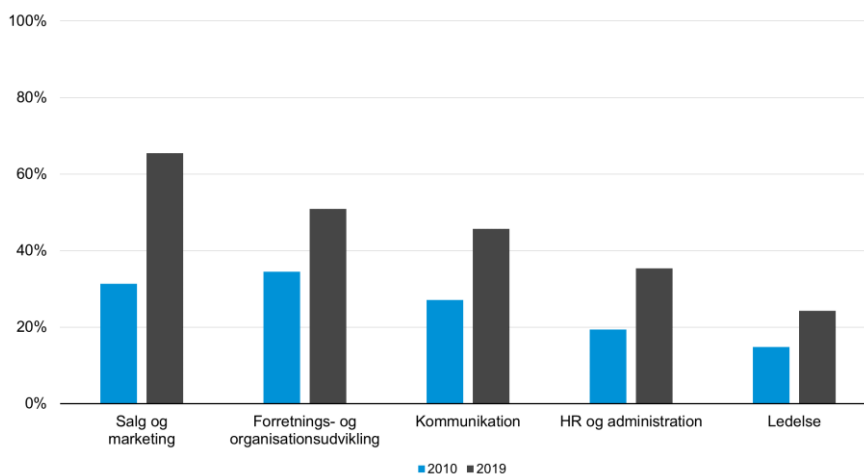
Anm.: Denne opgørelse viser udelukkende efterspørgslen i den private sektor og efterspørgslen efter integratorer med videregående uddannelse

Kilde: HBS Economics for DI

Inden for alle fem jobområder er der fra 2010 til 2019 sket en markant vækst i andelen af jobopslag, der efterspørger humanistiske digitale integratorer. For flere af jobområderne er der sket en fordobling. Den høje vækst vidner om en meget stor digitaliseringshastighed på tværs af det humanistiske arbejdsmarked.

Udviklingen i andelen af jobopslag, der efterspørger humanistiske digitale integratorer, har været højest blandt humanistiske jobprofiler, der varetager virksomhedernes eksterne opgaver. Dette er eksempelvis salg og marketing, hvor andelen er steget med 34 procentpoint, og kommunikation, hvor andelen er steget med 19 procentpoint i perioden 2010 til 2019. For jobområdet forretnings- og organisationsudvikling samt HR og administration er andelen steget med 16 procentpoint, og for ledelsesområdet er den steget med 9 procentpoint.

Udviklingen i andelen af jobopslag, der efterspørger humanistiske digitale integratorer på tværs af jobområder



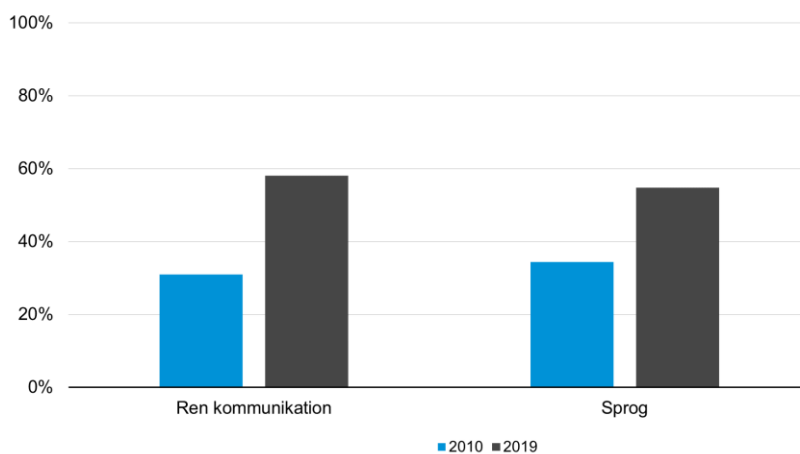
Anm.: Denne opgørelse viser udelukkende efterspørgslen i den private sektor og efterspørgslen efter integratorer med videregående uddannelse

Kilde: HBS Economics for DI

Den stigende efterspørgsel efter digitale integratorer ses også, når man skelner mellem de to overordnede humanistiske kompetenceprofiler – kommunikation og sprog.

Ser vi på de klassiske kommunikationsuddannede, er andelen af jobopslag rettet mod digitale integratorer steget med 27 procentpoint fra 2010 til 2019. Det er i denne kompetencegruppe, at stigningen er størst. For de klassiske sproglige profiler er der tale om en stigning på 21 procentpoint i perioden 2010-2019.

Udviklingen i andelen af jobopslag, der efterspørger humanistiske digitale integratorer inden for sprog og kommunikation



Anm.: Denne opgørelse viser udelukkende efterspørgslen i den private sektor og efterspørgslen efter integratorer med en videregående uddannelse.

Kilde: HBS Economics for DI

Eksempler på jobopslag til humanistiske digitale integratorer

Eksempler fra salg og marketing

(...) Som Campaign Manager får du en nøglerolle, som består i at identificere og analysere data om medlemmerne, samt stille disse til rådighed for vores digitale løsninger, som omfatter marketing automation, web og mobil. Du skal kunne tilegne dig en **god, teknisk forståelse for vores dialogplatform** og sammen med vores dialog manager arbejde med design og implementering af automatiserede flows på tværs af vores kanaler.

Vi forventer, at du har konkret erfaring med et eller flere dialog/marketing automation værktøjer. Har erfaring med at arbejde med data til personalisering/ kampagneafvikling. Har evne og interesse for at sætte dig ind i vores processer, produkter og data, så arbejdet kan tage udgangspunkt i en forståelse for forretningskrav. Har en god teknisk forståelse og kan indgå i dialog med både data-specialister, udviklere og systemleverandører. Forstår og kan anvende SQL på brugerniveau (...)

Eksempler fra kommunikation

(...) Vi søger en kollega, der er nyuddannet eller har et par års erhvervs erfaring fra arbejdet med digital politisk kommunikation. Har et godt øje for den politiske debat og erfaring med at sætte dagsordener på sociale medier. Har stærke it-kompetencer og erfaring med CMS- og CRM-systemer, herunder f.eks. Wordpress, Mailchimp, Chimpbuilder.

I jobbet kommer du til at have ansvaret for strategisk udvikling af vores eksterne, digitale platforme. Formidle vores 2025-strategi på en vedkommende måde for kunder og interessenter. Opsøge og udfolde historier på en veloplagt og kreativ måde for vores kunder og andre interessenter. Arbejde i CMS-system, Google Analytics, Siteimprove samt SEO. Lave indhold til sociale medier og bruge dem professionelt (...)

Eksempler fra HR og administration

(...) Hovedvægten i stillingen ligger på digitalisering, rapportering og effektivisering af bankens HR-praksisser. Det er derfor vigtigt, at du har flair for IT, både i forbindelse med implementering af systemer, men også har interesse i at arbejde i forskellige systemer, da mange af opgaverne består af udvikling, registrering og vedligeholdelse af data. Da mange af vores data bearbejdes i Excel, skal du have flair for at arbejde og bearbejde data og præsentere dem på en overskuelig måde.

Dine opgaver bliver at udvikle, designe, planlægge, koordinere og gennemføre udviklings- og læringsaktiviteter, herunder også e-learning, være tovholder på diverse udviklingsprojekter som f.eks. øget digitalisering og herunder udvikling af webinarer, podcasts mv., arbejde med at fremme videndeling og feedback kultur, bidrage til den løbende udvikling og optimering af HR-processer og værktøjer for at sikre effektivitet og et højt fagligt niveau i HR-ydelserne (...)

Eksempel fra forretnings- og organisationsudvikling

(...) Du er ikke UXer, men du kan sætte dig i kundens sted og tegne en enkel og effektiv kunderejse. Samtidig skal kunderejsen ramme rigtigt ned i bankens systemer, så der også er en optimal proces på indersiden. Du formår at se digitale quick wins, som gør kundernes hverdag lettere og gør processen mere effektiv for banken.

Vi søger en ny kollega, der kan hjælpe os med kundeindsigter gennem research, og som synes, det er inspirerende at være med til at definere vores digitale ambitioner samt udvikle innovative løsninger, der skaber værdi for kunderne. Vi søger en kollega, der har overblikket og evnerne til at omsætte kundens forretningsønsker og krav til integrerede, dynamiske og brugervenlige forretningsapplikationer baseret på Microsoft Dynamics CRM (...)

Eksempler fra ledelse

(...) Do you want to be part of an organisation that knows how important HR systems are in enabling us to analyse people and organisational data? We are looking for a Head of HR Systems og Insights who will build further on the journey we have started to develop our HR systems landscape and platforms so that they support the business in meeting the ambitious growth targets of the company (...)