Kolding den 1. februar 2016

Behovsanalyse: Diplomuddannelse i e-konceptudvikling

Indledning

Den studerende på udbuddet får mulighed for at tilegne sig viden efterspurgt i forskellige brancher inden for e-handel, online markedsføring, digital reklame, kommunikation og design. Den enkelte kan vælge moduler efter behov og sammensætte sit studieforløb til at udgøre en fuld diplomuddannelse. Uddannelsen udbydes pt. kun i København, som det eneste sted i Danmark.

Af Erhvervsakademi Koldings behovsanalyse fremgår det, at der er behov for et udbud i Sydjylland af en efteruddannelse som diplomuddannelsen i e-konceptudvikling.

Ansøgning om dette udbud er baseret på følgende:

- Der er en stort og konstant stigende vækstpotentiale i de virksomheder, der baserer deres vækst på digitale processer
- Der er et efterspurgt behov for kompetenceudvikling fra disse virksomheder i udbudsområdet
- Der eksisterer ikke relevante udbud, der dækker dette behov i akademiets dækningsområde

Det fremgår af analysen, at der er behov for efteruddannelse inden for digital markedsføring, online kommunikation og e-handel. Der er nemlig mange marketing- og kommunikationsmedarbejdere i virksomheder og bureauer, der ved for lidt om, hvordan man bruger nettet til udvikling af nye koncepter, online markedsføring og digital kommunikation.

Henrik Theil, FDIH: Internettet er en del af dagens erhvervsliv, og dets rolle er stærkt stigende, hvilket gælder såvel for B2C som B2B. Det skaber et behov for uddannelser, som giver virksomhedernes medarbejdere mulighed for at udvikle deres kompetencer i takt med den udvikling, som deres arbejdspladser gennemlever[1].

Behovet i dækningsområdet er afledt af den nærmest eksplosive vækst i e-handel og anvendelsen af digitale medier i virksomhedernes markedsføring og kommunikation på både landsplan og verdensplan. En eksplosiv vækst der sker i alle områder af Danmark, også blandt virksomhederne i dækningsområdet.

Rune Hansen, administrerende direktør, OnlinePartners, Kolding udtaler: Der er ingen tvivl om, at der er behov og ønske om at efteruddanne sig inden for online markedsføring. Virksomhedernes interesse for fx søgemaskineoptimering, sociale medier og e-handel er kolossal. Det er et område i rivende udvikling, og konkurrencen skærpes hele tiden.

[1] Citat fra oprindelig ansøgning om ny diplomuddannelse i e-konceptudvikling.

Samtidig er det afgørende for både virksomheder og medarbejdere, at der er efteruddannelsestilbud rimelig tæt på hjemmet eller arbejdspladsen, så transporttiden kan minimeres.

Jacob Schack Iversen, brancheforeningen Dansk Markedsføring udtaler: Udviklingen inden for digital markedsføring fra for bare tre år siden og til nu er eskaleret helt vanvittigt. Når man kigger på virksomhedernes marketingbudgetter, så har over halvdelen af budgetterne i dag et digitalt afsæt ... der er et kæmpe kompetencegab i forhold til medarbejdernes digitale kompetencer og den virkelighed, vi har i dag.

Dækningsområdet rummer mange virksomheder inden for handel og turisme, som i særlig grad oplever stigende e-handel. Disse virksomheder efterspørger derfor også i stigende grad digitale kompetencer.

Endelig rummer dækningsområdet et bredt spekter af brancher og virksomheder, hvor der er behov for udvikling af den digitale markedsføring og dermed også behov for medarbejdere med digitale kompetencer.

Arbejdsmarkedets udvikling

E-handlen i Danmark er i nærmest eksplosiv vækst. I 2014 blev der samlet set e-handlet 132 mio. gange i Danmark med et samlet forbrug på 73,7 mia. kr., svarende til en stigning på hhv. 25 % og 18 % i forhold til 2013. Det viser FDIH's e-handelsanalyse for 2014 (årsrapport):

Kolding den 1. februar 2016

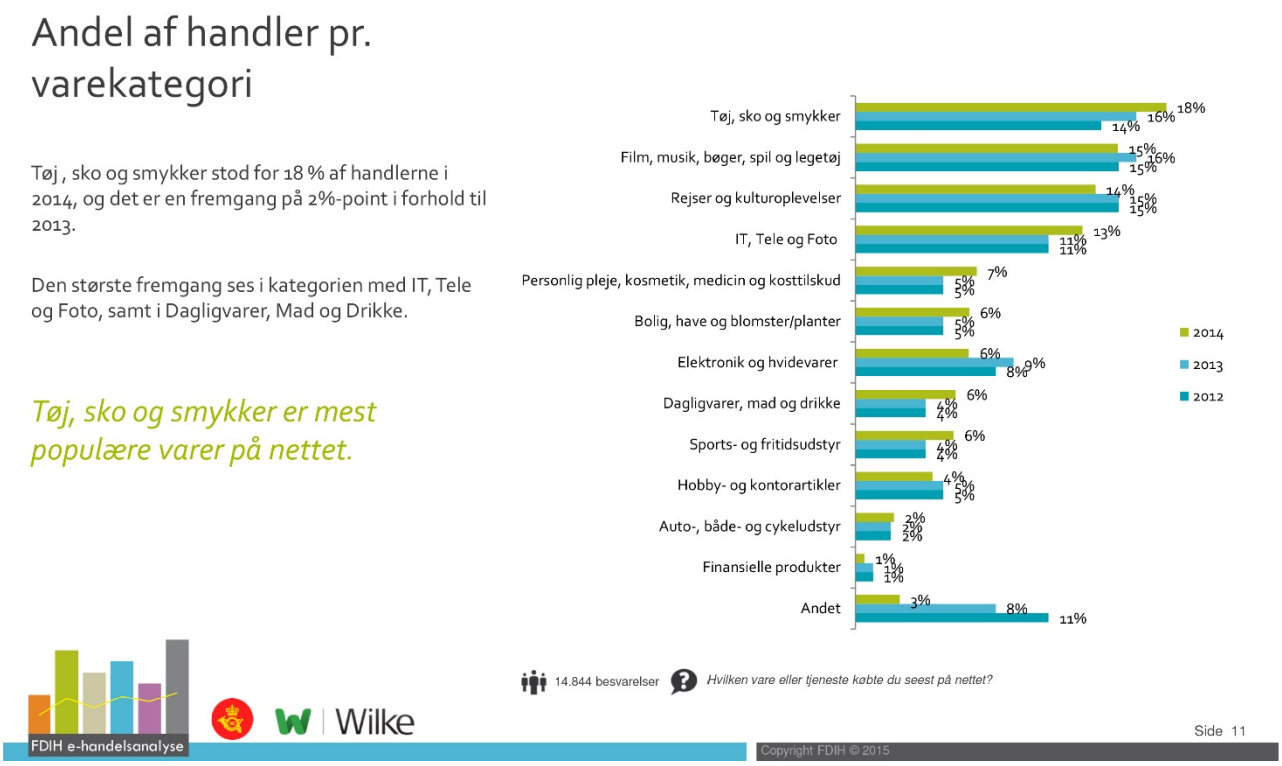
	Antal handler (mio.)	Antal handler (udvikling ift. 2013)	Forbrug (mia. kr.)	Forbrug (udvikling ift. 2013)
2009	48	n/a	32	n/a
2010	63	+31%	40	+25%
2011	76	+21%	46	+15%
2012	90	+18%	54,7	+19%
2013	106	+18%	62,4	+14%
2014	132	+24%	73,7	+18%

	Forbrug i Danmark (mia. kr.)	Forbrug i Danmark (udvikling)	Forbrug i udlandet (mia. kr.)	Forbrug i udlandet (udvikling)
2012	42,1	n/a	12,6	n/a
2013	45,2	+7,3%	17,1	+36,3%
2014	50,1	+10,8%	23,6	+37,5%

Kilde: FDIH estimat på baggrund af Nets Danmarks Dankort transaktioner på nettet 2014 samt FDIH e-handelsanalyse 2014

E-handlen fordeler sig på en række forskellige varekategorier, hvor handel med tøj, sko og smykker stod for 18% af handlerne i 2014, film, musik, bøger m.v. 15 % og rejser og kulturoplevelser 14 % (nedenfor).

Kolding den 1. februar 2016



Trekantområdet er kendt som et af Danmarks store handelscentre, og netop inden for handel med et bredt udvalg af fysiske varer er der en betydelig vækst og dermed potentiale for e-handel, jf. ovenfor.

Aktuelt har det store svenske e-handelsbureau Vaimo købt Kolding-virksomheden Customerwise. Vaimo er et svensk e-handelsbureau med kontorer 12 steder i verden – og nu også i Kolding. Bureauet har købt Customerwise og omdøbt bureauet til Vaimo.

"Vaimo har gennem kontinuerlig, stærk vækst og international anerkendelse vist sig som en af de dygtigste udviklings- og konsulenthuse inden for e-handel i Europa. Som en del af Vaimo positionerer vi os i markedet med nye muligheder for både eksisterende og fremtidige kunder," siger Henrik Feld-Jakobsen og fortsætter:

"Vi er blandt andet den eneste danske e-handelspartner med fysiske kontorer i alle de nordiske lande, hvilket er afgørende for de kunder, der vil ekspandere ud over Danmarks grænser."

Henrik Feld Jakobsen var hovedaktionær i Customerwise og fortsætter som landechef.

Henrik Feld-Jakobsen fortæller, at det var mere attraktivt at sælge 100 pct., fordi man så kunne blive fuldt integreret i Vaimo-organisationen.

Kolding den 1. februar 2016

Med de 22 medarbejdere i Kolding (og nogle stykker i København) kommer Vaimo nu op på i alt 230 medarbejdere. Bureauet har ekspanderet stærkt og modtaget den svenske Gazelle-pris. (http://www.bureaubiz.dk/Nyheder/Artikler/2016/Uge-4/Stort-svensk-e-handelsbureau-koeber-dansk-bureau)

Dansk Erhverv har i foråret 2015, lavet forskellige vækstscenarier om e-handel i 2020, som understøtter de hidtidige vækstrater og dermed behovet for kvalificeret arbejdskraft.

Kolding den 1. februar 2016

Politiske nyheder 22-05-2015

Ny fremskrivning viser, at danskerne i 2020 vil lægge op mod 185 milliarder kroner i netbutikkerne. Med den stigende e-handel følger en øget e-grænsehandel, som koster danske arbejdspladser og momsprovenu.

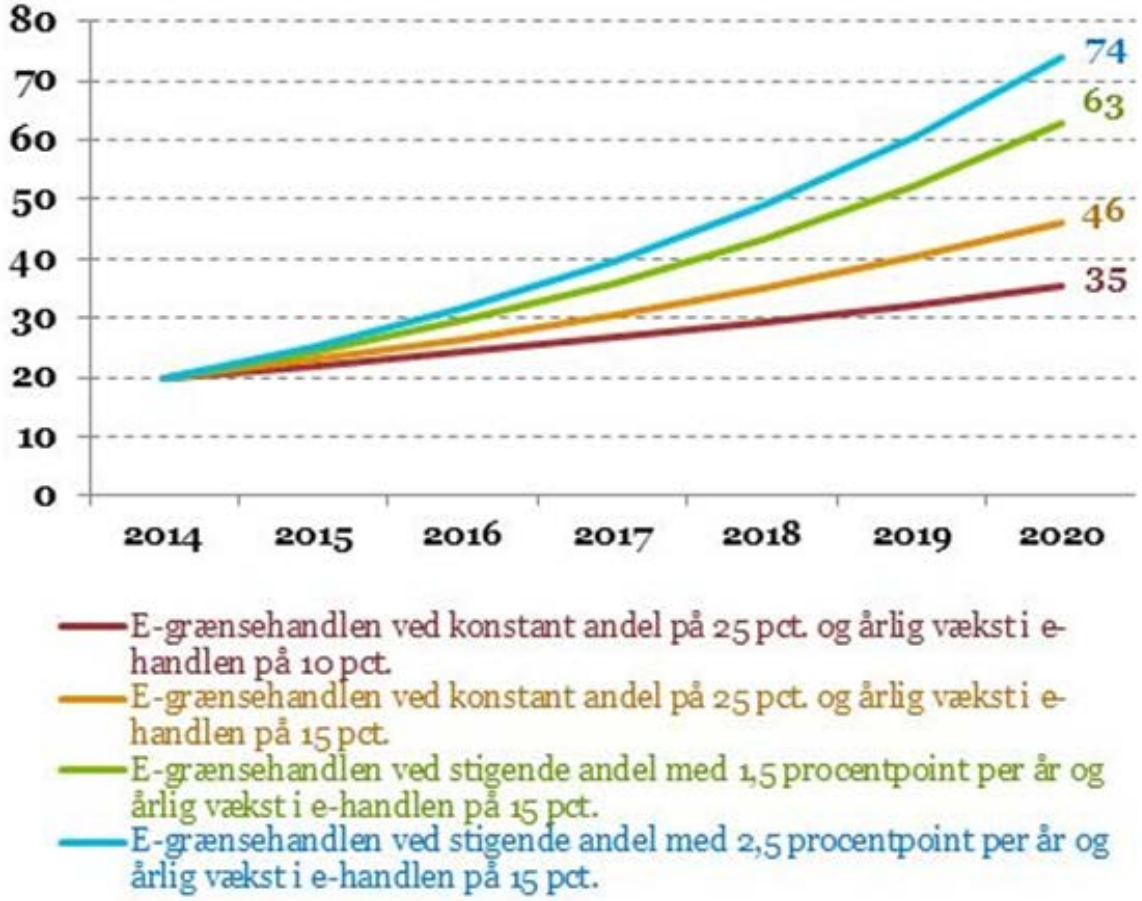
Danskerne er flittige med pc, tablet og smartphone, når de handler. E-handlen slog således igen rekord i 2014 og rundede ifølge Dansk Erhvervs beregninger 80 mia. kr.

To-cifrede vækstrater i e-handel

De senere år har e-handlen i Danmark tegnet sig for tocifrede vækstrater, og vækstpotentialet er fortsat enormt. Dansk Erhvervs fremskrivning viser, at hvis e-handlen fx årligt vokser med 15 pct., vil den beløbe sig til 185 mia. kr. i 2020.

Læs hele analysen i Dansk Erhvervs Perspektiv nr. 12/2015

Udviklingen i danskernes e-grænsehandel i forskellige vækstscenarier frem mod 2020, faste priser, mia. kr.



I samme analyse understreges behovet for at styrke de danske kompetencer inden for e-handel, da danske virksomheders konkurrencekraft er under pres fra e-grænsehandlen. En konkurrence, der har stor indflydelse på både for B2C som B2B i Sydjylland.

Arbejdsstyrkens udvikling

Online markedsføring og digital kommunikation er kompetenceområder, som er blevet generiske, og som indgår i en meget høj andel af alle marketingstillinger på det danske arbejdsmarked. Det gælder i både små og store virksomheder og på tværs af brancher. Det bekræftes bl.a. af Erhvervsakademi Koldings fokusgruppeinterview, hvor behovet bekræftes i såvel enmandsvirksomheder med aktiviteter udelukkende i Danmark som i store internationale koncerner med tusindvis af ansatte på tværs af mange lande. Behovet findes også i mange brancher, fra relativt nye digitale bureauer til gamle industrivirksomheder.

På Dansk Markedsførings jobportal den 1. februar 2016 listes 278 job:



Ud af de 278 ledige stillinger er 70 af dem inden for digital marketing, svarende til 25% af det samlede udbud. Herudover indgår digital markedsføring også i en del af de øvrige stillinger.

Kolding den 1. februar 2016

Jacob Schack Iversen, Dansk Markedsføring siger: Det er vanskeligt at sætte tal på, hvor mange marketingmedarbejdere, der arbejder med digital markedsføring. Men udviklingen inden for digital markedsføring fra for bare tre år siden og til nu er eskaleret helt vanvittigt. Når man kigger på virksomhedernes marketingbudgetter, så har over halvdelen af budgetterne i dag et digitalt afsæt. Det er helt anderledes end for bare tre år siden, hvor markedsføringen var meget mere analog.

For eksempel er rejser og kulturoplevelser den 3. største kategori inden for e-handel, jf. tidligere reference til FDIH's årsrapport 2014. I hele region Syddanmark er der 25.000 personer i beskæftigelse alene i turisme- og oplevelsesbranchen, og regionen har et defineret mål om en tilvækst af arbejdspladser inden for oplevelseserhvervet med 15% frem til 2020.

Der er imidlertid også en række udfordringer, hvor regionen bl.a. fremhæver det lave uddannelsesniveau inden for turismebranchen og oplevelseserhvervet i bred forstand. Der ønskes derfor en langsigtet opkvalificering: http://bit.ly/1P5xRP5

Tabel 1: Udvikling i antal fuldtidsbeskæftige lønmodtagere i Sydjylland opgjort på branche (arbejdssted), 2. kvt 2014-2. kvt 2015

Branche DB010	2. kvartal 2014	2. kvartal 2015	Udvikling i antal	Udvikling i procent
Erhverv i alt	**280.877**	**283.655**	**2.778**	**1,0 %**
Landbrug mm.	7.071	7.154	83	1,2 %
Industri mm.	56.063	57.192	1.129	2,0 %
Bygge og anlæg	16.753	17.245	492	2,9 %
Handel og transport mm.	67.549	68.295	746	1,1 %
Information og kommunikation	3.850	3.869	19	0,5 %
Finansiering og forsikring	5.872	5.922	50	0,9 %
Ejendomshandel og udlejning	3.191	3.239	48	1,5 %
Erhvervsservice	24.110	23.918	-192	-0,8 %
Offentlig adm., undervisning	87.426	87.964	538	0,6 %
Kultur, fritid og anden service	8.977	8.839	-138	-1,5 %

Kilde: DanmarksStatistik (LBESK31) og egne beregninger.

Note: Beskæftigelsestallene er baseret på e-indkomst og omfatter dermed kun lønmodtagere.Da data er fra Danmarks Statistik kan de ikke sammenlignes med tal på jobindsats.

Kolding den 1. februar 2016

Udviklingen i beskæftigelsen i Sydjylland

I takt med udviklingen i arbejdsmarkedet, vil der være en naturlig udvikling i efterspørgslen af kompetente medarbejdere, med en videregående uddannelse, til at bidrage med udfoldelse af vækstpotentialet.

Erhvervsakademi Koldings udbudsområde er lokaliseret i Sydjylland, hvorfor der i de to efterfølgende afsnit er taget afsæt i rapporten "Nøgletal for arbejdsmarkedet RAR Sydjylland, 16.11.2015".

RAR Sydjylland har november 2015, med 4,0 pct. ledige i arbejdsstyrken, registreret en ledighed der ligger under landsgennemsnittet på 4,5 pct. Beskæftigelsen i Sydjylland har de seneste år været stigende. Den sydjyske beskæftigelse det seneste år er steget med godt 2.700 fuldtidsbeskæftigede. Det svarer til en stigning på 1 pct. Udviklingen er på niveau med udviklingen på landsplan, hvor lønmodtagerbeskæftigelsen har været stigende i samme periode med 1,2 pct.

Ser vi i tabel 1, udviklingen i beskæftigelsen fordelt på brancher i det seneste år, har de største stigninger i beskæftigelsen i Sydjylland været inden for industri med en fremgang på 1.100 flere fuldtidsbeskæftigede; det svarer til en fremgang på 2 pct.

Der forventes også i de kommende år en rolig vækst i beskæftigelsen. Ud fra fremskrivninger af beskæftigelsen i Sydjylland, på baggrund af prognoser fra Økonomi- og Indenrigsministeriet, forventes beskæftigelsen i Sydjylland at stige samlet med i omegnen af 1,6 pct. i 2015 og 2016, svarende til godt 5.800 personer.

Udviklingen i arbejdsstyrken i Sydjylland

Det fremgår af nedenstående figur 13, at antallet i arbejdsstyrken i 2013 var på ca. 350.000 i Syddanmark. Det ventes at stige til godt 353.000 i 2016, hvilket svarer til en stigning på 1,2 pct. Bag ved denne udvikling ligger en stigning i beskæftigelsen i samme periode på 1,6 pct., mens befolkningen ventes at falde med 0,4 pct.

E-grænsehandlens samfundsøkonomiske konsekvenser, 2014

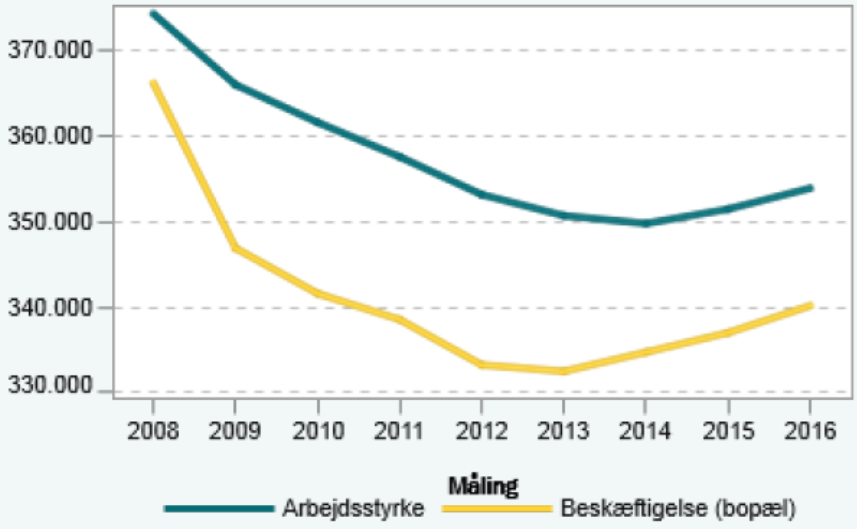
E-handel i alt	80 mia. kr.
Heraf e-grænsehandel	20 mia. kr.
Tabte e-handelsarbejdspladser	**ca. 4.000**
Potentielt momsprovenu på varer	1,7 mia. kr.
Reelt momsprovenu fra varer, inddrevet af SKAT	763 mio. kr.
Tabt momsprovenu på varer	ca. 950 mio. kr.
- Heraf momsunddragelse på varer	**min. 500-700 mio. kr.**

Kilde: Dansk Erhvervs beregninger

Med e-grænsehandlen ligger ca. 4.000 e-handelsarbejdspladser i udlandet frem for i Danmark

Udviklingen i e-handlens andel af privatforbruget, ekskl. boligudgifter, vil i scenariet med den højeste e-handelsvækst udgøre ca. 23 pct. i 2020, når e-grænsehandlen medregnes. I samme scenarie vil statskassen gå glip af ca. 3,5 mia. kr. i momsprovenu og ca. 14.500 e-handelsarbejdspladser vil flytte til udlandet.

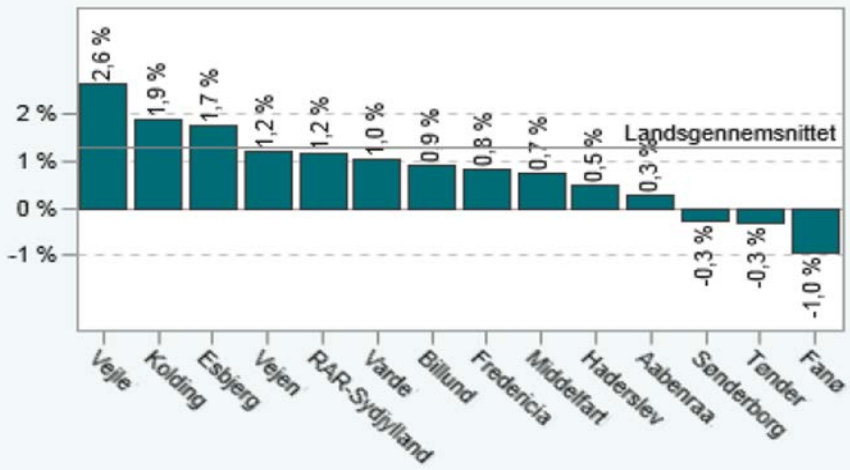
Fig. 13: Udvikling i arbejdsstyrken og beskæftigelsen, fremskrivning fra 2014 til 2016



Kilde: Danmarks Statistik, ØIM og egne beregninger

Som det kan ses af nedenstående figur 14, så er der forskelle på, hvordan arbejdsstyrken forventes at udvikle sig frem mod år 2016. Samlet set vil der i Sydjylland som nævnt være en stigning i arbejdsstyrken på 1,2 pct. Fordelt på kommuner har blandt andet de største kommuner i Sydjylland også de største relative stigninger. Vejle forventes at få den største stigning på 2,6 pct. efterfulgt af Kolding og Esbjerg med henholdsvis 1,9 og 1,7 pct. Der ventes faldende arbejdsstyrke i Tønder, Sønderborg og på Fanø på grund af faldende befolkning.

Fig. 14: Fremskrivning af arbejdsstyrken på RAR-område og kommuner, 2014 til 2016



Kilde: Danmarks Statistik, ØIM og egne beregninger

RAR Sydjylland fremhæver i deres rapport, at der på lidt længere sigt vil være en risiko for, at de udbudte kvalifikationer ikke kan følge med efterspørgslen.

Behovet for kompetencer i online markedsføring, e-handel og digital kommunikation

Formålet med diplomuddannelsen i e-konceptudvikling er:

- at uddanne og videreuddanne til jobs inden for strategisk funderet konceptudvikling af e-shops/e-handelsløsninger og e-markedsføring samt administrativ drift og videreudvikling af e-shops/e-handelsløsninger i bureauer, organisationer og virksomheder.
- at uddanne og videreuddanne til jobs inden for strategisk funderet konceptudvikling af digital reklame og marketingløsninger, kommunikation, design i bureauer, organisationer og virksomheder.
- at uddanne og videreuddanne til iværksætteri og udvikling af nye services og konsulentydelser inden for handel og e-handel, marketing, reklame, design og digital kommunikation i bureauer, virksomheder og organisationer.

Erhvervsakademi Kolding har gennemført både fokusgruppeinterview og dybdeinterviews med en række virksomheder for at afdække behovet for efteruddannelse på diplomniveau inden for online markedsføring, e-handel og digital kommunikation. Kompetenceområder der alle indgår som kernemål i diplomuddannelsen e-konceptudvikling**.**

Blandt andet følgende personer og virksomheder har deltaget i online fokusgruppeinterview:

1. Malene Schwaner Jørgensen, HR-konsulent, Hesehus. Virksomheden er et webbureau med ca. 80 ansatte, der bl.a. servicerer virksomheder i region Syddanmark, herunder i dækningsområdet.
2. Rune Hansen, senior SEO-specialist og administrerende direktør i OnlinePartners. Virksomheden arbejder med søgemaskineoptimering og har ca. 15 ansatte.
3. Thomas Jessen, Salgs- og Marketingkoordinator, Stenderup. Virksomheden har 24 ansatte og leverer maskiner og udstyr bl.a. til landbruget.
4. Nete Gellert Kaasen, selvstændig i Nete Kaasen. Konsulentvirksomhed med fokus på kommunikation i sociale medier.
5. Tobias Brandt, seniorrådgiver, reklamebureauet Kindly. Virksomheden har 32 ansatte og kunder i dækningsområdet.
6. Mette Brinch Lund Hollesen, marketingkonsulent i Djurslands Bank.
7. Andreas Hegart Petersen, ejer af hegartpetersen, som arbejder med online marketing og digital strategi.
8. Nanna Houbak Hertel, online marketingansvarlig, iCompany.

Kolding den 1. februar 2016

Desuden som dybdeinterview:

- Anita Byskov, e-Business Manager i Alfa Laval, industrivirksomhed med ca. 17.000 ansatte på verdensplan
- Rune Hansen, senior SEO-specialist og administrerende direktør i OnlinePartners. Virksomheden arbejder med søgemaskineoptimering.
- Jacob Schack Iversen, projektchef i brancheforeningen Dansk Markedsføring.

De afholdte interviews dokumenterer et gennemgående behov for kompetencer på det digitale område, både på bureau- og virksomhedssiden og på tværs af brancher.

I fokusgruppeinterviewet blev deltagerne bedt om at diskutere og vurdere relevansen af en diplomuddannelse inden for det digitale område. Samtlige deltagere vurderer en sådan uddannelse som relevant eller meget relevant. Ingen vurderer uddannelsen som ikke-relevant. Den gennemsnitlige vurdering af relevansen ligger på 4,5 point på en 5,0-pointskala.

Ligeledes er deltagerne blevet bedt om at vurdere forskellige faktorer ved efteruddannelse, hvor alle undtagen en enkelt deltager vurderer, at niveauet er en vigtig faktor.

Deltagerne lægger generelt meget vægt på, at der er behov for at opbygge kompetencer inden for bl.a. digital strategi, brugeranalyse, online marketing, content marketing, e-handel og digital projektledelse. Emneområder som diplomuddannelsen i e-konceptudvikling i dækker.

Tobias Brandt (Kindly): Jeg mener, uddannelsen er relevant. Mange virksomheder sidder med områdeansvarlige, som ikke har de nødvendige færdigheder for at udfylde deres job.

Rune Hansen, administrerende direktør, OnlinePartners, Kolding udtaler: Der er ingen tvivl om, at der er behov for og ønske om at efteruddanne sig inden for online markedsføring. Virksomhedernes interesse for fx søgemaskineoptimering, sociale medier og e-handel er kolossal. Det er et område i rivende udvikling, og konkurrencen skærpes hele tiden.

Anita Byskov, eBusiness Manager i Alfa Laval, udtaler: Jeg forventer at der kommer til at ske en stor udvikling på e-markedsføring for de gamle traditionelle produktionsvirksomheder, som der er mange af i Trekantområdet. (...) Udvikling i digitalisering er i gang. Der sker rigtigt meget, og vi har stadig meget at lære omkring e-markedsføring. Både i vores virksomhed, og i mange andre virksomheder i området.

Jacob Schack Iversen, projektchef i Dansk Markedsføring siger: Udviklingen inden for digital markedsføring fra for bare tre år siden og til nu er eskaleret helt vanvittigt. For få år

siden var markedsføringen meget mere analog. Når man kigger på virksomhedernes marketingbudgetter, så har over halvdelen af budgetterne i dag et digitalt afsæt ... der er et kæmpe kompetencegab i forhold til medarbejdernes digitale kompetencer og den virkelighed, vi har i dag, og jeg tør næsten ikke spå om fremtiden, men alt tyder på, at udviklingen kun fortsætter og tager til i styrke.

Behovet for flere digitale kompetencer understøttes også af nationale undersøgelser. I vækstplanen for digitalisering refereres, at virksomheder oplever, at anvendelsen af digitale kompetencer i deres forretning har "medført øget produktivitet, nedbringelse af omkostninger samt en forbedret kvalitet og service over for kunderne". Virksomhederne vurderer desuden de fremadrettede effekter ved digitalisering som højere end den allerede realiserede effekt (Erhvervs- og Vækstministeriet: Vækstplan for digitalisering af Danmark, side 7: http://bit.ly/1nwH7oj).

Fra it-branchens side fremgår det, at Danmark halter bagud, når det kommer til at udnytte digitaliseringens potentialer, og ITB efterlyser bl.a. digitale kompetencer (https://itb.dk/articles/digitalisering-af-erhvervslivet/hvad-vil-vi)

Geografisk placering af uddannelsen

Erhvervsakademi Kolding oplever, at visse uddannelser kan trække studerende fra en køreafstand på op til 80 km eller endda mere. Erfaringsmæssigt er det dog et meget begrænset antal, der har mulighed for at køre så langt for efter- og videreuddannelse.

At en placering af uddannelsen tæt på virksomheden eller hjemmet er vigtig, bekræftes også af virksomhederne.

Rune Hansen: Det er altså afgørende for både virksomheder og medarbejdere, at der er efteruddannelsestilbud rimelig tæt på hjemmet eller arbejdspladsen, så transporttiden kan minimeres.

Erhvervsakademi Kolding
Ålegården 2
6000 Kolding