Uddannelses- og Forskningsministeriet

Prækvalifikation af videregående uddannelser - Professionsbachelor i e-handel (PB i e-handel)

Udskrevet 13. november 2026

Professionsbachelor (overbygning) - Professionsbachelor i e-handel (PB i e-handel) - Erhvervsakademi Kolding

Institutionsnavn: Erhvervsakademi Kolding
Indsendt: 13/09-2019 12:48
Ansøgningsrunde: 2019-2
Status på ansøgning: Godkendt
Afgørelsesbilag
Download den samlede ansøgning
Læs hele ansøgningen

Ansøgningstype

Nyt udbud

Udbudssted

Kolding, IBA Erhvervsakademi Kolding

Kontaktperson for ansøgningen på uddannelsesinstitutionen

Ole Højgaard Pedersen, ohp@iba.dk, telefon 61939541

Er institutionen institutionsakkrediteret?

Ja

Er der tidligere søgt om godkendelse af uddannelsen eller udbuddet?

Nej

Uddannelsestype

Professionsbachelor (overbygning)

Uddannelsens fagbetegnelse på dansk fx. kemi

Professionsbachelor i e-handel (PB i e-handel)

Uddannelsens fagbetegnelse på engelsk fx. chemistry

Bachelor of E-commerce Management

Den uddannedes titel på dansk

Professionsbachelor i e-handel

Den uddannedes titel på engelsk

Bachelor of E-commerce Management

Hvilket hovedområde hører uddannelsen under?

Det økonomisk-merkantile område

Hvilke adgangskrav gælder til uddannelsen?

Ansøger skal have en af følgende uddannelser for at søge om optagelse: Serviceøkonom, Markedsføringsøkonom, Handelsøkonom, Logistikøkonom, Multimediedesigner.

Ansøgere med anden uddannelsesbaggrund kan eventuelt blive optaget på baggrund af en individuel vurdering.

Er det et internationalt uddannelsessamarbejde, herunder Erasmus, fællesuddannelse og lign.?

Nej

Hvis ja, hvilket samarbejde?

Hvilket sprog udbydes uddannelsen på?

Dansk

Er uddannelsen primært baseret på e-læring?

Nej

ECTS-omfang

90

Beskrivelse af uddannelsens formål og erhvervssigte

ikke relevant

Uddannelsens struktur og konstituerende faglige elementer

ikke relevant

Begrundet forslag til taxameterindplacering

ikke relevant

Forslag til censorkorps

Censorkorpset for e-handel ved Censorsekretariatet, Hobrovej 85, 9000 Aalborg

Dokumentation af efterspørgsel på uddannelsesprofil - Upload PDF-fil på max 30 sider. Der kan kun uploades én fil.

Analyse af behovet for professionsbacheloruddannelsen i e-handel vers5.pdf

Kort redegørelse for hvordan det nye udbud bidrager til at opfylde behovet for uddannelsen nationalt og/eller regionalt

I denne redegørelse demonstreres det, at der er et behov for et udbud af Professionsbachelor i e-handel nationalt, regionalt samt i IBA Erhvervsakademi Koldings dækningsområde, som består af vækstområdet Kolding, Fredericia, Vejen og Haderslev (herefter vækstområdet).

Den underbyggende dokumentation udgør ”Analyse af Behovet for Professionsbachelor i e-handel (PB i e-handel) regionalt og nationalt” (herefter behovsanalysen) udarbejdet af IBA Erhvervsakademi Kolding i perioden maj – september 2019.

Det fremgår af behovsanalysen, at der er behov for et udbud af en uddannelse inden for e-handel, , digital markedsføring, online kommunikation samt forretningsforståelse. PB i e-handel bidrager dermed til at opfylde behovet for at højne det digitale og forretningsmæssige kompetenceniveau regionalt og nationalt på nedenstående punkter. Punkterne understøttes løbende af behovsanalysen.

1. E-handelens økonomiske betydning regionalt og nationalt

Behovet i vækstområdet er afledt af den eksplosive vækst i e-handel og anvendelsen af digitale medier i virksomhedernes markedsføring og kommunikation. En ufattelig vækst der sker i alle områder af Danmark, også blandt virksomhederne i vækstområdet (behovsanalysen s. 4).

De danske forbrugere havde travlt på nettet i 2018. Der var 197 mio. handler (mod 176 mio. i 2017), og de mange køb fik det samlede danske online-forbrug til at lande på 129,3 mia. kr. Det er en rekord-stor stigning på 14,7 mia. kr. i forhold til 2017. Resultatet viser endnu en gang, at nethandel er blevet helt naturlig for forbrugerne - hvad enten de skal købe dagligvarer eller rejser (behovsanalysen s. 4).

Udviklingen i den danske e-handel er bekymrende sammenlignet med e-grænsehandelen. Det bliver tydeligere hvert år. Danskernes forbrug i udenlandske netbutikker vokser hurtigere end forbruget i de danske netbutikker, og i 2018 gik 34 % af alle handler til netbutikker udenfor landets grænser. Den stigende digitale grænsehandel lægger et voldsomt pres på de danske virksomheder, hvilket har indflydelse på konkurrenceevnen, og hvis det fortsætter, risikerer Danmark at miste arbejdspladser (behovsanalysen s. 4;5).

2. Erhvervslivet efterspørger digitale kompetencer på højt niveau

Digitalisering, nye platforme og nye teknologier forandrer med hidtil uset hast virksomheder og markeder. Det vil føre til store tab af velkendte jobfunktioner, men også nye muligheder, som forudsætter nye kvalifikationer og kompetencer. Udviklingen går alt for stærkt i forhold til arbejdsmarkedets kompetencer. Der er brug for en opkvalificering på området, så arbejdsstyrken kan følge med udviklingen, og så erhvervslivet ikke mister vækst- og udviklingsmuligheder på grund af manglende adgang til arbejdskraft med de rette kvalifikationer (behovsanalysen s. 7).

Den seneste uddannelsesanalyse fra Foreningen for Dansk Internethandel (FDIH) melder om manglende IT-kompetencer. Trods øget fokus på digitale kompetencer hos uddannelsesinstitutionerne er der fortsat stor mangel på medarbejdere med digitale evner, og virksomhederne leder ofte forgæves, når de skal ansætte nye medarbejdere. FDIH frygter, at virksomhederne tvinges til at skrue ned for den digitale indsats, og derfor opfordrer de til samarbejde og større fokus på praktik (behovsanalysen s. 7;8).

De tekniske kompetencer er ikke tilstrækkelige. Hvis de tekniske kompetencer for alvor skal skabe værdi for dansk erhvervsliv, skal de gå hånd i hånd med forretningsforståelse og evnerne til at tænke kreativt og kunne samarbejde. Dermed har IT-specialisternes rolle forandret sig fra at sidde for sig selv og programmere til i samarbejde med andre faggrupper at udvikle innovative digitale løsninger med udgangspunkt i forretningen. Det stiller nye krav til kompetencer (behovsanalysen s. 8).

3. Placering af professionsbachelor i e-handel i Sydjylland

Erhvervslivet oplever i dag, at den unikke kombination af it- og forretningsmæssige kompetencer som værende fraværende hos medarbejderne. Der peges således på, at en PB i e-handel imødekommer efterspørgslen på kompetencer indenfor forretningsforståelse og digitalisering og rammer et område, hvor der netop mangler denne kombination. Derudover rammer den ind i et behov for at koble det praktiske med det teoretiske, både på uddannelsen og i virksomhederne (behovsanalysen s. 14;15).

Sammen med Region Hovedstaden har det regionale dækningsområde klart den højeste økonomiske vækst.

Hver af de fire kommuner i vækstområdet opererer efter en kommunal vækststrategi, hvor uddannelse og kvalificeret arbejdskraft er højt prioriteret. En veluddannet lokal arbejdsstyrke er helt afgørende for at kunne fastholde de nuværende arbejdspladser og nye virksomheder (behovsanalysen s. 14;15).

74% af dimittender fra erhvervsakademier i 2013 boede fortsat ved erhvervsakademiernes vækstområde to år senere. Placering PB i e- handel har betydning for vækstområdet, idet et udbud af uddannelsen betyder, at dimittenderne og dermed kompetencerne forbliver i området efter endt uddannelse (behovsanalysen s. 16).

Underbygget skøn over det regionale behov for dimittender

1. E-handelens økonomiske betydning regionalt og nationalt (behovsanalysen s. 3-6)

De danske forbrugere havde travlt på nettet i 2018. Der var 197 mio. handler (mod 176 mio. i 2017), og de mange køb fik det samlede danske online-forbrug til at lande på 129,3 mia. kr. Det er en rekordstor stigning på 14,7 mia. kr. i forhold til endnu en gang, at nethandel er blevet helt naturligt for forbrugerne - hvad enten de skal købe dagligvarer eller rejser.

E-handel bliver nemmere og nemmere, hvilket kan illustreres via mobiltelefonen. Mobil-shopperne har et stigende forbrug, da de handler oftere og køber for et større beløb. I 2018 blev godt hver femte køb gennemført via en mobiltelefon.

Konkurrencen fra e-handel giganterne gør, at danske netbutikker skal være helt skarpe på flere parametre, herunder serviceniveau, tilfredshedsgrad, sortiment mv. Generelt bliver de danske netbutikker rosende omtalt af kunderne. Eksempelvis er nemlig.com den netbutik blandt de 20 største, som relativt flest vil anbefale til andre.

2. Erhvervslivet efterspørger digitale kompetencer på højt niveau (behovsanalysen s. 7-13)

Fra it-branchens side fremgår det, at Danmark halter bagud, når det kommer til at udnytte digitaliseringens potentialer og efterlyser bl.a. digitale kompetencer.

Landets største erhvervsorganisation Dansk Industri (DI) har i en årrække gjort digitalisering til et vigtigt satsningsområde for dansk erhvervsliv. Virksomheder leder med lys og lygte efter medarbejdere med digitale kompetencer, og hvis de ikke kan finde dem, vil det koste både virksomhederne og Danmark dyrt. Derfor skal virksomhederne blive dygtigere digitalt - fra første skoledag til sidste dag på arbejdsmarkedet. Dem, der vinder de digitale talenter, har en god chance for at vinde den digitale fremtid.

De tekniske kompetencer er ikke tilstrækkelige. Hvis de tekniske kompetencer for alvor skal skabe værdi for dansk erhvervsliv, skal de gå hånd i hånd med forretningsforståelse og evnerne til at tænke kreativt og kunne samarbejde. Dermed har IT-specialisternes rolle forandret sig fra at sidde for sig selv og programmere til i samarbejde med andre faggrupper at udvikle innovative digitale løsninger med udgangspunkt i forretningen. Det stiller nye krav til kompetencer.

Søges der på Jobindex på jobs indenfor e-handel i Sydjylland giver det et match på omkring 300 jobs, hvoraf 60-80 jobs umiddelbart indeholder relevante jobfunktioner af interesse for en kandidat i e-handel. De digitale stillingsopslag på Jobindex viser, at kompetenceområderne e-handel, online marketing og digital kommunikation er blevet generiske og indgår i en meget høj andel af alle stillinger på det danske arbejdsmarked.

3. Placering af professionsbachelor i e-handel i Sydjylland (behovsanalysen s. 14-16)

PB i e-handel er en overbygningsuddannelse, og formålet med uddannelsen er, at den studerende får teoretisk viden om digital forretningsforståelse herunder e-handel, online marketing og digital kommunikation samt konkret praktisk erfaring 1-2 dage om ugen i en dansk e-handelsvirksomhed.

Af IBA Erhvervsakademi Koldings behovsanalyse fremgår det, at der er behov for et udbud af PB i e-handel i Sydjylland. Uddannelsen udbydes pt. kun i København Århus og Odense, som de eneste steder i Danmark.

På PB i e-handel skal de studerende i løbet af en stor del af uddannelsesforløbet i praktik, idet praktikopholdet er en essentiel del af uddannelsen, fordi den styrker relationen mellem de studerende og virksomhederne, og samtidig får de studerende hænderne ned i tastaturet og erfaring med virkelige udfordringer i virkelige virksomheder.

Region Syddanmark, har haft større vækst end landsgennemsnittet målt på BNP per indbygger fra 2008-2016. Hertil er e-handelen omsætnings- og beskæftigelsesmæssigt steget markant og mere end landets øvrige erhverv.

Placering af PB i e-handel har betydning for IBA Erhvervsakademi Koldings dækningsområde, idet et udbud af uddannelsen vil betyde, at dimittenderne fortsat vælger at blive boende i området efter endt uddannelse og dermed fortsat tilfører området kompetencer og viden. Det bliver dermed muligt at fastholde flere unge i området, og der hvor virksomhederne efterspørger kvalificeret arbejdskraft. Dermed sikres forsyningen til det lokale-regionale arbejdsmarked.

Hvilke aftagere har været inddraget i behovsundersøgelsen?

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 ”.

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 ”.

I denne ansøgning henvises der løbende til den af IBA Erhvervsakademi Kolding udarbejdede ”Analyse af Behovet for PB i e-handel (PB i e-handel) regionalt og nationalt”. Denne behovsanalyse består af en omfattende kvantitativ undersøgelse funderet i desk research af sekundært kvantitativt data i form af analyser, undersøgelser og strategiplaner med henblik på at granske potentialet for PB i e-handel i vækstområdet.

IBA Erhvervsakademi Kolding har gennemført fokusgruppe- og dybdeinterviews med en række erhvervsvirksomheder i forbindelse med en tidligere ansøgning om uddannelsesudbud.

Med henblik på at afdække behovet for en PB i e-handel inden for e-handel, online marketing og digital kommunikation anvendes en tidligere analyse gennemført af IBA Erhvervsakademi Kolding. Konklusionerne fra de gennemførte fokusgruppe- og dybdeinterviews kan med fordel trianguleres i nærværende analyse.

Følgende personer og virksomheder har deltaget i online fokusgruppeinterviewene:

1. Malene Schwaner Jørgensen, HR-konsulent, Hesehus A/S Odense. 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, OnlinePartners Kolding. Virksomheden arbejder med søgemaskineoptimering og har ca. 15 ansatte.

3. Thomas Jessen, Salgs- og Marketingkoordinator, Stenderup Rødding. 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 Odense. 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.

Følgende personer og virksomheder har deltaget i dybdeinterviewene:

• Anita Byskov, e-Business Manager i Alfa Laval Kolding, industrivirksomhed med ca. 17.000 ansatte på verdensplan

• Rune Hansen, senior SEO-specialist og administrerende direktør i OnlinePartners Kolding. 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 tværs af virksomheder og brancher. 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 en professionsbachelor i e-handel bl.a. dækker.

Beskriv ligheder og forskelle til beslægtede uddannelser, herunder beskæftigelse og eventual dimensionering.

Der findes ingen uddannelser i Sydjylland som denne - det vil sige videregående uddannelser, hvor fokus er på data-dreven markedsføring, customer experience og creative content.

Tættest er IBA's egen PB i International Handel og Markedsføring som har punktuelle ligheder med PB i e-handel.

Den store forskel mellem de to uddannelser er PB i International Handel og Markedsføring fokuserer på B2B markedsføring, mens PB e-handel fokuserer på B2C. Samtidigt har PB i e-handel på den data-drevne markedsføring og creative content som store kerneområder. Begge elementer er fraværende PB i International Handel og Markedsføring.

Rekrutteringsgrundlag og videreuddannelsesmuligheder

De potentielle ansøgere til PB i e-handel forventes at være studerende, som allerede har gennemført en uddannelsen indenfor akademiets økonomisk-merkantile uddannelser Markedsføringsøkonom, Multimediedesigner, E-designer og evt. Finansøkonom.
Der henvises i øvrigt til punktet ”Hvilke adgangskrav gælder til uddannelsen?” overfor.

Foruden akademiets egne kandidater forventes enkelte ældre kandidater at søge.

Kandidater har mulighed for at fortsætte med en videregående uddannelse på deltid. Typisk en en diplomuddannelse eller en masteruddannelse. Efter en konkret vurdering kan du også have mulighed for optagelse på en kandidatuddannelse.

Forventet optag på de første 3 år af uddannelsen

Det forventede optag af PB i e-handel studerende bygger på IBA Erhvervsakademi Koldings erfaring om det antal studerende som ønsker at læse videre fra de adgangsgivende uddannelser. Det skal medtænkes:

Der er et stærkt stigende ønske blandt AK-studerende om at få bacheloruddannelsen.
Nye overbygningsuddannelser ofte trækker lidt mere i de første optag end de senere.

På baggrund af ovenstående samt behovsanalysens konklusioner har IBA Erhvervsakademi Kolding en forventning om et årligt optag af PB i e-handel som vist nedenfor.

Sommeroptag 2020: 35 – 40

Sommeroptag 2021: 30

Sommeroptag 2022: 30

Hvis relevant: forventede praktikaftaler

Der er obligatorisk praktik på PB i e-handel, og behovsanalysen (s. 10;11) viser, at der allerede på nuværende tidspunkt er virksomheder, der tilkendegiver vigtigheden af medarbejdere med digitale kompetencer i vækstområdet.

Øvrige bemærkninger til ansøgningen

Hermed erklæres, at ansøgning om prækvalifikation er godkendt af institutionens rektor
Ja

Status på ansøgningen
Godkendt

Ansøgningsrunde
2019-2

Afgørelsesbilag - Upload PDF-fil
C4 - Godkendelse - Nyt udbud af PB(O) i e-handel -EA Kolding.pdf

Samlet godkendelsesbrev - Upload PDF-fil

16. SEPTEMBER 2019

Analyse af Behovet for Professionsbachelor i e-handel (PB i e-handel) regionalt og nationalt

UDARBEJDET AF SONIA CAROLINE BAPTISTA

Indhold

Analyse af behovet for professionsbachelor i e-handel (PB i e-handel) regionalt og nationalt 2
KAPITEL 1: E-handelens beskæftigelsesmæssige betydning regionalt og nationalt 3
E-grænsehandelen 2017 3
E-handelen i Danmark 2018 4
Hver femte køb blev gennemført via mobil 4
Presset fra udlandet stiger 4
Danske netbutikker skal være skarpe på udvalg og service 5
KAPITEL 2: Erhvervslivet efterspørger digitale kompetencer på højt niveau 7
Arbejdsstyrkens udvikling 7
Digitalisering i erhvervslivet 7
Arbejdsstyrkens digitale kompetencer 8
Uddannelsesinstitutionerne og erhvervslivet er i dialog 9
Fokusgruppe- og dybdeinterview med erhvervsvirksomheder i dækningsområdet 10
Efterspørgslen på digitale kompetencer 11
KAPITEL 3: Placering af professionsbachelor i e-handel i Sydjylland 14
Formålet med professionsbachelor i e-handel 14
Vækstområdets strategier og økonomiske udvikling 15
Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse 16

Analyse af behovet for professionsbachelor i e-handel (PB i e-handel) regionalt og nationalt

Denne analyse behandler problemstillingen omkring *"Hvorfor der er et behov for et udbud af professionsbachelor i e-handel regionalt og nationalt".*

Analysen er opbygget omkring tre overordnede kapitler:

1. **E-handelens økonomiske betydning regionalt og nationalt**
    - FDIHs (Foreningen for Dansk Internethandel) e-handelsanalyse 2018

2. **Erhvervslivet efterspørger digitale kompetencer på højt niveau**
    - E-handelens beskæftigelsesmæssige betydning regionalt og nationalt
    - Arbejdsstyrkens udvikling
    - Behovet for at koble det praktiske med det teoretiske

3. **Placering af professionsbachelor i e-handel i Sydjylland**
    - Formålet med professionsbachelor i e-handel
    - Dækningsområdet oplever den højeste økonomiske vækst i BNP
    - Uddannelse og kvalificeret arbejdskraft er højt prioriteret i dækningsområdet
    - De digitale kompetencer forbliver i området efter endt uddannelse

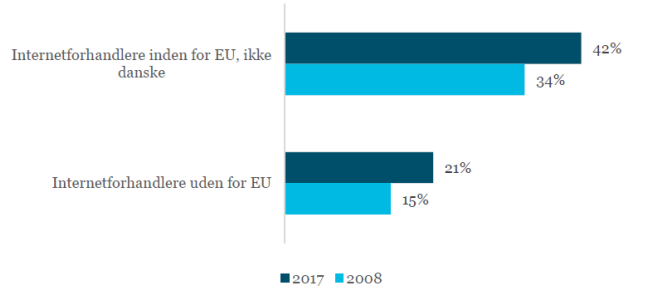
KAPITEL 1: E-handelens beskæftigelsesmæssige betydning regionalt og nationalt

Danmark er et af de mest digitale samfund i verden. Men virksomhederne halter bagefter på en række nye digitale vækstområder, og manglen på IT-kompetencer risikerer ligeledes at bremse den fremtidige digitale udvikling[1].

E-grænsehandelen 2017

Det er tydeligt, at e-grænsehandelen er i vækst. I 2017 var der 42% (mod 34% i 2008) af de e-handlende, der havde købt varer hos en internetforhandler i et andet EU-land, og 21% (mod 15% i 2008) havde købt varer i et ikke-EU land[2]. Det er gavnligt for danske forbrugere at få adgang til produktsortimentet og mulighederne hos udenlandske webshops. En konsekvens er dog, at arbejdspladser kan flytte til udlandet, og at den danske statskasse kan miste skatte- og afgiftsindtægter[3].

Danske e-handlendes internetkøb fordelt på internetforhandlernes nationalitet



Kilde: Danmarks Statistik, juni 2017

Anm.: Tallene summer ikke til 100 pct., da den samme person fx kan have foretaget indkøb både i ind- og udland

Sammenlignet med landets øvrige regioner ligger Region Syddanmark relativt højt, når det kommer til andelen af de webhandlende, som har benyttet en udenlandsk internetforhandler, hvilket blandt andet kan hænge sammen med, at andelen, som taler tysk og derfor benytter tyske hjemmesider, er højere[4].

Danske e-handlendes internetkøb i udenlandske webshops fordelt på regioner

	2008; EU-medlemsland	2017; EU-medlemsland	2008; Land uden for EU	2017; Land uden for EU
I alt	34%	42%	15%	21%
Region Hovedstaden	39%	45%	17%	24%
Region Midtjylland	33%	43%	16%	19%
Region Nordjylland	27%	34%	11%	18%
Region Sjælland	29%	36%	14%	19%
Region Syddanmark	32%	41%	15%	21%

Kilde: Danmarks Statistik, juni 2017

[1] Erhvervs- og Vækstministeriet, "Dansk digitalisering skal helt op i gear", 310516, https://em.dk/nyhedsarkiv/2016/maj/dansk-digitalisering-skal-helt-op-i-gear/
[2] Malthe Munkøe, Dansk Erhverv, ANALYSENOTAT "E-grænsehandlen" i vækst, 260617, s. 1
[3] Malthe Munkøe, Dansk Erhverv, ANALYSENOTAT "E-grænsehandlen" i vækst, 260617, s. 1
[4] Malthe Munkøe, Dansk Erhverv, ANALYSENOTAT "E-grænsehandlen" i vækst, 260617, s. 3

E-handelen i Danmark 2018[5]

De danske forbrugere havde travlt på nettet i 2018. Der var 197 mio. handler (mod 176 mio. i 2017), og de mange køb fik det samlede danske online-forbrug til at lande på 129,3 mia. kr. Det er en rekordstor stigning på 14,7 mia. kr. i forhold til 2017[6]. Resultatet viser endnu en gang, at nethandel er blevet helt naturlig for forbrugerne - hvad enten de skal købe dagligvarer eller rejser[7].

Grafik: E-handelsforbruget 2011-2018

	Antal handler (mio.)	Antal handler (årlig udvikling)	Forbrug (mia. kr.)	Forbrug (årlig udvikling)
2011	76	+21%	46	+15%
2012	90	+18%	54,7	+19%
2013	106	+18%	62,4	+14%
2014	127	+20%	73,7	+18%
2015	148	+16%	86,9	+18%
2016	162	+10%	100,7	+16%
2017	176	+9%	114,6	+14%
2018	197	12%	129,3	+13%

Kilde: FDIH, e-handelsanalysen om dansk e-handel i 2018

Hver femte køb blev gennemført via mobil

En del af forklaringen på det stigende forbrug skyldes, at flere forbrugere har smartphones, som gør det nemt at ordne indkøbene, og i 2018 blev godt hver femte køb gennemført på via en mobiltelefon. Det interessante er også, at mobil-shopperne handler oftere og køber for mere[8].

Presset fra udlandet stiger

Til trods for at analysen[9] viser et voksende forbrug og tilfredse forbrugere, så er er udviklingen i den danske e-handel bekymrende sammenlignet med e-grænsehandelen. Det bliver tydeligere hvert år. Danskernes forbrug i udenlandske netbutikker vokser hurtigere end forbruget i de danske netbutikker, og i 2018 gik 34

[5] FDIH, E-handelsanalysen om danske e-handel i 2018, https://www.fdih.dk/analyser/fdih-e-handelsanalyser/ars-og-halvars-rapporter/e-handelsanalyse-18
[6] FDIH, E-handelsanalysen om danske e-handel i 2018, https://www.fdih.dk/analyser/fdih-e-handelsanalyser/ars-og-halvars-rapporter/e-handelsanalyse-18
[7] Niels Ralund, adm. dir. i FDIH, som står bag e-handelsanalysen 2018
[8] Niels Ralund, adm. dir. i FDIH, som står bag e-handelsanalysen 2018
[9] FDIH, E-handelsanalysen om danske e-handel i 2018, https://www.fdih.dk/analyser/fdih-e-handelsanalyser/ars-og-halvars-rapporter/e-handelsanalyse-18

% af alle handler til netbutikker udenfor landets grænser. Den stigende digitale grænsehandel presser virkelig de danske virksomheder, og hvis det fortsætter, risikerer Danmark at miste arbejdspladser[10].

Grafik: Forbruget i udenlandske netbutikker

	Forbrug i Danmark (mia. kr.)	Forbrug i Danmark (årlig udvikling)	Forbrug i udlandet (mia. kr.)	Forbrug i udlandet (årlig udvikling)
2014	50,1	+10,8%	23,6	+37,5%
2015	60	+19,8%	26,9	+14%
2016	68,2	+13,7%	32,4	+20,4%
2017	77,4	+13,5%	37,2	+14,8%
2018	85,9	+11%	43,4	+16,7%

Kilde: FDIH, e-handelsanalysen om dansk e-handel i 2018

FDIH (Foreningen for Dansk Internethandel) understreger, at de danske netbutikker ikke har noget imod konkurrence, så længe alle spiller efter samme regler. Det er desværre ikke tilfældet i dag. Et kendt eksempel på en udenlandsk virksomhed, der omgås reglerne, er Wish.com. Den amerikansk-kinesiske platform, som på få år er drønet frem på listen over de mest benyttede netbutikker i Danmark, er notorisk berygtet for blandt andet at snyde med moms- og toldbetalingen og sælge kopi-produkter, der overtræder de europæiske regler for produktsikkerhed. Det er svært at konkurrere imod for danske virksomheder, og derfor kæmper FDIH hårdt for at få politikerne til at sikre fair og lige konkurrence. Konsekvensen er nemlig, at de danske butikker på sigt bukker under, selv om e-handelsforbruget vokser[11].

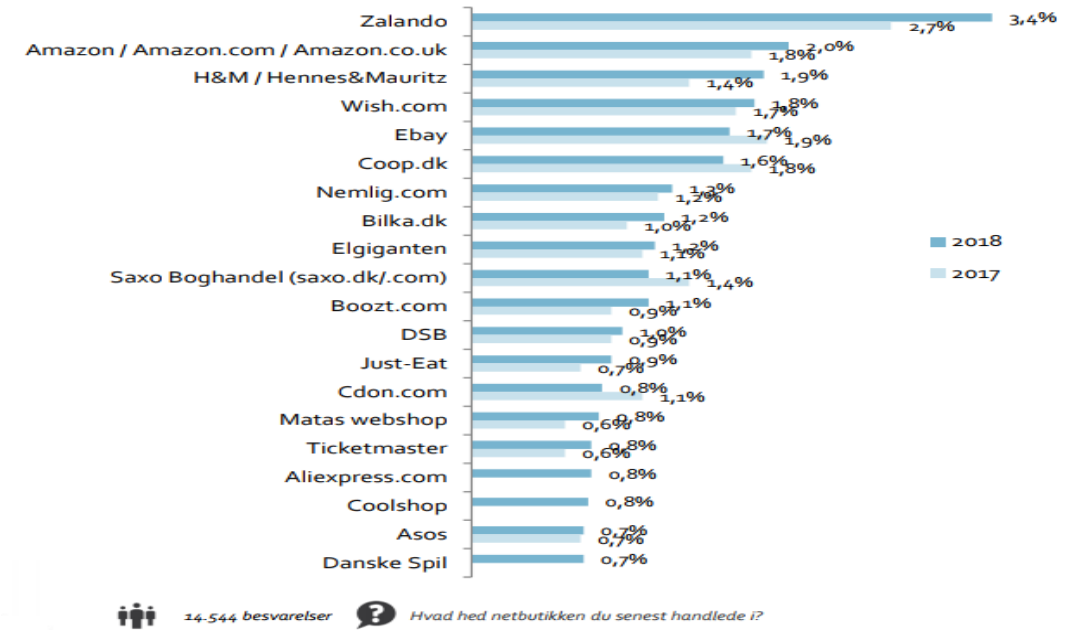
Danske netbutikker skal være skarpe på udvalg og service

Udfordringen med det stigende udlandsforbrug bliver tydeligt illustreret på listen over de 20 mest benyttede netbutikker. Fem danske butikker klemmer sig ind på top ti, men top fem består kun af udenlandske giganter. I 2018 snuppede de ti største netbutikker knap hver femte handel[12].

Det bliver svært at slå giganterne på prisen, så derfor skal de danske netbutikker være helt skarpe på udvalg og service. Generelt bliver de danske netbutikker rosende omtalt af kunderne. Eksempelvis er nemlig.com den butik blandt de 20 største, som relativt flest vil anbefale til andre[13].

[10] Niels Ralund, adm. dir. i FDIH, som står bag e-handelsanalysen 2018
[11] FDIH, E-handelsanalysen om danske e-handel i 2018, https://www.fdih.dk/analyser/fdih-e-handelsanalyser/ars-og-halvars-rapporter/e-handelsanalyse-18
[12] FDIH, E-handelsanalysen om danske e-handel i 2018, https://www.fdih.dk/analyser/fdih-e-handelsanalyser/ars-og-halvars-rapporter/e-handelsanalyse-18
[13] Niels Ralund, adm. dir. i FDIH, som står bag e-handelsanalysen 2018

Grafik: Her handlerne forbrugerne (% = andel af det samlede antal handler.)



Kilde: FDIH, e-handelsanalysen om dansk e-handel i 2018



Kilde: FDIH e-handelsanalyse for 2017, https://www.berlingske.dk/annonce/e-handel-vokser-og-vokser, 200318

KAPITEL 2: Erhvervslivet efterspørger digitale kompetencer på højt niveau

I og med den voksende e-handel industri, efterspørger virksomhederne kvalificerede medarbejdere med digitale kompetencer på et højt niveau, og i årene frem forventes manglen på digitaliseret arbejdskraft at blive større[14].

Arbejdsstyrkens udvikling

Digitalisering, nye platforme og nye teknologier forandrer med hidtil uset hast virksomheder og markeder. Det vil føre til store tab af velkendte jobfunktioner, men også til en vrimmel af nye muligheder, som forudsætter nye kvalifikationer og kompetencer[15]. Udviklingen går alt for stærkt i forhold til arbejdsmarkedets behov. Der er brug for en opkvalificering på området, så arbejdsstyrken kan følge med udviklingen, og så erhvervslivet ikke mister vækst- og udviklingsmuligheder på grund af manglende adgang til arbejdskraft med de rette kvalifikationer[16].

Behovet for flere digitale kompetencer understøttes også af nationale undersøgelser. I regeringens vækstplan for digitalisering[17] 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.

Digitalisering i erhvervslivet

Fra it-branchens side fremgår det, at Danmark halter bagud, når det kommer til at udnytte digitaliseringens potentialer og efterlyser bl.a. digitale kompetencer[18].

Landets største erhvervsorganisation Dansk Industri (DI) har i en årrække gjort digitalisering til et vigtigt satsningsområde for dansk erhvervsliv. Virksomheder leder med lys og lygte efter medarbejdere med digitale kompetencer, og hvis de ikke kan finde dem, vil det koste både virksomhederne og Danmark dyrt.

---

[14] Erhvervs- og Vækstministeriet, Dansk digitalisering skal helt op i gear, 310516, https://em.dk/nyhedsarkiv/2016/maj/dansk-digitalisering-skal-helt-op-i-gear/

[15] Danske Erhvervsakademier, Vi skal uddanne os hele livet, 200519, https://dkea.dk/artikler/vi-skal-uddanne-os-hele-livet

[16] Danske Erhvervsakademier, Vi skal uddanne os hele livet, 200519, https://dkea.dk/artikler/vi-skal-uddanne-os-hele-livet

[17] Erhvervs- og Vækstministeriet: Vækstplan for digitalisering af Danmark, side 7; http://bit.ly/1nwH7oj

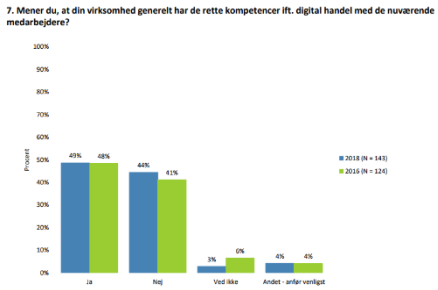
[18] Jf. IBA Erhvervsakademi Koldings behovsanalyse ifm. ansøgning om diplomuddannelsen i e-konceptudvikling, 010216, s. 13; https://itb.dk/articles/digitalisering-af-erhvervslivet/hvad-vil-vi

Derfor skal virksomhederne blive dygtigere digitalt - fra første skoledag til sidste dag på arbejdsmarkedet. Dem, der vinder de digitale talenter, har en god chance for at vinde den digitale fremtid[19].

De tekniske kompetencer er ikke tilstrækkelige. Hvis de tekniske kompetencer for alvor skal skabe værdi for dansk erhvervsliv, skal de gå hånd i hånd med forretningsforståelse og evnerne til at tænke kreativt og kunne samarbejde[20]. Dermed har IT-specialisternes rolle forandret sig fra at sidde for sig selv og programmere til i samarbejde med andre faggrupper at udvikle innovative digitale løsninger med udgangspunkt i forretningen. Det stiller nye krav til kompetencer[21].

Arbejdsstyrkens digitale kompetencer

Den seneste uddannelsesanalyse fra Foreningen for Dansk Internethandel (FDIH) [22] melder om manglende IT-kompetencer. Trods øget fokus på digitale kompetencer hos uddannelsesinstitutionerne er der fortsat stor mangel på medarbejdere med digitale evner, og virksomhederne leder ofte forgæves, når de skal ansætte nye medarbejdere. FDIH frygter, at virksomhederne tvinges til at skrue ned for den digitale indsats, og derfor opfordrer de til samarbejde og større fokus på praktik.

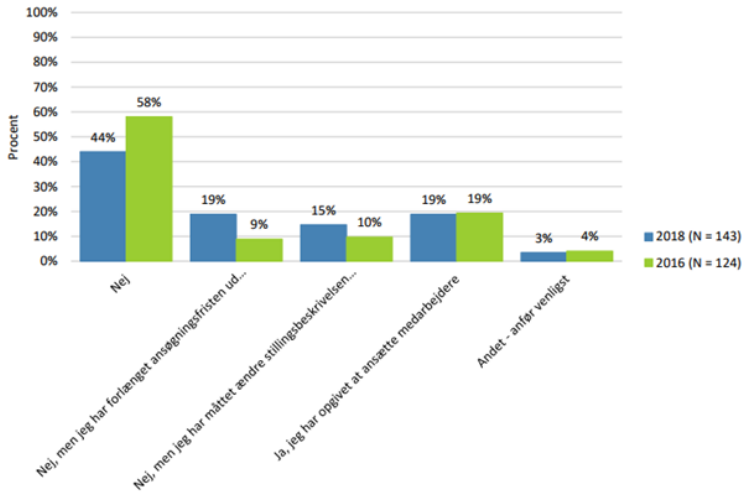


Knap halvdelen (44%) af de digitale virksomheder i Danmark vurderer, at de mangler digitale kompetencer hos deres nuværende medarbejdere.

Kilde: FDIH, UDDANNELSESANALYSE 2018

[19] Morten Jasper, Her er regeringens plan, der skal gøre Danmark mere digital, 300118, https://www.berlingske.dk/virksomheder/her-er-regeringens-plan-der-skal-goere-danmark-mere-digital (Karsten Dybvad, formand, Dansk Industri)
[20] Morten Jasper, Her er regeringens plan, der skal gøre Danmark mere digital, 300118, https://www.berlingske.dk/virksomheder/her-er-regeringens-plan-der-skal-goere-danmark-mere-digital (, Jens Aaløse, koncerndirektør, TDC)
[21] Morten Jasper, Her er regeringens plan, der skal gøre Danmark mere digital, 300118, https://www.berlingske.dk/virksomheder/her-er-regeringens-plan-der-skal-goere-danmark-mere-digital (, Jens Aaløse, koncerndirektør, TDC)
[22] FDIH, UDDANNELSESANALYSE 2018: VIRKSOMHEDERNE SPEJDER FORGÆVES EFTER DIGITALE MEDARBEJDERE, 2018, https://www.fdih.dk/analyser/medlemsanalyser/uddannelse_2018

16. Har du opgivet at ansætte medarbejdere med en relevant uddannelse eller faglige kompetencer, fordi der har været mangel på kvalificerede ansøgere?



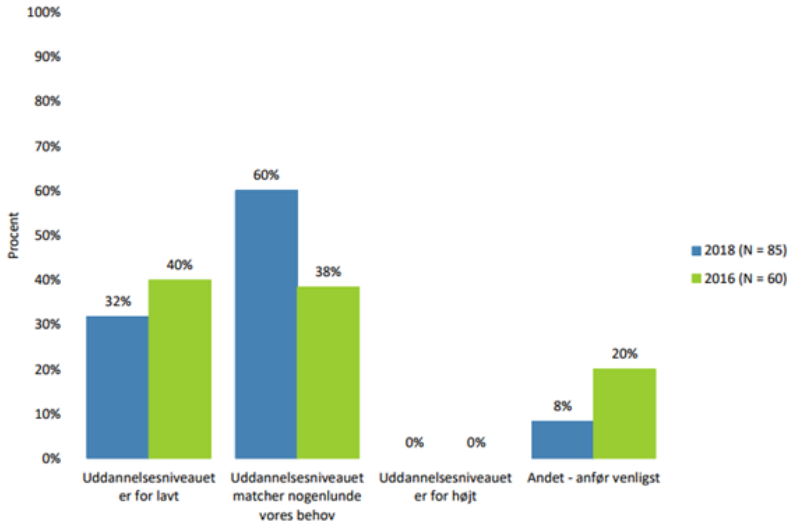
Hver femte virksomhed har opgivet at ansætte nye medarbejdere, fordi kvalifikationerne mangler[23].

Kilde: FDIH, UDDANNELSESANALYSE 2018

Uddannelsesinstitutionerne og erhvervslivet er i dialog

Positivt er, at niveauet på uddannelserne stiger. Knap 6 ud af 10 virksomheder (49% i 2016) kender til de forskellige relevante uddannelser, og 60 % (38% i 2016) vurderer, at niveauet på uddannelserne er nogenlunde. Det er et godt tegn på, at uddannelsesinstitutionerne og erhvervslivet er i dialog om, hvad der er behov for på uddannelserne.

12. Svarer kompetenceniveauet på de forskellige uddannelser til jeres behov?



Kilde: FDIH, UDDANNELSESANALYSE 2018

[23] FDIH, UDDANNELSESANALYSE 2018: VIRKSOMHEDERNE SPEJDER FORGÆVES EFTER DIGITALE MEDARBEJDERE, 2018, https://www.fdih.dk/analyser/medlemsanalyser/uddannelse_2018, (Niels Ralund, adm. dir., FDIH)

Et ønske fra erhvervslivet er, at der kommer større fokus på praktik på uddannelserne. Hver tredje virksomhed vægter uddannelse og erfaring lige højt, mens over halvdelen (54%) vægter praktisk erfaring højere end teoretisk viden[24].

Hvis virksomhederne frit kunne vælge, ville mange vælge en erfaren medarbejder, der har relevant jord under neglene. Konkurrencen om de erfarne medarbejdere er dog enorm hård, og især de mindre virksomheder risikerer at mangle kvalificeret arbejdskraft, hvis de ikke kan gå med på lønningsniveauet. Derfor er der behov for, at de kommende medarbejdere allerede får den praktiske erfaring på uddannelserne[25].

Fokusgruppe- og dybdeinterview med erhvervsvirksomheder i dækningsområdet

IBA Erhvervsakademi Kolding har gennemført fokusgruppe- og dybdeinterviews med en række erhvervsvirksomheder i forbindelse med en tidligere ansøgning om uddannelsesudbud[26]. Med henblik på at afdække behovet for en professionsbachelor i e-handel, vil konklusionerne fra de tidligere gennemførte fokusgruppe- og dybdeinterviews med fordel kunne trianguleres i nærværende analyse, idet der forekommer overlap på kerneområderne e-handel, online marketing og digital kommunikation[27].

Følgende personer og virksomheder har deltaget i online fokusgruppeinterviewene:

1. Malene Schwaner Jørgensen, HR-konsulent, Hesehus A/S Odense. 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, OnlinePartners Kolding. Virksomheden arbejder med søgemaskineoptimering og har ca. 15 ansatte.
3. Thomas Jessen, Salgs- og Marketingkoordinator, Stenderup Rødding. 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.

[24] FDIH, UDDANNELSESANALYSE 2018: VIRKSOMHEDERNE SPEJDER FORGÆVES EFTER DIGITALE MEDARBEJDERE, 2018, https://www.fdih.dk/analyser/medlemsanalyser/uddannelse_2018
[25] FDIH, UDDANNELSESANALYSE 2018: VIRKSOMHEDERNE SPEJDER FORGÆVES EFTER DIGITALE MEDARBEJDERE, 2018, https://www.fdih.dk/analyser/medlemsanalyser/uddannelse_2018
[26] Jf. IBA Erhvervsakademi Koldings behovsanalyse ifm. ansøgning om diplomuddannelsen i e-konceptudvikling, 010216, s. 11;12
[27] Jf. IBA Erhvervsakademi Koldings behovsanalyse ifm. ansøgning om diplomuddannelsen i e-konceptudvikling, 010216, s. 11;12

5. Tobias Brandt, seniorrådgiver, reklamebureauet Kindly Odense. 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[28]

Følgende personer og virksomheder har deltaget i dybdeinterviewene:
• Anita Byskov, e-Business Manager i Alfa Laval Kolding, industrivirksomhed med ca. 17.000 ansatte på verdensplan
• Rune Hansen, senior SEO-specialist og administrerende direktør i OnlinePartners Kolding. 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 tværs af virksomheder og brancher. 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 en professionsbachelor i e-handel bl.a. dækker[29].

Efterspørgslen på digitale kompetencer

De mange digitale stillingsopslag på Jobindex viser, at kompetenceområderne e-handel, online marketing og digital kommunikation er blevet generiske og indgår i en meget høj andel af alle stillinger på det danske arbejdsmarked[30].
Søger man således på jobs indenfor online markedsføring i Sydjylland matcher 291 job søgningen. Det gør sig gældende for digital kommunikation og online marketing på hhv. 281 og 324 jobs[31].

[28] Jf. IBA Erhvervsakademi Koldings behovsanalyse ifm. ansøgning om diplomuddannelsen i e-konceptudvikling, 010216, s. 11
[29] Jf. IBA Erhvervsakademi Koldings behovsanalyse ifm. ansøgning om diplomuddannelsen i e-konceptudvikling, 010216, s. 12
[30] https://www.jobindex.dk/jobsoegning/sydjylland?q=e+handel;
https://www.jobindex.dk/jobsoegning/sydjylland?q=online+marketing;
https://www.jobindex.dk/jobsoegning/sydjylland?q=online+marketing, september 2019
[31] https://www.jobindex.dk/jobsoegning/sydjylland?q=online+markedsf%C3%B8ring,
https://www.jobindex.dk/jobsoegning/sydjylland?q=digital+kommunikation,
https://www.jobindex.dk/jobsoegning/sydjylland?q=online+marketing, 130919



Kilde: https://www.jobindex.dk/jobsoegning/sydjylland?q=online+markedsf%C3%B8ring, 130919



Kilde: https://www.jobindex.dk/jobsoegning/sydjylland?q=digital+kommunikation, 130919



Kilde: https://www.jobindex.dk/jobsoegning/sydjylland?q=online+marketing, 130919

Udviklingen i erhvervslivets efterspørgsel på digitale kompetencer fremgår ligeledes af IBA erhvervsakademi Koldings fokusgruppeinterview[32], hvor behovet bekræftes i såvel enkeltmands-virksomheder med aktiviteter udelukkende i Danmark som i større internationale koncerner med flere ansatte på tværs af flere landegrænser. Det samme gælder på tværs af brancher fra relativt nye digitale bureauer til ældre industrivirksomheder[33].

I rapporten "IT i praksis" [34] undersøger Rambøll og Dansk IT de 1.000 største private og offentlige virksomheder omkring forventede trusler og gevinster ved digitalisering. Konklusionen på undersøgelsen er, at på grund af manglen på digitale kompetencer står de 1.000 virksomheder til at miste 190 mia. kr. over de næste tre år. Det svarer til et omsætningstab på 5,8% og vil resultere i, at 57.000 danske arbejdspladser forsvinder.

Mange virksomheder står midt i en digital omstilling, og den kraftige udvikling inden for en række teknologier, som er knyttet til digitalisering, rummer et vækstpotentiale i form af øget produktivitet og nye forretningsmodeller. Men det forudsætter, at virksomhederne kan anvende de digitale teknologier på et

[32] Jf. IBA Erhvervsakademi Koldings behovsanalyse ifm. ansøgning om diplomuddannelsen i e-konceptudvikling, 010216. Fokusgruppeinterview foretaget af IBA Erhvervsakademi Kolding.
[33] Jf. IBA Erhvervsakademi Koldings behovsanalyse ifm. ansøgning om diplomuddannelsen i e-konceptudvikling, 010216, s. 7
[34] www.computerworld.dk/art/244905/ny-undersoegelse-mangel-paa-digitale-kompetencer-i-danmark-kan-koste-190-milliarder-kroner-i-omsaetning-og-57-000-job#QYm6TxBWjOejvYS5.99, 011018

højt niveau og har adgang til de rette tekniske kompetencer, og at disse kompetencer går hånd i hånd med forretningsforståelse og evnen til at tænke kreativt[35].

Undersøgelsen[36] understreger, at det er helt afgørende, at vi får styrket danskernes it-kompetencer og de digitale kompetencer i det hele taget, så virksomhederne bedre vil formå at gribe de digitale vækstmuligheder. Det kræver et tæt samarbejde mellem erhvervsliv og uddannelsesinstitutionerne om fremtidens kompetencer. Vi får brug for både it-specialister og et generelt kompetenceløft hos alle danskere på tværs af faggrupper[37].

[35] www.computerworld.dk/art/244905/ny-undersoegelse-mangel-paa-digitale-kompetencer-i-danmark-kan-koste-190-milliarder-kroner-i-omsaetning-og-57-000-job#QYm6TxBWjOejvYS5.99, 011018, (Steen Christensen, dir., Rambøll Management Consulting)

[36] www.computerworld.dk/art/244905/ny-undersoegelse-mangel-paa-digitale-kompetencer-i-danmark-kan-koste-190-milliarder-kroner-i-omsaetning-og-57-000-job#QYm6TxBWjOejvYS5.99, 011018

[37] www.computerworld.dk/art/244905/ny-undersoegelse-mangel-paa-digitale-kompetencer-i-danmark-kan-koste-190-milliarder-kroner-i-omsaetning-og-57-000-job#QYm6TxBWjOejvYS5.99, 011018, (Rikke Hvilshøj, adm. dir., Dansk IT)

KAPITEL 3: Placering af professionsbachelor i e-handel i Sydjylland

Erhvervslivet oplever i dag, at den unikke kombination af it- og forretningsmæssige kompetencer som værende fraværende hos medarbejderne. Der peges således på, at en professionsbachelor i e-handel imødekommer efterspørgslen på kompetencer indenfor forretningsforståelse og digitalisering og rammer et område, hvor der netop mangler denne kombination. Derudover rammer den ind i et behov for at koble det praktiske med det teoretiske, både på uddannelsen og i virksomhederne[38].



Kilde:https://www.fdih.dk/analyser/medlemsanalyser/uddannelse_2018

Formålet med professionsbachelor i e-handel

Professionsbachelor i e-handel[39] er en overbygningsuddannelse, og formålet med uddannelsen er, at den studerende får teoretisk viden om digital forretningsforståelse herunder e-handel, online marketing og digital kommunikation samt konkret praktisk erfaring 1-2 dage om ugen i en dansk e-handelsvirksomhed.

Af IBA Erhvervsakademi Koldings behovsanalyse fremgår det, at der er behov for et udbud af professionsbachelor i e-handel i Sydjylland. Uddannelsen udbydes pt. kun i København Århus og Odense, som de eneste steder i Danmark.

På professionsbachelor i e-handel skal de studerende i løbet af en stor del af uddannelsesforløbet i praktik, idet praktikopholdet er en essentiel del af uddannelsen, fordi den styrker relationen mellem de studerende og virksomhederne, og samtidig får de studerende hænderne ned i tastaturet og erfaring med virkelige udfordringer i virkelige virksomheder[40].

[38] Erhvervsakademi Aarhus, Behovsanalyse, 2016, s. 9;10
[39] https://www.ug.dk/uddannelser/professionsbacheloruddannelser/overbygningsuddannelser/e-handel
[40] FDIH, UDDANNELSESANALYSE 2018: VIRKSOMHEDERNE SPEJDER FORGÆVES EFTER DIGITALE MEDARBEJDERE, 2018, https://www.fdih.dk/analyser/medlemsanalyser/uddannelse_2018

Vækstområdets strategier og økonomiske udvikling

Hver af de fire kommuner i vækstområdet har udarbejdet en vækststrategi for de kommende år. Prioriterede indsatsområder er bl.a. at tiltrække uddannelser, højne uddannelsesniveauet og opnå kvalificeret arbejdskraft. Vækststrategierne er: *Kolding Vision 3.0*[41]*, Fredericia Vision 2020*[42]*, Vejen Vækststrategi 2020*[43] og *Haderslev Erhvervsstrategi 2019-2022 Vækst med Vilje*[44].

En veluddannet lokal arbejdsstyrke er helt afgørende for at fastholde de nuværende arbejdspladser og virksomheder for dels at tiltrække nye virksomheder og dels for virksomhedernes fremtidige vækstmuligheder. Generelt set vil kommunerne sammen med uddannelsesinstitutionerne, virksomhederne og arbejdskraftoplandet ruste sig til fremtiden ved at uddanne, efteruddanne og tiltrække den efterspurgte arbejdskraft på alle niveauer. Målet er at sikre et arbejdskraftgrundlag, der matcher den nuværende og fremtidige efterspørgsel efter arbejdskraft hos virksomhederne i kommunerne.

Regionen er et vækstområde, hvor service bidrager til at skabe øget vækst, udvikling og arbejdspladser. Regionen har oplevet BNP-fremgang og økonomisk vækst og nåede op over før-kriseniveauet i 2014[45].

Tabel 2: **Udvikling i BNP *per indbygger* fra 2008 til 2016 (faste priser)**

	Samlet vækst over hele perioden	Gennemsnitlig årlig vækst
Hovedstaden	5,5 pct.	0,7 pct.
Sjælland	0,9 pct.	0,1 pct.
Syddanmark	2,3 pct.	0,3 pct.
Midtjylland	-3,2 pct.	-0,4 pct.
Nordjylland	-2,1 pct.	-0,3 pct.
Hele Danmark	0,3 pct.	0,0 pct.

Kilde: Dansk Erhverv på baggrund af Danmarks Statistik og egne beregninger.

Af: Malthe Munkøe, analysechef. Udgivelsestidspunkt: juni 2018

Efter Region Hovedstaden har Region Syddanmark oplevet den højeste økonomiske vækst i BNP på 3,9% og en gennemsnitlig årlig vækst på 0,5% fra 2008-2016[46].

[41] https://www.kolding.dk/om-kommunen/sammen-designer-vi-livet/vision-sammen-designer-vi-livet
[42] https://www.fredericia.dk/politik/planer-politikker-strategier/strategier-projekter/vision2020
[43] https://vejen.dk/media/3368/vaekststrategi-2020.pdf
[44] https://www.haderslev.dk/files/14239/Erhvervsstrategi_2019_2022.PDF
[45] Dansk Erhverv, Den økonomiske udvikling i regionerne: Alle har vækst, men nogle mere end andre. To regioner har fortsat under førkrise-niveau, 2018, s. 1
[46] Dansk Erhverv, Den økonomiske udvikling i regionerne: Alle har vækst, men nogle mere end andre. To regioner har fortsat under førkrise-niveau, 2018, s. 1

I Region Syddanmark har væksten i BNP per indbygger været 2,3%, mod 0,3% på landsplan, fra 2008 til 2016. Regionen har dermed haft større vækst end landsgennemsnittet[47].

Tabel 1: **Udvikling i *samlet* BNP fra 2008 til 2016 (faste priser)**

	Samlet vækst over hele perioden	Gennemsnitlig årlig vækst
Hovedstaden	14,5 pct.	1,7 pct.
Sjælland	2,0 pct.	0,2 pct.
Syddanmark	3,9 pct.	0,5 pct.
Midtjylland	1,4 pct.	0,2 pct.
Nordjylland	-0,9 pct.	-0,1 pct.
Hele Danmark	6,8 pct.	0,8 pct.

Kilde: Dansk Erhverv på baggrund af Danmarks Statistik og egne beregninger.

Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse

Erhvervsakademierne har til opgave at uddanne merkantile og tekniske dimittender i deres geografisk afgrænsede dækningsområder. Hvis der skal opretholdes en decentral struktur for erhvervsrettede videregående uddannelser, giver det mening at se på, hvor dimittenderne bosætter sig og skaber sig et liv efter endt uddannelse.

En analyse udarbejdet af Danske Erhvervsakademier i 2015[48] måler på dimittender fra årgangene 2012 og 2013, og hvor de er bosat pr. 1. januar 2015, for at afdække hvor stort et antal dimittender, der bosætter sig i dækningsområderne efter endt uddannelse.

Erhvervsakademierne har dermed som lovfastsat formål at udbyde videregående uddannelser og sikre arbejdskraft i deres respektive dækningsområder[49].

Analysens hovedkonklusioner viser, at dimittender fra de store byer bliver i nærområdet efter endt uddannelse. Endvidere viser analysen, at 74% af dimittenderne fra 2013 forsat bor i eller ved akademiernes dækningsområde i 2015. Der er decentrale udbud nødvendige for national dækning af videregående uddannelser på erhvervsakademier[50].

[47] Dansk Erhverv, Den økonomiske udvikling i regionerne: Alle har vækst, men nogle mere end andre. To regioner har fortsat under førkrise-niveau, 2018, s. 1
[48] Danske Erhvervsakademier, Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse, 2015
[49] Danske Erhvervsakademier, Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse, 2015, s. 2
[50] Danske Erhvervsakademier, Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse, 2015, s. 1

Uddannelses- og Forskningsministeriet

Erhvervsakademi Kolding (IBA)

E-mail: iba@iba.dk

Godkendelse af nyt udbud

25. november 2019

Styrelsen for Forskning og Uddannelse
Professions- og Erhvervsrettede Videregående Uddannelser

Bredgade 40
1260 København K
Tel. 3544 6200

www.ufm.dk

CVR-nr. 1991 8440

Sagsbehandler
Signe Berg Aabling-Thomsen
Tel. 72 31 82 29
saat@ufm.dk

Ref.-nr.
19/29773-17

Uddannelses- og forskningsministeren har på baggrund af gennemført prækvalifikation af Erhvervsakademi Koldings ansøgning om prækvalifikation af nyt udbud truffet følgende afgørelse:

Godkendelse af nyt udbud professionsbacheloruddannelsen (PBO) i e-handel (Kolding)

Afgørelsen er truffet i medfør af § 20 i bekendtgørelse nr. 853 af 12. august 2019 om akkreditering af videregående uddannelsesinstitutioner og godkendelse af videregående uddannelser og § 2 i bekendtgørelse nr. 271 af 22. marts 2014 om særlige betingelser for godkendelse af udbud af erhvervsakademiuddannelser, professionsbacheloruddannelser, akademiuddannelser og diplomuddannelser.

Da Erhvervsakademi Kolding er positivt institutionsakkrediteret gives godkendelsen til umiddelbar oprettelse af uddannelsen.

Ansøgningen er blevet vurderet af Det rådgivende udvalg for vurdering af udbud af videregående uddannelser (RUVU). RUVU's vurdering er vedlagt som bilag nedenfor.

Godkendelsen gives til at dække behovet for udbuddet inden for det vedtægtsbestemte dækningsområde. Udbudsgodkendelsen kan bortfalde efter § 16 i lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser, jf. lovbekendtgørelse 790 af 9. oktober 2019.

Maksimumramme/dimensionering:
Erhvervsakademi Koldings meddeles et højeste optag (maksimumsramme) på 35 studerende årligt inkl. overbooking, indtil der foreligger tilstrækkelig dokumentation for dimittendernes beskæftigelse.

Udbudssted:
Kolding

Sprog:
Dansk.

Med venlig hilsen



Jørgen Prosper Sørensen

Nr. C4- Nyt udbud – prækvalifikation (efterår 2019)			**Status på ansøgningen:** Godkendelse	
Ansøger og udbudssted:	Erhvervsakademi Kolding- IBA (Kolding)			
Uddannelsestype:	Professionsbachelor (overbygning på 1 ½ år - top-op)			
Uddannelsens navn (fagbetegnelse):	Uddannelsen til professionsbachelor i e-handel			
Den uddannedes titler på hhv. da/eng:	-Professionsbachelor i e-handel -Bachelor of E-commerce Management			
Hovedområde:	Det økonomisk- merkantile område		**Genansøgning (J/N):**	N
Sprog:	Dansk	**Antal ECTS:**	90 ECTS	
Link til ansøgning på http://pkf.ufm.dk:	http://pkf.ufm.dk/flows/3a6f6cf05090466194dbc1d4be02e46b			
Link - UddannelsesGuiden:	https://www.ug.dk/uddannelser/professionsbacheloruddannelser/overbygningsuddannelser/e-handel			
Om uddannelsen: indhold og erhvervssigte	**Beskrivelse af den nye uddannelse, dens konstituerende elementer/struktur, erhvervssigte, adgangskrav, udbud og optag**			
Beskrivelse af uddannelsen, herunder erhvervssigte	Uddannelsen beskæftiger sig med e-handel og har fokus på datadreven markedsføring, customer experience og creative content. På en stor del af uddannelsen er man tilknyttet en e-handelsvirksomhed, hvor man er i praktik 1-2 dage om ugen. Adgang via en erhvervsakademiuddannelse: Handelsøkonom, Logistikøkonom, Markedsføringsøkonom, Multimediedesigner, Serviceøkonom			
RUVU's vurdering på mødet den 23. oktober 2019	RUVU vurderer, at ansøgningen opfylder kriterierne som fastsat i bekendtgørelse nr. 853 af 12. august 2019, bilag 4. RUVU vurderer, at ansøger har sandsynliggjort, at der er behov for et udbud af uddannelsen i erhvervsakademiets dækningsområde. RUVU har noteret sig, at der endnu ikke foreligger beskæftigelsestal for uddannelsen, og at overgangen til beskæftigelse derfor bør følges tæt. I forlængelse heraf forslår RUVU, at der ved en godkendelse af udbuddet meddeles et højeste optag (maksimumsramme) årligt, indtil der foreligger tilstrækkelig dokumentation for dimittendernes beskæftigelse.			