



**Uddannelses- og
Forskningsministeriet**

**Prækvalifikation af videregående uddannelser - Uddannelse til
professionsbachelor i e-commerce og digital marketing**

Udskrevet 7. april 2026

Professionsbachelor - Uddannelse til professionsbachelor i e-commerce og digital marketing - UCL Erhvervsakademi og professionshøjskole

Institutionsnavn: UCL Erhvervsakademi og professionshøjskole

Indsendt: 12/09-2025 14:35

Ansøgningsrunde: 2025-2

Status på ansøgning: Godkendt

[Afgørelsesbilag](#)

[Download den samlede ansøgning](#)

[Læs hele ansøgningen](#)

Ansøgningstype

Nyt udbud

Udbudssted

UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole, Seebladsgade

Informationer på kontaktperson for ansøgningen (navn, email og telefonnummer)

Rikke Fastenrath, Ledelseskonsulent, rifa@ucl.dk, 51808906

Er institutionen institutionsakkrediteret?

Ja

Er der tidligere søgt om godkendelse af uddannelsen eller udbuddet?

Nej

Uddannelsestype

Professionsbachelor

Uddannelsens fagbetegnelse på dansk

Uddannelse til professionsbachelor i e-commerce og digital marketing

Uddannelsens fagbetegnelse på engelsk

Bachelor's Degree Programme in E-commerce and Digital Marketing

Angiv den officielle danske titel, som institutionen forventer at bruge til den nye uddannelse

Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing

Angiv den officielle engelske titel, som institutionen forventer at bruge til den nye uddannelse

Bachelor in E-commerce and Digital Marketing

Hvilket hovedområde hører uddannelsen under?

Det økonomiske område

Hvilke adgangskrav gælder til uddannelsen?

Adgang via gymnasial eksamen (hf, hhx, htx, stx eller eux) eller gymnasiale indslusningsforløb for flygtninge og indvandrere (GIF)

Fuldført erhvervsuddannelse i kontor, handel og forretningsservice med en normeret varighed på 3 år

Derudover gælder specifikke adgangskrav uanset ovenstående:

Matematik B eller Virksomhedsøkonomi B

De specifikke adgangskrav skal være bestået.

Er det et internationalt samarbejde, herunder Erasmus, fællesuddannelse el. lign.?

Nej

Hvis ja, hvilket samarbejde?

Hvilket sprog udbydes uddannelsen på?

Dansk

Er uddannelsen primært baseret på e-læring?

Nej, undervisningen foregår slet ikke eller i mindre grad på nettet.

ECTS-omfang

210

Beskrivelse af uddannelsens formål og erhvervsigte. Beskrivelsen må maks. fylde 1200 anslag

Ikke relevant

Uddannelses struktur og konstituerende faglige elementer

Ikke relevant

Begrundet forslag til takstindplacering af uddannelsen

Ikke relevant

Forslag til censorkorps

Censorkorpset for handel og logistik

Dokumentation af efterspørgsel på uddannelsesprofil - Upload PDF-fil på max 15 sider. Der kan kun uploades én fil

Regional behovsanalyse 300825_ september 2025.pdf

Kort redegørelse for det nationale og regionale behov for den nye uddannelse. Besvarelsen må maks. fylde 1800 anslag

Der er fortsat et stigende behov for dimittender inden for e-commerce og digital marketing. I en ny analyse fra World Economic Forum fra 2025 er udvidet digital adgang den mest transformative tendens frem mod 2030. 60% af arbejdsgivere globalt forventer, at det vil ændre deres forretning markant. E-commerce-markedet er i hastig vækst, drevet af både en stigende andel af borgere med internetadgang og teknologiske fremskridt som kunstig intelligens. Denne digitale fremdrift skaber ikke blot intens konkurrence om markedsandele, men også om digitale talenter, som virksomheder har brug for i konkurrencen. Danske virksomheder risikerer at miste konkurrenceevne, hvis digitale kompetencer ikke forankres strategisk i organisationerne. 39% af danske virksomheders salg er via digitale kanaler, hvilket placerer Danmark i front internationalt målt på andelen af virksomheder med online handel. Imidlertid formår mange virksomheder ikke at omsætte dette til væsentlig vækst i omsætningen. Ifølge Dansk Industri halter en stor del af de danske virksomheder efter, når det gælder udnyttelsen af det fulde digitale potentiale. UCLs egen behovsanalyse bekræfter denne udfordring. Her fremgår det tydeligt, at virksomhederne er bevidste om problematikken, og de efterspørger medarbejdere med kompetencer til at integrere digitalt salg og forretningsudvikling i én samlet tilgang.

Således udtrykker Klavs Steenhof, Head of Digital, Intersport Danmark det: *"I dag starter 80% af kunderne deres købsrejse digitalt – uanset om de ender i en fysisk butik eller handler online. Derfor er vores digitale tilstedeværelse ikke bare vigtig, den er forretningskritisk. Vi har brug for medarbejdere, der både forstår kundens perspektiv og samtidig kan tage beslutninger, der styrker vores digitale strategi."*

Uddybende bemærkninger

Både nationalt og regionalt er der dokumenteret stor efterspørgsel efter medarbejdere med kompetencer inden for e-commerce og digital marketing. World Economic Forum konkluderer i Future of Jobs Report 2023, at 75% af virksomheder globalt forventer at implementere e-commerce-teknologi inden for de næste fem år. Ifølge European E-commerce Report 2024 handlede 89% af den danske befolkning online i 2023, og prognoser peger på, at andelen af danske virksomheder med online salg vil mere end fordobles frem mod 2028.

Hvor e-commerce tidligere primært var relevant for handelsvirksomheder, er det i dag – og i stigende grad fremadrettet – aktuelt for virksomheder på tværs af brancher. Således har 71% af engroshandlerne onlinesalg ifølge DIs undersøgelse "E-commerce i organisationerne" fra 2025. Det er en stigning på fem procentpoint siden 2023. Virksomheder indenfor Industrien, Information og Transport løfter sig med to procentpoint.

Digitaliseringsbarometer Fyn 2024 viser, at 55% af de fynske SMV'er har en høj eller mellemhøj grad af digitalisering – en stigning på 5 procentpoint siden 2022. Samtidig dokumenteres en klar sammenhæng mellem digitalt fokus og øget vækst samt sundere forretningsudvikling. Den største barriere for yderligere digitalisering er mangel på ressourcer, særligt tid og kvalificerede medarbejdere.

Der er således et betydeligt udviklingspotentiale, som kun kan realiseres, hvis virksomhederne har adgang til medarbejdere med relevante e-commerce-kompetencer. Som Marlene Rud Kristensen, Digital Development Coordinator hos LE KLINT A/S, udtrykker det: "Med stigende og hurtig udvikling ser vi de nyuddannede som en stor styrke for at følge med udviklingen og være relevante på markedet."

UCLs behovsanalyse viser, at 66% af de adspurgte virksomheder oplever rekrutterings-udfordringer inden for e-commerce og digital marketing. Sofie Grøndal Nielsen, Head of Marketing og E-Com hos Cane-line, understreger behovet for opdateret viden:

"I fremtiden får vi endnu mere brug for kompetencer inden for e-commerce og digital marketing – især i forhold til AI, automatisering og optimering af processer. Vi driver 16 webshops på 8 sprog, og der er stort potentiale i at bruge AI til tekst, oversættelse, billedbehandling og kodning. Her kan nyuddannede virkelig gøre en forskel."

Af Erhvervshus Fyns udgivelse "Det Fynske Vækstbarometer" fra september 2025 understreges det, at ny teknologi og digitalisering udvikler sig hurtigt og spiller en stadig større rolle for virksomhedernes indtjeningsevne og konkurrencekraft. Således fremgår det af Det fynske Erhvervspanel, at 86% af de fynske virksomheder ser digitale løsninger som en konkurrencefordel. Virksomhedernes evne til at forblive relevante i en tid med hastige forandringer og stigende krav til kundeoplevelser var også det centrale tema på den fynske e-handelskonference afholdt af Fynsk Erhverv og Hesehus i maj 2025.

Medarbejdere med evner til at integrere teknisk indsigt med solid forretningsforståelse gør dem til en særdeles værdifuld ressource i en tid, hvor digital tilstedeværelse og e-handel er afgørende for organisationers konkurrenceevne og vækst. I DIs undersøgelse "E-commerce i organisationerne" fra 2025 fremgår det, at 1 ud af 3 medarbejdere finder forretningsforståelse som den vigtigste kompetence for en karriere inden for e-commerce. Samtidig fremgår det også af DIs undersøgelse, at 75% af virksomhederne forventer at investere i e-commerce inden for de næste to år, og såfremt nyansættelser og efteruddannelse sammenlægges, har 50% fokus på e-commerce investeringer i medarbejdere. Det fremgår også tydeligt af UCLs regionale behovsanalyse, at der er en stor bevidsthed om, at der er en sammenhæng mellem succes og evnen til at kombinere digitale kompetencer med forretningsforståelse. I behovsanalysen udtrykker flere virksomheder dog også bekymring for, at kompetencer inden for e-commerce vil gå tabt med udfasningen af overbygningsuddannelsen i e-handel, og samtidig tilkendegiver 89% af de virksomheder, som har udfyldt spørgeskemaet, at det er sandsynligt at de vil ansætte en dimittend med en professionsbachelor i E-commerce og digital marketing.

Professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital markedsføring erstatter ikke den eksisterende overbygningsuddannelse, men der er betydelige overlap i de kompetencer og erhverv, som de to uddannelser retter sig mod. I Pba. i e-commerce og digital markedsføring kombineres de mest efterspurgte kompetencer i e-handelsuddannelsen med fagelementer, som e-handelsuddannelsen hidtil ikke har dækket. Den nye uddannelse er kendetegnet ved en mere helhedsorienteret tilgang, hvor digital forretningsforståelse ikke forstås som et add-on i virksomhedsdriften, men i stedet som en integreret strategisk tilgang i hele organisationens virke.

Med en Pba. i E-commerce og digital marketing i Odense vil virksomhederne dermed fortsat kunne rekruttere medarbejdere med stærke kompetencer inden for både e-commerce og forretningsudvikling – kompetencer, der er afgørende for at styrke konkurrenceevnen og understøtte den digitale strategi.

Som Palene Thorsing Jensen, Influencer Campaign Specialist hos Sisu Social pointerer:

"Hos Sisu Social arbejder vi med influencer marketing, hvor vi hele tiden bygger bro mellem kreativt content, data og forretning. Kompetencer indenfor e-commerce og digital marketing er derfor helt centrale - de gør os i stand til at omsætte reach og storytelling til konkret salg, trafik og målbare resultater for vores kunder. Vi har allerede haft to medarbejdere fra e-handelsuddannelsen, som har bidraget med stor værdi til vores team. Et udbud af uddannelsen på Fyn vil give os endnu bedre adgang til lokalt talent med de rette digitale kompetencer og samtidig styrke det samlede erhvervsliv i regionen."

Mikkel Normann, CMO og partner i ZERV, supplerer:

"Det har stor betydning, at de studerende er lokalt uddannet. Vi har brug for talenter, der kan komme nemt til og fra arbejde, og som kan være en del af det lokale erhvervsliv i Odense. Der er et stort behov for at kunne uddanne og fastholde digitale profiler i området."

Underbygget skøn over det nationale og regionale behov for dimittender. Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

En analyse fra World Economic Forum, offentliggjort i januar 2025, fremhæver den udvidede digitale adgang som den mest transformative tendens frem mod 2030. Omtrent 60% af arbejdsgiverne globalt forventer, at udviklingen vil få væsentlig betydning for deres forretningsmodel. Regionalt ses også et potentiale i salg via markedspladser. UCLs lokale behovsanalyse viser, at 80% af de adspurgte virksomheder i regionen forventer at skulle rekruttere medarbejdere med kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring inden for de kommende 24 måneder, og 66% af de adspurgte virksomheder ser en generel udfordring i at finde kandidater med de nødvendige kompetencer. Som Head of Digital Klavs Steenhof Intersport Danmark, udtrykker det: "*Vi har brug for medarbejdere, der forstår kundens digitale adfærd og samtidig kan tage beslutninger, der styrker vores digitale strategi. Vi er nødt til at tænke i nye løsninger som selvbetjening og digitalisering for at være konkurrencedygtige og hvis vi skal kunne matche aktører som Zalando og Boozt.*"

Hvilke aftagere har været inddraget i behovsundersøgelsen? Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

56 virksomhedskontakter har besvaret en spørgeskemaundersøgelse, som er blevet udsendt til ca. 70 kontakter.

Liste over respondenter (undtaget anonyme):

A-Hjort, Alumeco, Antidark, AutoLock, Baggy, BEAUTYCOS, BERNINA Nordic, Bloom Burst Confetti, Cane-line, Chili Security, Connie, Embarkly, FableWood, Finari, Harboes Bryggeri, Hesehus, H.J. Hansen Vin, INTERSPORT, LAIT, LBH2023, LE KLINT, LM studio, Loppetjansen.dk, Louis Hansson Hands on wines, MEMIDOS, Micro Matic, mini homes, Monito.dk, Nielsens, NIMARA, Nordic Ergo, Nordic Microbes, Nørgård Mikkelsen, Odense Jagt og Fritid, O'TAY, Papirværk, Perfect Jeans, Petland, Recraft, Rice, Seleshoppen.dk, Sisu Social, Skovdal Nordic, Stupid, Tante Grøn Odense, TJdata, Zerv

Virksomhederne, som har fået fremsendt spørgeskemaet er hovedsagelig geografisk placeret på Fyn.

Desuden er der foretaget kvalitative interviews med: BERNINA Nordic, Cane-line, FableWood, INTERSPORT, Petland, Rezas Rugs, Tante Grøn Odense, Zerv.

Derudover har UCL haft dialoger med interesseorganisationer som Fynsk Erhverv, Dansk Industri, HK Midt, Business Danmark.

Beskriv ligheder og forskelle til beslægtede uddannelser, herunder beskæftigelse og eventuel dimensionering. Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

Virksomhederne, der indgår i UCLs behovsanalyse, fremhæver, at de kompetencer, som i dag tilvejebringes gennem overbygningsuddannelsen Professionsbachelor i e-handel, er afgørende for deres fremtidige rekruttering. De udtrykker bekymring for, at en udfasning af uddannelsen i 2028 vil efterlade et kompetencegab, som ikke dækkes af eksisterende uddannelsesstilbud.

På nationalt plan udbydes beslægtede uddannelser såsom markedsføringsøkonom, multimediedesigner og handelsøkonom. Ingen af de beslægtede uddannelser har dog det særlige fokus på e-commerce og digital marketing. Sammenlignet med disse er professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital marketing karakteriseret ved en højere grad af specialisering inden for både merkantile og it-tekniske områder. Uddannelsen er en hybrid mellem en it- og en merkantil uddannelse, med det formål at integrere faglighederne og dermed imødekomme erhvervslivets efterspørgsel efter dimittender med digitale kompetencer.

I de uddybende bemærkninger er de mest relevante beslægtede uddannelser beskrevet.

Uddybende bemærkninger

Udfasningen af overbygningsuddannelserne, herunder Professionsbachelor i e-handel, forventes i nogen grad at påvirke rekrutteringsmønstret til UCLs eksisterende erhvervsakademiuddannelser såsom markedsføringsøkonom, multimediedesigner og handelsøkonom. Det må forventes, at en del af de studerende, som tidligere ville have valgt en erhvervsakademiuddannelse med henblik på senere overbygning, fremover vil søge direkte ind på en fuld professionsbacheloruddannelse.

Virksomhederne, der har bidraget til UCLs regionale behovsanalyse, fremhæver, at de kompetencer, som i dag udvikles gennem overbygningsuddannelsen i e-handel, er afgørende for deres fremtidige rekruttering. Aftagerne fremhæver særligt koblingen mellem teori og praksis og tid til fordybelse i nye områder som f.eks. e-eksport. Der udtrykkes bekymring for, at disse kompetencer vil gå tabt, medmindre de videreføres i en ny uddannelsesstruktur.

I de studerendes søgning til UCLs overbygningsuddannelser har den nuværende overbygningsuddannelse i e-handel været særdeles populær. På UCL har optaget ligget stabilt mellem 39 og 44 studerende pr. årgang, og frafaldet har været lavt – på de seneste tre hold har over 95 % af de studerende i gennemsnit gennemført uddannelsen. UCL planlægger at udfase overbygningsuddannelsen i e-handel med sidste optag i september 2027 med forventet sidste dimission i januar 2029. Parallelt hermed etableres professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital markedsføring, som har første optag i september 2026 og første dimittender i juni 2029.

Denne overgang er strategisk tilrettelagt med henblik på at imødekomme den dokumenterede kompetencemangel blandt fynske virksomheder.

Samtidig viser behovsanalysen, at der fortsat er efterspørgsel efter dimittender fra erhvervsakademiuddannelserne, idet disse uddannelser har tydelige og afgrænsede kompetenceprofiler, som appellerer til specifikke segmenter af arbejdsmarkedet. Dermed vil den nye professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing således ikke erstatte f.eks. markedsføringsøkonom, men snarere supplere de eksisterende uddannelser, idet den dækker et særligt kompetenceområde, der kombinerer merkantile og it-tekniske fagligheder.

Der findes aktuelt ingen beslægtede fulde professionsbacheloruddannelser inden for UCLs dækningsområde. UCLs behovsanalyse dokumenterer en vedvarende og markant vækst i e-commerce, og Det fynske Vækstbarometer fra september 2025 viser, at der er en stadig stigende digital modenhed i de fynske virksomheder. 79 procent af virksomhederne i Det fynske Erhvervspanel angiver, at det er vigtigt eller meget vigtigt at øge organisationens digitale modenhed indenfor de næste 1-3 år.

På baggrund af disse indsigter vurderer UCL, at efterspørgslen efter kandidater med kombineret forretningsforståelse og digitale kompetencer vil medføre øget rekruttering til den nye professionsbacheloruddannelse.

Beskriv rekrutteringsgrundlaget for ansøgte, herunder eventuelle konsekvenser for eksisterende beslægtede udbud. Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

Det primære rekrutteringsgrundlag vil være studenter fra ungdomsuddannelserne, der ønsker en uddannelse på professionsbachelorniveau med interesse for forretningen og specifikt e-commerce og digital marketing. Ifølge UFM's opgørelse over færdiggjorte gymnasiale uddannelser i 2023/2024 udgør rekrutteringsgrundlaget 3.731 potentielle studerende alene fra de fynske ungdomsuddannelser. Hertil kommer yderligere rekrutteringsmuligheder fra resten af UCLs dækningsområde. På baggrund heraf vurderes det, at der er et tilstrækkeligt grundlag for at etablere et udbud af professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital marketing. Denne vurdering styrkes af UCLs veletablerede brobygningssamarbejder med lokale ungdomsuddannelser.

Det kan ikke udelukkes, at uddannelsen også vil henvende sig til studerende, der ellers ville søge ind i erhvervsakademiuddannelse på UCL med det formål at efterfølgende tage en overbygningsuddannelse i e-handel. UCL forventer således ikke, at det nye udbud får betydning for beslægtede uddannelser på andre institutioner. IBA Kolding har i deres hørings svar gjort opmærksom på, at et udbud i Odense ikke vil have indvirkning på Erhvervsakademi Koldings optag.

Beskriv kort mulighederne for videreuddannelse

Dimittender fra professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital marketing vil være kvalificerede til at søge optagelse på relevante kandidatuddannelser inden for marketing og informationsteknologi. Eksempler herpå inkluderer kandidatuddannelsen i IT, kommunikation og organisation. Derudover vil kandidaterne have mulighed for at videreudanne sig inden for teknologibaseret forretningsudvikling, hvilket åbner for specialisering i strategisk anvendelse af digitale teknologier i erhvervsmæssige kontekster.

Forventet optag på de første 3 år af uddannelsen. Besvarelsen må maks. fylde 200 anslag

År 1: 40

År 2: 40

År 3: 80

Udbuddet tilpasses den aktuelle og fremtidige efterspørgsel. En vækst fra 40 til 80 studerende anses som et passende skøn, når top-uddannelsen Pba- i e-handel afvikles.

Hvis relevant: forventede praktikaftaler. Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

De 56 virksomheder, som har svaret på UCLs spørgeskemaundersøgelse har været særdeles positive for at modtage praktikanter. Resultaterne viser, at i de 56 besvarelser tilkendegiver virksomhederne at kunne tilbyde 77 praktikpladser.

UCL har dertil et veletableret samarbejde med fynske virksomheder og et velfungerende praktiksistem, som understøtter de studerende i deres søgning efter relevante praktikpladser. Erfaringer fra den beslægtede overbygningsuddannelse viser, at de studerende har opnået både fagligt udbytterige og relevante praktikforløb, som i flere tilfælde har ført til ansættelse. Det vurderes derfor, at der vil være tilstrækkeligt med praktikpladser til studerende på PBA i e-commerce og digital marketing i UCLs dækningområde.

"Det fynske erhvervsliv har i de seneste år gennemgået en markant digital udvikling, hvor kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring er blevet helt centrale for virksomhedernes vækst og konkurrenceevne. Hos Hesehus har vi haft stor glæde af dimittender fra PBA-uddannelsen i e-handel, som siden 2019 har bidraget med stærke og praksisnære kompetencer hos vores fynske kunder."

Lars Hedal, CEO Hesehus A/S og Bizkit

Øvrige bemærkninger til ansøgningen

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

Ja

Status på ansøgningen

Godkendt

Ansøgningsrunde

2025-2

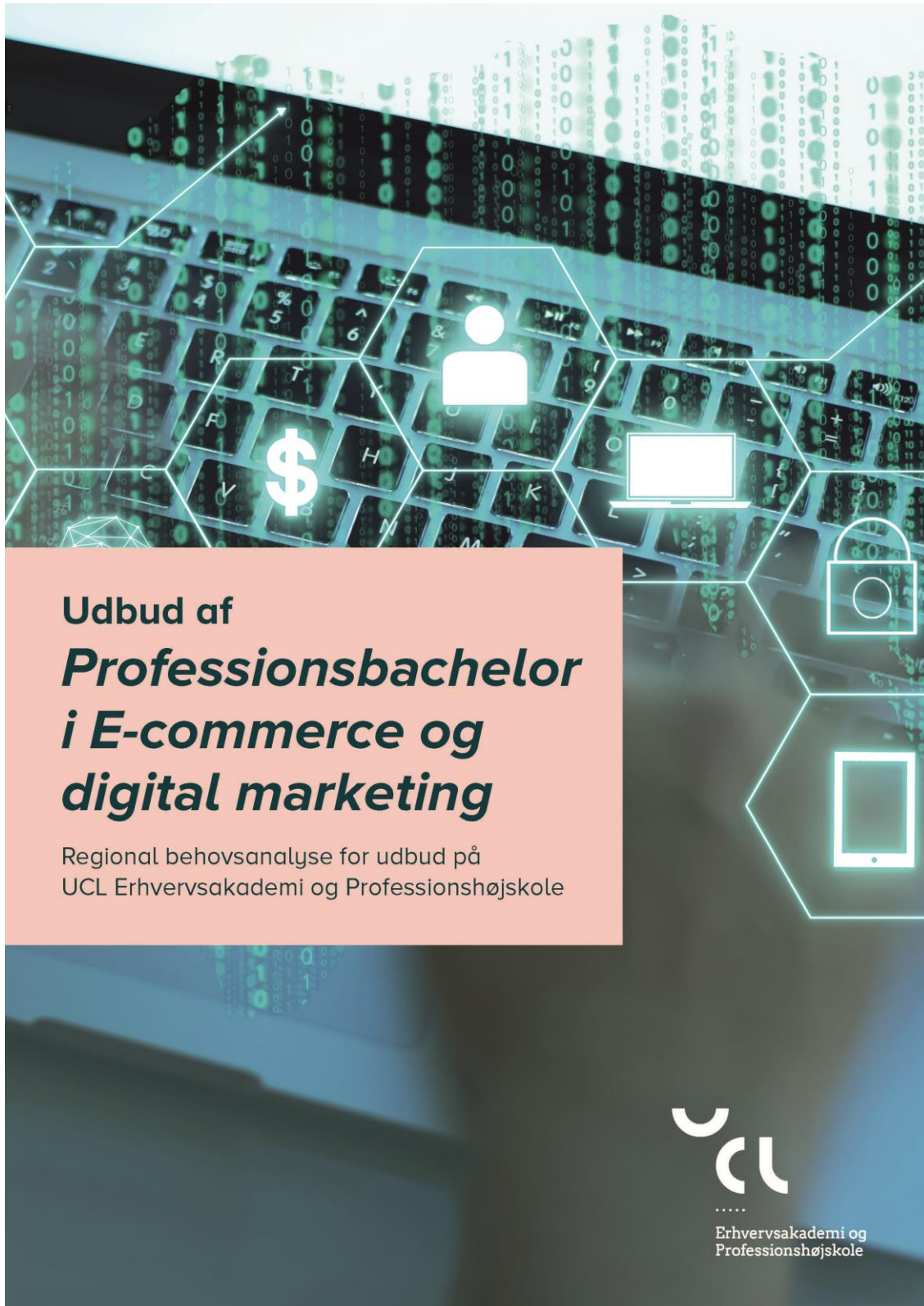
Afgørelsesbilag - Upload PDF-fil

Afgørelsesbrev C5 Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing, Odense.pdf

Samlet godkendelsesbrev - Upload PDF-fil



.....
Erhvervsakademi og
Professionshøjskole



Udbud af
Professionsbachelor
i E-commerce og
digital marketing

Regional behovsanalyse for udbud på
UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole



.....
Erhvervsakademi og
Professionshøjskole

1. Baggrund

Dansk Erhvervs E-handelsanalyse 2024 viser, at danskernes onlineforbrug er steget med hele 32% siden 2019. Samtidig fremgår det, at væksten i udenlandske netbutikker overgår den danske – en udvikling, der understreger, hvor hurtigt forbrugsmønstre digitaliseres, men også hvor vigtigt det er, at danske virksomheder styrker deres digitale konkurrenceevne. Nicole Christoffersen, Marketing & Customer Service Manager, Perfect Jeans pointerer:

E-commerce og digital marketing er dynamiske områder i konstant forandring. Det er derfor afgørende for os som virksomhed at kunne drage nytte af dygtige studerende, så vi kan bevare nye perspektiver og fortsat udvikle os. Vi har en god historik med at ansætte praktikanter, som har bidraget med både perspektiv og faglighed. Mange tror fejlagtigt, at især digital marketing 'bare' er noget, man lige kan fikse uden uddannelse. For at kunne bevæge sig i de dybere lag af både digital marketing og e-commerce, kræves der et solidt fagligt fundament af dyb indsigt og knowhow for at lykkes. Vores virksomhed er bygget på netop dette fundament af dygtige e-commerce og digital marketing specialister. Konkurrencen er stor, og mulighederne uendelige, så det bliver ikke lettere at drive en online virksomhed - tværtimod. Derfor er der et stort behov for dygtige folk, der kan løfte opgaven. Som en sydfynsk virksomhed kan vi have svært ved at rekruttere de rigtige talenter, fordi geografien spænder ben. Det ville derfor være fantastisk at kunne tiltrække dygtige unge mennesker fra Fyn.

- Nicole Christoffersen, Marketing & Customer Service Manager, Perfect Jeans ApS

Virksomhederne har brug for medarbejdere, der både forstår kundens digitale adfærd og kan omsætte den viden til strategiske beslutninger. Det kræver en kombination af teknisk forståelse, kreativt indhold og evnen til at arbejde med data og automatisering. Virksomheder efterspørger i stigende grad medarbejdere med kompetencer inden for e-commerce og digital marketing – ikke kun teoretisk viden, men praktisk erfaring med teknologier, data og indhold.

Casper Christensen, Associate Nordic Marketing Manager, BERNINA Nordic understreger:

Vi arbejder med e-commerce og digital marketing på tværs af Danmark, Norge og Sverige. Vores webshop understøtter forhandlernetværket og slutkunder gennem kampagner, produktbeskrivelser og content tilpasset nordiske markeder. Det kræver digitale kompetencer – både teknisk forståelse og evnen til at producere relevant indhold.

I fremtiden får vi endnu mere brug for kompetencer inden for automatisering, dataanalyse og content-produktion. Det er vigtigt, at dimittender har hænderne i teknologien og ikke kun kender den fra teori. Vi har brug for folk, der kan arbejde med tekst, billeder, video og lyd – og som hurtigt kan tilegne sig nye værktøjer.

- Casper Christensen, Associate Nordic Marketing Manager, BERNINA Nordic A/S

På Den Fynske E-handelskonference den 27. maj 2025 – arrangeret af Fynsk Erhverv og Hesehus – blev det tydeligt, at der er behov for en både strategisk og praktisk tilgang til e-handel. Lars Hedal, CEO i Hesehus, fremhævede, at B2B-indkøbere i stigende grad forventer digitale løsninger, og at hele 85% er villige til at skifte leverandør, hvis deres digitale behov ikke bliver imødekommet. I forbindelse med UCL's behovsanalyse understreger Lars Hedal også vigtigheden af digitale kompetencer:

"Det fynske erhvervsliv har i de seneste år gennemgået en markant digital udvikling, hvor kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring er blevet helt centrale for virksomhedernes vækst og konkurrenceevne. Hos Hesehus har vi haft stor glæde af dimittender fra PBA-uddannelsen i e-handel, som siden 2019 har bidraget med stærke og praksisnære kompetencer hos vores fynske kunder.

Mange af de tidligere studerende sidder i dag i nøglepositioner hos virksomheder på Fyn, hvor de er med til at drive digital transformation, udvikle og optimere e-handelsløsninger og styrke den digitale kundeoplevelse. Deres evne til at kombinere teknisk forståelse med forretningsmæssig indsigt gør dem til værdifulde medarbejdere i en tid, hvor digital tilstedeværelse og e-commerce er afgørende for succes.”
- Lars Hedal, CEO, Hesehus A/S og Bizkit

Denne udvikling kalder på en målrettet uddannelse, der kombinerer teori og praksis inden for e-commerce og digital marketing – og som kan udbydes lokalt på Fyn, hvor både virksomheder og talenter har brug for adgang til relevante kompetencer. En sådan uddannelse vil ikke blot styrke den regionale erhvervsudvikling, men også sikre, at fynske virksomheder kan konkurrere digitalt – både nationalt og internationalt. Der er derfor behov for en uddannelse i e-commerce og digital marketing, som imødekommer den stigende efterspørgsel på kvalificeret arbejdskraft inden for feltet.

1.1 Metode

I juni 2025 har UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole udarbejdet et spørgeskema og indsamlet data fra virksomheder og interesseorganisationer, som er særligt relevante for en behovsafdækning i UCLs dækningsområde. Spørgeskemaet er udsendt til 70 virksomhedskontakter, som UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole har haft kontakt med i forbindelse med praktikanter, dimittender eller samarbejde. Vi har modtaget data fra 56 aftagere/virksomheder/interesseorganisationer/offentlige institutioner. Listen fremgår nedenfor.

Aftagere /virksomheder/interesseorganisationer/offentlige institutioner		
A-Hjort	Antidark	Alumeco
AutoLock	BAGGI A/S	BERNINA Nordic A/S
BEAUTYCOS	Bloom Burst Confetti	Cane-Line A/S
Central Møbler	Chili Security ApS	Connie ApS
Embarkly	Fabelwood ApS	Finari
Harboes Bryggeri	Hesehus	H.J. Hansen Vin A/S
INTERSPORT	LAIT ApS	LBH2023 ApS

LE KLINT A/S	LM studio ApS	Loppetjansen.dk
Louis Hansson Hands on wines ApS	MEMIDOS ApS	Micro Matic A/S
Mini homes ApS	Monito	Nielsens
NIMARA ApS	Nordic Ergo	Nordic microbes
Nørgård Mikkelsen	Odense Jagt og Fritid	O'TAY ApS
Papirværk	Petland ApS	Perfect Jeans
Recraft	RedInk	Rice
Seleshoppen.dk	Sisu Social I/S	Skovdal Nordic
Stupid A/S	Tante Grøn	TJdata
Zerv		

Tabel 1: Liste over respondenter (undtaget de respondenter, som har ønsket at være anonyme)

Ud over de indsamlede data har vi gennemført desk research og været i løbende dialog med uddannelsesudvalg, samarbejdspartnere og interesseorganisationer om behov inden for e-commerce og digital marketing.

Vi har således fået interesseerklæringer fra nogle af vores samarbejdspartnere, som vil indgå i vores behovsanalyse.

- Fynsk Erhverv

- Dansk Industri
- HK Midt
- Business Danmark

2. Regional behovsafdækning

2.1 Aftagerbehov

Lokalt udbud af e-commerce og digital marketing styrker virksomhedernes konkurrenceevne

Der er stor opbakning blandt de adspurgte i den regionale behovsafdækning til et udbud af PBA i e-commerce og digital marketing. Hele 98% støtter, at UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole søger om at udbyde uddannelsen. Samtidig vurderer 98%, at behovet for at rekruttere medarbejdere med kompetencer inden for e-commerce og digital marketing er højt, kun 2% vurderer, at behovet for at rekruttere medarbejdere er af mindre grad.

“Kompetencer indenfor e-commerce og digital marketing er i stigende grad afgørende for vores virksomhed, da forbrugeradfærden i høj grad er rykket online. For at kunne følge med udviklingen og forblive konkurrencedygtige er det nødvendigt at have adgang til medarbejdere med netop disse kompetencer. Et udbud af uddannelsen på Fyn vil være en stor gevinst for os, da vi er en virksomhed med base i regionen og tilgængeligheden af relevant uddannelse lokalt kan potentielt gøre det attraktivt for e-handelsuddannede at blive i området fremfor at søge mod større byer som Aarhus og København.”

- Lars Skinbjerg Pedersen, direktør, BAGGI A/S

UCL har igennem flere år udbudt overbygningsuddannelsen i e-handel og har opbygget et stærkt fagligt vidensmiljø særligt centreret om campus i Odense. UCL har således opbygget et stærkt samarbejde med mange virksomheder, som har brug for medarbejdere med forskellige kompetencer inden for e-commerce og digital marketing. Flere af de adspurgte har udtrykt bekymring, når overbygningsuddannelsen i e-handel lukker.

Der er meget stor forskel på at være uddannet generelt indenfor marketing og så kunne arbejde med e-commerce og have hele det tekniske aspekt med.

- Mads Reiflin Johannesen, Head of Global Marketing & E-commerce, Micro Matic A/S

Vi har haft praktikanter fra UCL i både salgs- og marketingafdelingen i mange år – helt tilbage fra 2017. I marketing og e-commerce har vi haft praktikanter fra professionsbacheloren i e-handel, og det har vist sig at være det helt rigtige match. Vi har brug for studerende med en stærk digital værktøjsforståelse – vi har brug for studerende, der taler samme sprog som os.

I fremtiden vil vi få endnu mere brug for kompetencer inden for e-commerce og digital marketing. Vi ser, at en aktiv indsats på webshop og digitale kanaler gør en forskel – fx i forbindelse med lageroptimering og kampagner. Det er et område, vi vil investere mere i, og derfor er praktikanter og dimittender med digitale kompetencer meget relevante for os.

- Sofie Grøndal Nielsen, Head of Marketing og E-Com, Cane-line

Praktikforløb som strategisk rekrutteringskanal og innovationsdriver i virksomheder

UCLs eksisterende stærke samarbejde med praktiksteder inden for branchen gør, at UCL umiddelbart ikke ser udfordringer med at skaffe det nødvendige antal praktikpladser til studerende på pba. i e-commerce og digital marketing.

I UCLs spørgeskemaundersøgelse angiver 89% af de virksomheder, som har besvaret skemaet, at de vil tage en praktikant fra pba. i e-commerce og digital marketing.

Flere af de adspurgte, som er positive overfor at tage praktikanter, angiver, at de er parate til at tage mere end én praktikant, og således er der i behovsundersøgelsen hos de 89%, som vil tage praktikanter, tilsagn på samlet 77 praktikpladser. Aftagerne som f.eks. FableWood, BERNINA Nordic A/S og Petland udtrykker også en stor værdiskabelse for deres virksomheder ved at have praktikanter.

Praktikanterne har også bidraget med nye perspektiver og teknisk indsigt, som vi ikke selv havde haft tid eller viden til at dykke ned i – fx optimering af hjemmesidens hastighed. Det har været en stor gevinst for os.

- Rasmus Fiil Svarrer, Medejer, FableWood

Hos Bernina har vi haft praktikanter fra UCL siden starten af 2022 – typisk én til to om året, primært fra e-handel-uddannelsen. Vi har haft stor glæde af samarbejdet, og en af praktikanterne blev efterfølgende ansat som studentermedhjælper og senere fast medarbejder.

- Casper Christensen, Associate Nordic Marketing Manager, BERNINA Nordic A/S

Praktikanterne giver os ny viden og indsigt i, hvad der rører sig på uddannelserne. Vi har også brugt erfaringerne til at give feedback til UCL – fx om behovet for at arbejde mere med budgetter og forretningsforståelse. Det er vores måde at præge fremtidens kollegaer på.

- Patrick Berg Poulin, Direktør & medejer, Petland

Som ovenstående citater illustrerer, udgør praktikforløb en væsentlig komponent i virksomheders strategiske rekrutteringsindsats. Gennem praktikophold får virksomheder adgang til ny viden, aktuelle teknologier og friske perspektiver, som kan bidrage til innovation og udvikling. Praktikanterne tilfører konkrete kompetencer og fungerer som en dynamisk ressource, der kan supplere eksisterende teams, særligt inden for områder med hurtig udvikling som digital markedsføring og teknologi.

Samtidig fungerer praktikforløb som en effektiv rekrutteringskanal. Flere virksomheder har erfaret, at praktikanter, som allerede har opnået kendskab til virksomhedens kultur, produkter og arbejdsgange, er oplagte kandidater til videre ansættelse – enten som studentermedhjælpere eller i faste stillinger. Dette reducerer onboarding-tiden og øger sandsynligheden for en succesfuld integration i organisationen.

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at 80% af de virksomheder, som har besvaret spørgeskemaet, forventer at have behov for at rekruttere medarbejdere med kompetencer inden for e-commerce og digital marketing inden for de kommende 24 måneder. Samtidig angiver 66% af virksomhederne, at det generelt er vanskeligt at finde kandidater med de nødvendige kompetencer på disse områder. Endvidere vurderer 89% af respondenterne, at det er sandsynligt, at de vil ansætte en dimittend fra professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital marketing.

Adspurgte virksomheder som Cane-line, ZERV og Intersport Danmark fremhæver, at praktikforløb har ført til langvarige ansættelser og opbygning af talent-pipelines, hvilket understreger praktikantens rolle som en investering i fremtidig kapacitet og kompetenceudvikling.

Praktikanterne bidrager med både ny viden og konkrete kompetencer. Det er en win-win: De får erfaring og mulighed for at teste deres viden i praksis, og vi får nye perspektiver, teknologier og idéer ind i virksomheden. Vi kan ikke altid være 100% opdateret på alt nyt – her er de studerende en stor hjælp. Vi har haft flere praktikanter, som vi efterfølgende har tilbudt studiejob og ansættelse. Det giver mening, fordi de allerede kender virksomheden og produkterne, og onboarding bliver langt nemmere. Det er en investering, der betaler sig.

- Sofie Grøndal Nielsen, Head of Marketing og E-Com, Cane-line

Vi arbejder med digital markedsføring i syv lande og driver 15 webshops. Det kræver et stærkt marketingteam, og vi har oplevet vækst år for år. Flere af vores tidligere praktikanter er blevet ansat – én har netop haft fem års jubilæum og er nu ansvarlig for al annoncering på Meta.

- Mikkel Normann, Partner/CMO, ZERV

Geografisk nærhed til uddannelser er nøglen til at tiltrække og fastholde digitale kompetencer

Lokal forankring spiller en afgørende rolle for virksomhedernes evne til at tiltrække og fastholde kvalificerede medarbejdere. Det handler ikke kun om geografi – men om nærhed, tilgængelighed og kulturel forståelse. Flere virksomheder peger på, at den lokale tilstedeværelse af uddannelse og praktikanter er en væsentlig faktor for både rekruttering og innovation.

Det er en stor udfordring at finde digitale talenter – særligt her i Odense og på Fyn. Mange virksomheder kæmper med at tiltrække medarbejdere, der både har digitale kompetencer og forretningsforståelse.

UCL har været en stærk partner for os. Vi har haft praktikanter fra deres uddannelser hvert år, og vi har ansat flere af dem. Det har givet os mulighed for at opbygge en pipeline af digitalt talent, som er helt nødvendig, når man har et hovedkontor med 50 medarbejdere – og kun 3-5 af dem er digitalt indfødte.

- Klavs Steenhof, Head of Digital, Intersport Danmark

Lokal forankring handler ikke kun om geografi, men også om tilgængelighed og kulturel forståelse. Hos Monito.dk oplever man, hvordan studerende fra nærområdet bidrager med ny viden og energi: *For at kunne blive ved at udvikle vores webshop, de unge kommer med en ny viden og nye tilgange. Det er lærerigt for os også at have praktikanter og en god "fødekilde" til medarbejdere, og studerende i Odense kan både komme i praktik på Fyn og i Trekantområdet, hvor de studerende i Århus og København ville blive i storbyerne.*

- Karen Biilmann, Ejer, Monito.dk

Denne pointe om geografisk nærhed fremhæves i spørgeskemaet hos Harboes Bryggeri, hvor Anders Hybholt pointerer, at det er lettere at tiltrække fynboer end københavnere til Skælskør. Den lokale tilknytning gør en forskel – både i forhold til mobilitet og tilknytning.

Casper Christensen fra BERNINA Nordic peger på, at nærhed til uddannelser er afgørende for at kunne tilbyde attraktive praktikpladser:

Det har stor betydning for os, at de studerende er lokalt forankrede. Alle vores medarbejdere bor inden for cykelafstand, og vi prioriterer sociale aktiviteter, hvor man ikke behøver overnatning. Hvis praktikanter skal pendle langt, bliver vi mindre attraktive som praktiksted – derfor er det vigtigt, at uddannelserne findes i nærområdet.

- Casper Christensen, Associate Nordic Marketing Manager, BERNINA Nordic A/S

Hos FableWood og Rezas Rugs er den geografiske placering af uddannelserne også central. Rasmus Fiil Svarrer og Andrea Nemeth peger på, at nærhed gør det lettere at tiltrække og fastholde talenter:

Det betyder meget, at de studerende er lokalt uddannet. Vi har UCL lige i baghaven, og det gør det nemt at tiltrække praktikanter. Det er ikke alle unge, der har bil eller mulighed for at pendle langt, så den geografiske nærhed er en klar fordel.

- Rasmus Fil Svarrer, Medejer, FableWood

Det er en fordel, at uddannelsen ligger i nærområdet. Det øger chancen for, at vi kan tiltrække de rette kompetencer, uden at skulle konkurrere med større byer som København og Aarhus. Det er vigtigt, at der også findes relevante uddannelser i Odense, så vi kan fastholde og udvikle lokale talenter.

- Andrea Nemeth, E-commerce Manager, Rezas Rugs

Hos Nørgaard Mikkelsen er lokal tilstedeværelse ligeledes afgørende for at kunne fastholde digitale kompetencer på Fyn:

En meget stor del af arbejdet hos os består i at rådgive kunder om, hvordan de anvender digitale kanaler i commerce og marketing samt at eksekvere kampagner og optimeringer for dem. Ellers vil vi være tvunget til at hverve kompetencerne i Kbh. til vores kontor der, men vi vil gerne bibeholde styrken på Fyn.

- Jesper Hamming, Digital direktør og Partner, Nørgaard Mikkelsen A/S

Klavs Steenhof fra Intersport Danmark uddyber, hvordan lokal uddannelse understøtter både kultur og innovation:

Det har stor betydning for os, at de er uddannet lokalt i Odense. Det gør det nemmere at skabe en stærk kultur og et fællesskab på kontoret. Vi har brug for, at de er fysisk til stede – især når de skal samarbejde med kundeservice, leverandører og eksterne partnere. For eksempel har en af dem hjulpet med at implementere en AI-chatbot, der nu håndterer 20% af vores kundehenvendelser.

Hvis vi ikke kan tiltrække digitale talenter i Odense, risikerer vi, at udviklingen flytter til København. Vi har brug for en lokal klynge af uddannelser og virksomheder, der kan understøtte hinanden. Det er afgørende for at fastholde dynamik, innovation og vækst i området.

- Klavs Steenhof, Head of Digital, Intersport Danmark

Tante Grøn Odense illustrerer, hvordan lokal forankring også har praktiske og kulturelle fordele. Kristine Kreipke fremhæver, at kendskab til byen er vigtigt for at skabe relevant content og forstå den lokale kontekst.

Det har stor betydning for os, at praktikanter og dimittender kommer fra nærområdet. Vi ligger midt i Odense gågade og har ikke mulighed for at tilbyde parkering, så det er en fordel, hvis de kan cykle eller gå. Derudover er det vigtigt, at de kender byen – både for at kunne skabe relevant content og for at forstå den lokale kontekst, vi opererer i.

Vi ser praktikken som et springbræt. Det giver os mulighed for at lære kandidaterne at kende og se, om de passer ind i kulturen. Samtidig får vi et frisk pust og ny inspiration, som vores faste medarbejdere sætter stor pris på.

Hvis vi skal kunne tilbyde praktik, er det afgørende, at der findes relevante uddannelser i Odense. Ellers går både studerende og virksomheder glip af muligheden for at få hands-on erfaring og skabe lokale forbindelser.

- Kristine Kreipke, Webshopmanager, Tante Grøn Odense

Samlet set viser citaterne, at lokal forankring er mere end en bekvemmelighed – det er en strategisk nødvendighed. Den geografiske nærhed til uddannelser og studerende styrker virksomhedernes rekruttering, innovation og kultur. Når uddannelserne er til stede i nærområdet, skabes der grobund for samarbejde, udvikling og vækst – til gavn for både virksomheder og samfundet omkring dem.

2.2 Opbakning fra uddannelsesudvalget ”Marketing og multimedie”

UCLs uddannelsesudvalg ”Marketing og multimedie” dækker uddannelserne markedsføringsøkonom, multimediedesigner samt professionsbacheloruddannelserne i e-handel, digital konceptudvikling og international handel og markedsføring. Behovet for kompetencer og rekruttering til markedsføring, digital markedsføring og webdesign er løbende blevet drøftet på vores uddannelsesudvalgsmøder de seneste år. Det er på møderne blevet fremhævet, at der er et stigende behov for digital markedsføring, og at e-handel er i stigende vækst frem for den fysiske handel. Forpersonen for uddannelsesudvalget formulerer det således:

”Go digital or die - Hvis vi vil fastholde og udvikle digitale talenter på Fyn, er det afgørende, at vi tilbyder relevante uddannelser lokalt. En e-commerce- og digital marketinguddannelse i Odense vil ikke blot styrke erhvervslivet – den vil skabe en direkte bro mellem studerende og virksomheder og sikre, at innovation og vækst forbliver forankret i vores region. Pba. i e-commerce og digital marketing vil derfor være en attraktiv udvidelse af UCLs uddannelsesportefølje og som forperson for uddannelsesudvalg for Marketing og multimedie støtter jeg UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskoles ansøgning om et udbud af Pba. i e-commerce og digital marketing.”

Kim Gørlitz, CEO, Red Ink. og forperson for uddannelsesudvalget

2.3 Rekruttering

UCL har igennem en årrække arbejdet målrettet på at styrke brobygningen til ungdomsuddannelserne og har i dag veletablerede samarbejder med gymnasiale uddannelser i dækningsområdet. Brobygningsforløbene giver eleverne mulighed for at få indsigt i videregående uddannelser og skabe en naturlig overgang fra ungdomsuddannelserne.

Uddannelsesinstitutionerne UCL samarbejder med fremhæver, hvordan brobygningsindsatsen har styrket elevernes uddannelsesparathed og interesse for videregående uddannelser med en praksisnær profil. Forstander for HF og VUC Fyn beskriver samarbejdet med UCL således:

”HF & VUC FYN har gennem en årrække haft et stærkt og målrettet brobygningssamarbejde med UCL. Dette samarbejde er senest blevet udvidet gennem projektet Indsatser for styrket professionsretning og praksisorientering af den toårige hf, som har til formål at styrke elevernes uddannelsesparathed og kendskab til relevante videregående uddannelser.

I forlængelse heraf ser vi et stort potentiale i at udvide samarbejdet til også at omfatte professionsbacheloruddannelse inden for e-commerce og digital marketing. Det vil give vores elever mulighed for at få indsigt i og inspiration fra et felt, der er i hastig udvikling og har stor relevans for både erhvervslivet og samfundet. Vi ser frem til at bidrage til en styrket brobygning, der kan understøtte elevernes vej videre i uddannelsessystemet.”

- Peter Vestergaard, forstander, HF og VUC Fyn

På TietgenSkolen hhx er det ligeledes vurderingen, at en ny professionsbacheloruddannelse i E-commerce og digital marketing vil være særligt attraktiv for deres studerende, idet uddannelsen vil matche de faglige interesser og kompetencer, som eleverne allerede arbejder med – særligt inden for marketing, afsætning og digital forretningsforståelse.

På TietgenSkolen hhx har vi altid elever som tilkendegiver interesse for UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskoles uddannelser. Derfor samarbejder vi løbende om at vedligeholde og udbygge vores brobygningsamarbejde, og et nyt uddannelsesstilbud inden for E-commerce og digital marketing vil uden tvivl styrke hhx-elevens interesse for at søge videreuddannelse på UCL. I hhx-uddannelsens økonomiske fag, særligt i afsætningsøkonomi, er emnerne en del af fagenes fokus. Elever fra marketing-studieretningen på hhx er fx på besøg hos studerende på markedsføringsøkonomuddannelsen og top-up uddannelsen i E-handel, hvor de studerende deler deres viden om E-commerce og digital marketing. E-commerce er under kraftig udvikling og rummer et udviklingspotentiale i erhvervslivet, som vil komme fremtidens forbrugere til gode, og for kommende studerende med en hhx-baggrund, vil en professionsbachelor i E-commerce og digital marketing være en god videre uddannelsesvej, som matcher den profil, som hhx-studerne dimitterer med.

En professionsbacheloruddannelse i E-commerce og digital marketing udbudt i Odense vil således være en relevant videregående uddannelsesvej for hhx-elever. Vi bakker på den baggrund op om, at uddannelsen i fremtiden vil blive udbudt på UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole.

- Jimmy Mangelsen, rektor og Lars Mols, uddannelseschef, TietgenSkolen hhx

Den faglige profil i e-commerce og digital marketing og UCLs brobygningsindsatser vil tilsammen skabe et solidt rekrutteringsgrundlag til uddannelsen. I nedenstående tabel fremgår antal personer med færdiggjort gymnasial uddannelse i b.l.a. Region Syd, som forventes at være uddannelsens primære rekrutteringsgrundlag.

	Region Syd	Region Midt	Region Nord	Region Sjælland	Region Hovedstaden	I alt
	2023/2024	2023/2024	2023/2024	2023/2024	2023/2024	2023/2024
Personer med færdiggjorte gymnasiale uddannelser	9.731	10.438	4.106	6.627	14.076	44.978

Tabel 2: Færdiggjorte gymnasiale uddannelser, fordelt på regioner (fra uddannelsesstatistik.dk)

3.731 ud af de 9.731 personer har fuldført på fynske ungdomsuddannelser. Dermed er mere end en tredjedel af Region Syddanmarks rekrutteringsgrundlag fra UCL's nære dækningsområde.

2.4 Fagligt miljø og kontakt til erhvervslivet

UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole har allerede et veletableret fagligt miljø inden for e-handel, digital marketing, digitale løsninger og digital forretningsudvikling. Fra overbygningsuddannelsen pba. i e-handel har det faglige miljø omkring uddannelsen opbygget en gennemprøvet kombination af tekniske og forretningsmæssige elementer, som giver de studerende en solid forståelse af både digitale værktøjer og kommercielle sammenhænge. UCL har en lang tradition for tæt samarbejde med erhvervslivet, hvilket afspejles i undervisningens praksisnære karakter og i de løbende samarbejder med virksomheder. Dette skaber et solidt udgangspunkt for den nye uddannelse, som vil tappe ind i de allerede gode etablerede virksomhedssamarbejder og faglige netværk inden for det faglige felt. Det vil sikre, at de studerende arbejder med relevante problemstillinger og får indsigt i aktuelle behov og tendenser i branchen.

3. Konklusion

Den markante vækst i danskernes onlineforbrug og den stigende konkurrence fra udenlandske aktører viser tydeligt, at digitalisering ikke længere er en mulighed – men en nødvendighed. Virksomheder på Fyn står over for en akut udfordring: at tiltrække og fastholde kvalificerede medarbejdere med stærke kompetencer inden for e-commerce og digital marketing. Udtalelser fra virksomheder som Perfect Jeans, BERNINA Nordic og Hesehus understreger, at der er brug for medarbejdere, der både mestrer teknologien og forstår forretningen – og som kan omsætte digital indsigt til konkrete resultater.

Dansk Erhvervs E-handelsanalyse viser, at udenlandske netbutikker i stigende grad vinder markedsandele, hvilket understreger behovet for, at danske virksomheder styrker deres digitale konkurrenceevne. Samtidig viser UCL's behovsanalyse, at 98 % af virksomhederne vurderer, at der er behov for medarbejdere med kompetencer inden for e-commerce og digital marketing – og 80 % forventer at skulle rekruttere inden for de næste to år. Virksomheder som INTERSPORT og Cane-line peger på, at adgangen til de rette kompetencer er forretningskritisk.

Der er bred enighed blandt de adspurgte virksomheder om, at lokal adgang til relevante uddannelser er afgørende. Et lokalt udbud af en professionsbachelor i e-commerce og digital marketing vil ikke blot imødekomme et konkret rekrutteringsbehov, men også bidrage til regional vækst og innovation. Praktikforløb spiller her en central rolle – både som rekrutteringskanal og som katalysator for innovation. Virksomhederne udtrykker stor parathed til at tage studerende i praktik og ser stor værdi i samarbejdet.

UCL har allerede etableret stærke brobygninger til ungdomsuddannelserne på Fyn, og Tietgen HHX – Fyns største ungdomsuddannelse – ser uddannelsen som en oplagt mulighed for deres elever. Samtidig har UCL opbygget et solidt fagligt miljø og et tæt samarbejde med erhvervslivet, som bakker massivt op om uddannelsen. Virksomhederne er klar til at bidrage med praktikpladser og ser et stort potentiale i efterfølgende ansættelser. En målrettet og praksisnær uddannelse vil sikre, at Fyn forbliver konkurrencedygtig i en digital fremtid – og at både virksomheder og talenter får de bedste forudsætninger for at lykkes.

4. Interesseerklæringer:



UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole
Att. Sine Larsen
Sendt pr. mail

Støtteerklæring til professionsbachelor i e-commerce og digital marketing på Fyn

På Fyn har vi brug for medarbejdere med stærke digitale kompetencer, hvis vores virksomheder skal kunne udvikle sig og konkurrere – både nationalt og internationalt. E-handel og digital markedsføring er ikke længere et nicheområde, men en integreret del af forretningsudviklingen i alle brancher. Derfor er det afgørende, at vi fortsat uddanner unge på Fyn med de rette kompetencer, så vi kan sikre vækst, eksport og arbejdspladser i fremtiden.

Derfor udtrykker Fynsk Erhverv hermed sin støtte til UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole i deres bestræbelser på at skabe en professionsbachelor i e-commerce og digital marketing på Fyn.

Fynsk Erhverv, den 1. september 2025



Anne Scheel Nordestgaard Dyrehauge
Direktør



UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole
Att: Rektor Jens Mejer Pedersen
Sæbladsgade 1
5000 Odense C
Sendt per mail til: Rikke Fastenath <rifa@ucl.dk>

Ministeriet for Uddannelse og Forskning,
I 2022 fik Dansk Industri en ny tværpående indsats på e-commerce, hvis formål er at hjælpe danske virksomheder gennem forbedring af konkurrenceevnen både lokalt men især på eksportmarkederne.

Danske virksomheder taber på e-eksportmarkederne, fordi vi stadig går meget analogt til vores eksportsalg. Det er en udfordring, der kun vokser. B2B e-commerce udgør globalt set omk. 10%, men vokser med 18% år for år. B2C e-commerce udgør globalt set 25% men vokser 5-8% år for år.

Mangel på talent
Danmark er et af de lande i verden med flest digitale salgskanaler, men mindst digitalt eksportsalg. Så hvorfor taber verdens mest digitaliseret land, når det gælder digitalt eksport? Det skyldes ifølge DI-analyser, at de danske virksomheder mangler talent og viden, der kan løse potentialet. Hver fjerde danske virksomheder har ledige stillinger indenfor e-commerce iflg. DI's sidste analyse på området (April, 2025) I 2023 var det hver femte virksomhed, så udfordringen bliver som det ser ud pt. større for hvert år.

Udfordringen er strukturelt og giver os på den korte bane udfordringer med eksekveringskraft, og på den lange bane kommer vi til at mangle de digitalt funderet salgsledere, der skal bringe danske virksomheder videre og på forkant. Det er en problematik Dansk Industris medlemmer er optaget af og vi er derfor optaget af, at det danske uddannelsessystem får udviklet og uddannet det talent, vi allerede nu mangler indenfor e-commerce.

Interesstillkendegivelse
Dansk Industris afdeling for e-commerce tilkendegav i 2023 sin støtte til etableringen af den nye 3½årige PBA i e-commerce og digital markedsføring ud fra en vurdering af, at etableringen af denne uddannelse vil have potentialet til at øge talentmassen og dermed løse en af de største barrierer danske virksomheder står med. De virksomheder, der ikke selv kan oplære folk i digitalt salg, har pt ikke mulighed for at komme i gang. Vores vurdering er, at denne uddannelse vil kunne hjælpe også de virksomheder, der endnu ikke har digitalt salg.

På vegne af DI's medlemmer, som aftagere af dimittender fra denne uddannelse, er der derfor positiv opbakning til at etablere et udbud af den nye uddannelse i Odense. Der er behov for at øge den samlede talentmasse indenfor e-commerce og digital markedsføring, hvorfor vi har brug for flere dimittender, end der uddannes i dag.

Med venlig hilsen

Mie Bilberg

Ansvarlig for e-commerce
Dansk Industri
Tlf. +45 21193403 Mail: mibi@di.dk



Professionsbachelor i E-commerce og digital marketing

HK Midt støtter UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskoles ansøgning om oprettelse af et udbud af den nye professionsbacheloruddannelse i E-commerce og digital marketing på UCL.

Det er HK Midts vurdering, at der er et generelt og forsat stigende behov samt efterspørgsel på flere IT-specialister med kompetencer og kvalifikationer indenfor selvstændig varetægelse af opgaver inden for digital forretning, herunder drift, optimering og vækst af forretningen primært i det private erhverv.

Det er sådanne kompetencer, som denne uddannelse bidrager med.

I takt med at systemer og samfundet bliver mere databåren, samt at behovet for digitale løsninger og online salg er stet stigende, bliver der brug for uddannede, der kan varetage dette arbejde med bl.a. dataanalyse, digital annoncering og digital forretningsoptimering. I en verden med stor konkurrence er det nødvendigt for organisationers overlevelse, at der uddannes specialister med de rette kompetencer. Området omkring Odense og trekantområdet har en stor mængde af små og store online-virksomheder, der søger disse kompetencer.

HK Midt støtter derfor, at UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole får udbudsret til ovennævnte professionsbacheloruddannelse.

For anbefaling


Anne Marie Bay
Fællesformand

Mobil: +45 4024 3214
Mail: anne.marie.bay@hkmk.dk
HK Midt
Lumbyvej 11
5000 Odense C

HK Midt
Telefon: 7031 4545
Mail: mk@hkmk.dk

Lumbyvej 11B
5000 Odense C

Vestertallevej 3A
7000 Fredericia

Jessens Mølle 11, 1
5700 Svendborg

HKDK



11. august 2025, Rødovre

Støtteerklæring til UCL's ansøgning om oprettelse af professionsbachelor i E-commerce og digital marketing

Business Danmark – fagforening og a-kasse for salgs- og marketingprofessionelle – støtter UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskoles ansøgning om oprettelse af udbud af den nye professionsbacheloruddannelse i E-commerce og digital marketing.

Det er vores vurdering, at der er en forsat og stigende efterspørgsel i erhvervslivet efter kandidater med kompetencer inden for digital forretning, e-handel, digital marketing, dataanalyse og online forretningsoptimering. Mange af vores medlemsvirksomheder efterlyser specialister, der kan omsætte digitale strategier til konkrete resultater, skabe vækst gennem e-commerce-løsninger og sikre en professionel tilstedeværelse på tværs af digitale kanaler.

Vi vurderer, at en professionsbacheloruddannelse i E-commerce og digital marketing, med en stærk praksisnær tilgang og tæt samarbejde med erhvervslivet, vil bidrage til at styrke virksomhedernes konkurrenceevne og sikre kvalificeret arbejdskraft i regionen.

Business Danmark anbefaler derfor, at UCL tildeles udbudsret til uddannelsen.

For anbefaling

Kia Fisker

Head of Career Development & Partnerships

kif@businessdanmark.dk / +45 3374 0211

Business Danmark – Fagforening for salg og marketingprofessionelle

Roskildevej 288, 2610 Rødovre

5. Hørings svar

UCL har sendt høring ud til Erhvervsakademi København, Erhvervsakademi Aarhus, IBA Erhvervsakademi Kolding, og Syddansk Universitet. Der er kommet tilbagemelding fra IBA Erhvervsakademi Kolding, som er positiv overfor UCLs ønske om oprettelse af udbud.



03.09.2025
Side 1 / 1

Rektor Jens Mejer Pedersen
UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole
Odense

Angående høringsbrev om nyt udbud af Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing i Odense

IBA Erhvervsakademi Kolding har med stor interesse læst høringsbrevet fra UCL. Vi deler UCL og erhvervslivets beklæmning over udfasningen af top- og uddannelselse. De har skabt et betydeligt kompetencefelt, og udfasningen betyder et kompetencegab, som ganske rigtigt bliver en udfordring.

IBA Erhvervsakademi Kolding har ingen yderligere kommentarer til UCL's ansøgning om et udbud. IBA ønsker UCL held og lykke med et nyt udbud, og vi ser frem til at udbygge samarbejdet fremover.

Med venlig hilsen
IBA Erhvervsakademi Kolding

Uddannelseschef
Mikael Rasmussen

IBA Erhvervsakademi Kolding
Havnsøparken 1
6000 Kolding
Telefon: +45 72 11 82 00
CVR: 31645124
EAN: 8793000560260
www.iba.dk




Fra: Line Louise Hansen <llh@ek.dk>
Dato: 10. september 2025 kl. 10:37:20 CEST
Til: Jens Mejer Pedersen <jmp@ucl.dk>
Cc: Rektor <rektor@ek.dk>, Maria Kirstine Lovén <mkl@ek.dk>, Kristoffer Stauning Truelsen <ks@ek.dk>
Emne: Høringsbrev vedr. nyt udbud af Professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital marketing

Kære Jens Mejer Pedersen

Erhvervsakademi København modtog d. 27. august 2025 høringsbrev vedrørende nyt udbud af Professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital marketing i Odense. Erhvervsakademi København har ingen indsigelser i forhold til dette og ønsker UCL held og lykke med det nye udbud.

Venlig hilsen

Line Louise Hansen
Uddannelsesdirektør
Mobil: +45 26450068



EK - Erhvervsakademi København
Narasingsvej 110
DK-1366 København K

Fra: Høringer Rektor mailbox <hoeringer-rektor@sdu.dk>

Dato: 5. september 2025 kl. 12.07.44 CEST

Til: Jens Mejer Pedersen <jmp@ucl.dk>

Emne: 25/50489 Høring over nyt udbud af professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital marketing i Odense

Til UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole

Att.: Rektor Jens Mejer Pedersen

Syddansk Universitet (SDU) skal hermed takke for muligheden for at afgive høringssvar i forbindelse med ansøgningen om nyt udbud af professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital marketing i Odense.

SDU udbyder en række uddannelser med specialiseringer inden for international marketing, kommunikation og digitalisering (herunder cand.negot. og bachelor i international virksomhedskommunikation med et fremmedsprog og profil i marketing), og der kunne være en bekymring for et øget udbud af uddannelser inden for samme felt også i lyset af, at det må forventes, at mange af de mere rutinemæssige arbejdsfunktioner på området i fremtiden vil blive varetaget af AI. SDU anerkender dog, at kandidaterne fra SDU's uddannelser får de bredere, analytiske og strategiske kompetencer som en universitetsuddannelse leverer, hvorfor det på det foreliggende grundlag må forventes, at en professionsbachelor, der er snævrere specialiseret og mere praksisorienteret, henvender sig mod andre funktioner i virksomheder, end en kandidat med forskningsbaserede kompetencer.

Venlig hilsen

Helle Waagepetersen
Prorektor

T 65 50 10 32
prorektor@sdu.dk

Syddansk Universitet
www.sdu.dk

UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole
Rektor Jens Mejer Pedersen

Kære Jens Mejer Pedersen

17. november 2025

På baggrund af gennemført prækvalifikation af UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskoles ansøgning om godkendelse af nyt udbud er der truffet følgende afgørelse:

**Uddannelses- og
Forskningsministeriet**

Godkendelse af udbud af professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing (Odense)

Bredgade 40-42
1260 København K

Tel. 3392 9700
ufm@ufm.dk
www.ufm.dk

CVR-nr. 1680 5408

Ref.-nr.
2025 - 55259

Afgørelsen er truffet i medfør af § 23, stk. 1, i bekendtgørelse om akkreditering af videregående uddannelsesinstitutioner og godkendelse af videregående uddannelser (nr. 820 af 23. juni 2025 med senere ændringer), og § 2, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 271 af 22. marts 2014 om særlige betingelser for godkendelse af udbud af erhvervsakademiuddannelser, professionsbacheloruddannelser, akademiuddannelser og diplomuddannelser.

Da UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole 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). Vurderingen er vedlagt som bilag.

Vedlagt i bilag er desuden følgebrev fra Uddannelses- og Forskningsstyrelsen angående uddannelsens adgangskrav, titler, struktur, omfang, mv. Ved spørgsmål til afgørelsen eller følgebrevet kan Uddannelses- og Forskningsstyrelsen kontaktes på pkf@ufm.dk.

Med venlig hilsen



Christina Egelund

Bilag: 1 – RUVU's vurdering af ansøgningen
2 – Følgebrev fra Uddannelses- og Forskningsstyrelsen med uddannelsens grundoplysninger

Bilag 1 – RUVU's vurdering af ansøgningen

Nr. C5 – Nyt udbud (Efterår 2025)		Status på ansøgningen: Godkendt	
Ansøger og udbuds- sted:	UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole (Odense)		
Uddannelsestype:	Professionsbacheloruddannelse		
Uddannelsens navn (fagbetegnelse) på hhv. dansk/engelsk:	<ul style="list-style-type: none"> - E-commerce og digital marketing - E-commerce and Digital Marketing 		
Titel, som uddannel- sen giver ret til at an- vende:	<ul style="list-style-type: none"> - Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing - Bachelor in E-commerce and Digital Marketing 		
Hovedområde:	Det økonomisk-merkantile område	Genansøgning:	Nej
Sprog:	Dansk	Antal ECTS:	210 ECTS
Link til ansøgning på pkf.ufm.dk:	https://pkf.ufm.dk/flows/e30a0a34897bb3a68e74037aa800fe19		
Link - Uddannelses- Guiden	https://www.ug.dk/videregaaende-uddannelser/professionsbacheloruddannelser/e-commerce-og-digital-marketing		
RUVU's vurdering	<p>RUVU vurderer, at ansøgningen opfylder kriterierne som fastsat i bekendtgørelsen.</p> <p>RUVU vurderer, at UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole har gennemført en grundig og fagligt funderet behovsanalyse. RUVU lægger vægt på, at ansøgningen dokumenterer et både nationalt og regionalt behov for uddannelsens dimittender, og at UCL allerede har et veletableret praktiknetværk på overbygningsuddannelsen i e-handel.</p> <p>RUVU noterer sig, at UCL er opmærksom på, at uddannelsen forventes at påvirke søgningen til UCL's øvrige merkantile uddannelser.</p> <p>Endelig bemærker RUVU, at det med den politiske aftale om <i>Reform af professionsbachelor- og erhvervsakademiuddannelserne i Danmark</i> er blevet besluttet, at de nuværende overbygningsuddannelser udfases fra 2028. Det har været et væsentligt hensyn i RUVUs vurdering, at overbygningsuddannelsen i e-handel afvikles inden for de kommende år, hvorved RUVU forventer, at der kan opstå behov for nye uddannelser, der kan dække uddannelsesbehovet på dette fagområde.</p>		

Bilag 2 – Følgebrev fra Uddannelses- og Forskningsstyrelsen

I forbindelse med godkendelsen af UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskoles nye udbud af professionsbachelor i e-commerce og digital marketing bemærker Uddannelses- og Forskningsstyrelsen, at uddannelsen tidligere er godkendt til udbud, og at uddannelsen er fastsat i bekendtgørelse nr. 445 af 7. maj 2025 om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser. Uddannelsens adgangskrav fremgår endvidere af bekendtgørelse nr. 46 af 21. januar 2025 om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser.

Det betyder, at hvis der måtte være uoverensstemmelser omkring det i ansøgningen anførte om uddannelsen og bekendtgørelsens regler, så er det de centralt fastsatte regler i ovenstående bekendtgørelser, som finder anvendelse f.eks. i forhold til titler, adgangskrav m.v.

Styrelsen gør opmærksom på, at uddannelsen skal følge de regler, som er fastsat om uddannelsen i den til enhver tid gældende uddannelsesbekendtgørelse og adgangsbekendtgørelse.

Udbudsgodkendelsen kan bortfalde efter § 16 i lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser, jf. lovbekendtgørelse nr. 346 af 12. april 2024.

Herudover har styrelsen noteret følgende:

Udbudssted:

Odense

Sprog:

Dansk

Takstindplacering:

Uddannelsen indplaceres til: Takstgruppe 4

Aktivitetsgruppekode: 4499

Koder Danmarks Statistik:

UDD: 5888

AUDD: 5888