

BILAG 1. BEHOVSANALYSE 2017

Analyse af behovet for Professionsbacheloruddannelsen i e-handel i København.

Indledning

Handel og markedsføring oplever i disse år en hastig udvikling og flytter sig i takt med digitaliseringen af danskernes hverdag mere og mere over på internettet.

Ifølge en analyse publiceret af FDIH (Foreningen af Danske Internethandlere) d. 25. august 2017 handlede danskerne i de første seks måneder af 2017 på nettet for 57 mia. kroner. Det svarer til en vækst på 13% i forhold til de første seks måneder i 2016. Undersøgelsen viser også, at handlen flytter sig fra computer til mobiltelefon, hvilket sætter nye krav til de onlinehandlendes tekniske kompetencer og kompetencer indenfor markedsføring og digital kundeoplevelse. Samtidig viser undersøgelsen, at 1/3 af handlerne foretages via udenlandske online-butikker som Zalando, E-bay og Amazon. De danske internethandelnde er altså i skarp konkurrence med store internationale virksomheder. Dette vil sige, at Danmark er i fare for at miste job og omsætning til udlandet indenfor handel og markedsføringsområdet, og derfor er det vigtigt, at de danske internetforhandlere bliver styrket i konkurrencen mod de internationale virksomheder.

På Cphbusiness oplever vi denne øgede interesse for internethandel gennem en øget efterspørgsel fra praktikvirksomheder, virksomhedsrepræsentanter i uddannelsesudvalg og advisoryboards, men også gennem vores studerende, som i høj grad efterspørger mere specialiseret viden om e-handel. På Professionsbacheloruddannelsen indenfor International Handel og Markedsføring kommer dette blandt andet til udtryk ved, at 60% af de studerende vælger valgfaget Digital Markedsføring, ligesom størstedelen af de studerende i vores inkubatormiljø, hvor de studerende selv opretter egne start-up virksomheder, beskæftiger sig med e-handel. På samme måde er det tydeligt i de Forsknings- og Udviklingsprojekter (FoU), som vi deltager i, at der er et behov for mere viden om e-handel, og at der er en efterspørgsel efter dimittender med kompetencer indenfor e-handelsområdet.

Samtidig viser tidligere undersøgelser, at de danske internethandelnde har vanskeligt ved at ansætte personale med de rette kompetencer i krydsfeltet mellem handel og digitalisering.

Derfor mener vi på Cphbusiness, at den bedste måde at styrke de danske internethandelnde på er gennem en mere målrettet uddannelse. Ved at øge kompetencerne i erhvervet kan vi være med til at sikre, at e-handelsvirksomheder bliver i Danmark sammen med de jobs, der følger med virksomhederne.

Professionsbacheloruddannelsen i e-handel (PB i e-handel) er en top up uddannelse til Handelsøkonom-, Markedsføringsøkonom-, Serviceøkonom-, Logistikøkonom- og Multimediedesigneruddannelsen, der alle er uddannelser, som Cphbusiness udbyder i dag. Således har Cphbusiness allerede i dag de rette faglige netværk i aftagerfeltet og forestår relevante forsknings- og udviklingsprojekter indenfor alle uddannelsens fagområder. Denne rapport vil bl.a. vise, hvordan disse netværk samt forsknings- og udviklingsprojekter har været med til at påpege et behov for uddannelsen i København.

Som det fremgår af de uddannelser, der udgør optagegrundlaget til PB i e-handel, har uddannelsen fagligt afsæt i de merkantile uddannelser, som i København udbydes af Cphbusiness. At uddannelsen er merkantil og giver de studerende kompetencer i krydsfeltet mellem det merkantile og IT fremgår dog endnu tydeligere af dens indhold: 1. semester handler om digital forretningsforståelse, e-handelssystemer, customer experience og advances digital marketing. På 2. semester får den studerende specialiseret viden om advanced digital marketing og dataanalyse. Der er en specialisering med aktuelle emner, som planlægges – og løbende opdateres – i samarbejde med branchen ud fra deres behov. På 3. semester er den studerende i praktik to dage om ugen og fordyber sig i et emne udvalgt i samarbejde med praktikvirksomhed. Som afslutning på tredje semester skriver den studerende et bachelorprojekt.

Cphbusiness udbyder allerede i dag flere uddannelser både indenfor det merkantile område og IT-området. Derfor søger vi nu retten til at udbyde uddannelsen i København.

Formålet med nærværende rapport er at dokumentere, at der er et behov for PB i e-handel indenfor Cphbusiness dækningsområde, hvilket er defineret som Region Hovedstaden.

Baggrund for uddannelsens etablering i 2016

Foreningen af Danske Internethandlende kontaktede i 2016 Copenhagen Business Academy (Cphbusiness), Erhvervsakademi Lillebælt (EAL) og Erhvervsakademi Aarhus (EAAA) med en anmodning om at etablere og udbyde en uddannelse specifikt målrettet medlemmerne af FDIH, da det blev vurderet, at der på daværende tidspunkt ikke fandtes en uddannelse i Danmark, der ramte de særlige behov i dette arbejdsmarked.

På den baggrund deltog Cphbusiness i møder med EAL og EAAA om et muligt samarbejde om at etablere en sådan uddannelse, samt om hvad uddannelsen skulle indeholde, for at møde behovet i aftagerfeltet. EAAA og EAL forestod herefter arbejdet med at udarbejde en behovsanalyse, som blev vedlagt EAAAs ansøgning om uddannelsen i 2016.

Da denne undersøgelse tydeligt viste et behov for uddannelsen, påbegyndtes arbejdet med at udarbejde uddannelsen. Cphbusiness deltog i indledningsvist i processen gennem møder mellem EAAA og EAL, men valgte at vente med at søge uddannelsen, til vi var kommet længere i vores institutionsakkrediteringsproces.

Metode

Nærværende rapport består af tre dele. Første del tager udgangspunkt i vores egen spørgeskemaundersøgelse, der er gennemført ved, at 33 virksomheder har besvaret et spørgeskema efter først at være blevet sat ind i uddannelsens indhold gennem en telefonsamtale med en af de undervisere, der planlægges at skulle forestå uddannelsen. Dette uddybes yderligere nedenfor.

Alle deltagerne i denne undersøgelse er repræsentanter for virksomheder, som Cphbusiness allerede i dag har et samarbejde med som praktikvirksomhed, som deltagere i uddannelsesudvalg, advisory boards eller lignende.

Rapportens anden del tager udgangspunkt i de dialoger vores undervisere gennem det sidste 1,5 år har haft med samarbejdspartnere i forskellige netværk og projekter såsom Inkubatoren, Retail Reinvented og Fremtidens Markedsføring. I disse dialoger har det været tydeligt, at der er et behov for en uddannelse med den profil, som PB i e-handel giver.

Rapportens tredje del tager udgangspunkt i den ovenfor beskrevne behovsanalyse, der blev udarbejdet af EAL og EAAA i 2016, og som dokumenterer et behov på nationalt plan. Flere af de virksomheder, der refereres til i denne analyse, er store landsdækkende virksomheder, hvorfor det er vores opfattelse, at den også dokumenterer et behov i Region Hovedstaden. Dette uddybes i rapportens tredje del.

Første del: Regional behovsanalyse 2017

Som ovenfor beskrevet, vurderer vi, at den undersøgelse, som EAAA gennemførte i 2016 dokumenterer et behov for uddannelsen i Region Hovedstaden. For at blive klogere på, hvordan vores egne samarbejdspartnere vurderer behovet, har vi i forbindelse med processen op til denne ansøgning også gennemført en mindre behovsanalyse blandt virksomheder, der allerede i dag aftager dimittender og praktikanter fra Cphbusiness.

Denne undersøgelse indeholdt to elementer:

1. Opringning til relevante virksomheder
2. Besvarelse af spørgeskema

Ad 1:

Indledende har vi på Cphbusiness identificeret en række virksomheder blandt vores eksisterende samarbejdspartnere, praktikvirksomheder og lignende, som i større eller mindre grad beskæftiger sig med internethandel. 33 virksomheder har besvaret skemaet. Listen over virksomheder, der har besvaret skemaet, er vedlagt som bilag 2.

En gruppe af undervisere, der påtænkes at skulle arbejde med uddannelsen og udgøre en del af det faglige miljø, når den er oprettet, har forestået opringningen til virksomhederne. Her har de præsenteret uddannelsen og dens elementer, så virksomhedsrepræsentanten får en god forståelse for, hvilke kompetencer dimittenderne fra denne uddannelse vil få. Herefter har de fået tilsendt en mail med et link til et spørgeskema.

Af hensyn til valideringen af besvarelsen af spørgeskemaet har underviserne, i tillæg til ovenstående, assisteret med råd og vejledning ved eventuelle spørgsmål fra respondenterne.

Ad 2:

Efter virksomheden har fået uddannelsen udførligt beskrevet i den ovenfor beskrevne telefonsamtale, har de fået tilsendt et link til et spørgeskema, som de er blevet bedt om at udfylde.

Udover spørgsmål om virksomhedens type og størrelse, indeholder spørgeskemaet spørgsmål om virksomhedens erfaringer med digital handel, virksomhedens vej ind i branchen samt virksomhedens

forventninger til fremtiden, og virksomhedens erfaringer med at finde ansatte med de rette kompetencer til at løse opgaver indenfor digital handel og markedsføring.

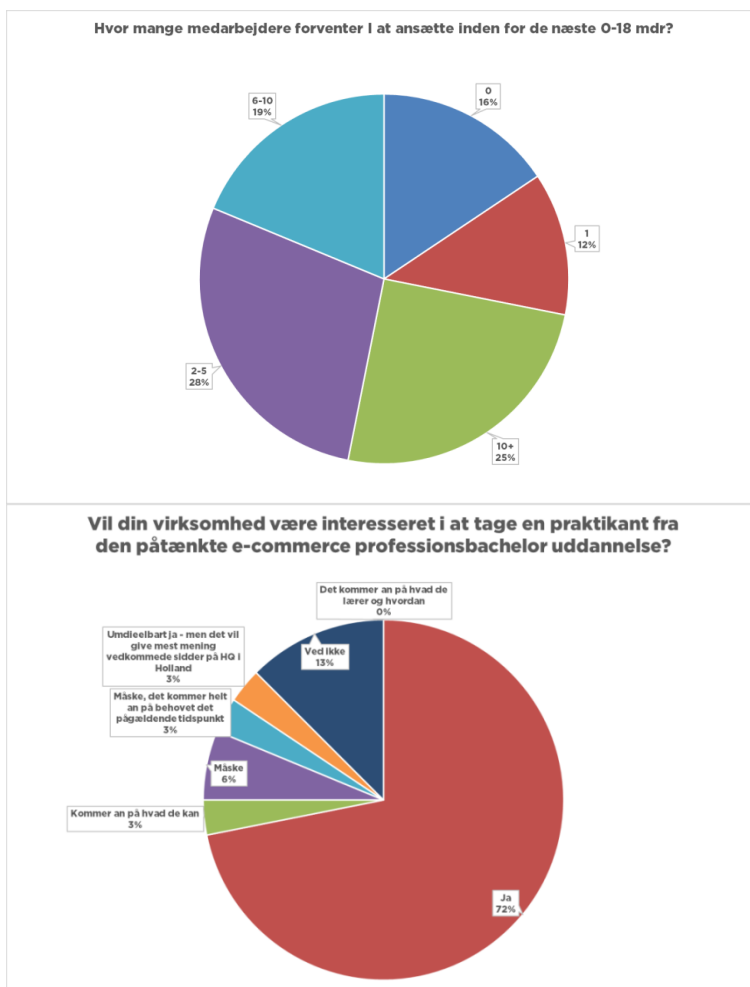
Spørgeskemaet er besvaret af 33 virksomheder, hvoraf 24 kommer fra region hovedstaden, to fra region Sjælland (7 har ikke angivet region), og er vedlagt denne behovsanalyse som bilag 3. Alle de, der har besvaret skemaet, sidder i positioner i virksomheden, hvor de har indflydelse på, hvem der ansættes.

Analysens konklusioner

De adspurgte virksomheder er blevet bedt om at besvare, om de kunne forestille sig at den virksomhed, de repræsenterer, vil ansætte en dimittend fra uddannelsen i e-handel.

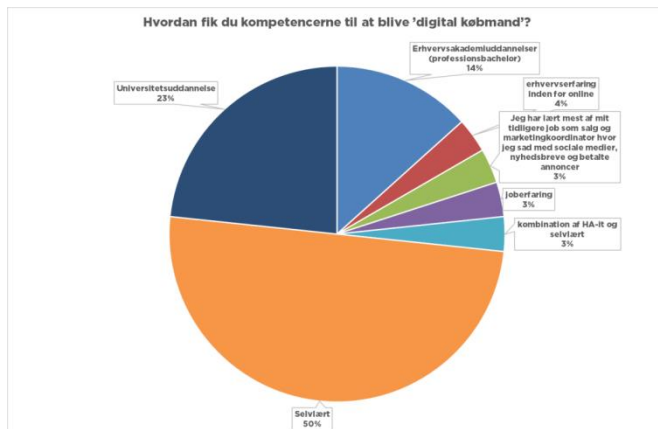
Da der er åben svarkategori på dette spørgsmål, kan svaret ikke bare angives i tal, men skal tolkes først. Vi har i denne tolkning valgt at oversætte til enten ja, nej eller måske. Positive svar som 'ja', 'vi ansætter hele tiden', 'vi har brug for dem nu' eller 'vi kunne godt bruge en den dag virksomheden har råd til at ansætte en', har vi oversat til svarkategorien Ja. Svar der indikerer, at behovet er der, men at der allerede er en ansat på den stilling, oversættes til Måske. Det er eksempelvis svar som 'Vi har en ansat' eller 'Allerede ansat har titel som business developer'. Negative svar er tolket som Nej.

Ud fra denne kategorisering svarer 17 ud af de 33 adspurgte ja, 12 svarer måske, 1 svarer nej og tre svarer ikke. Den, der svarer nej, skriver, at kompetencer indenfor e-handel ses som en grundkompetence som alle ansatte skal have, og at man derfor ikke vil kigge specielt efter en ny uddannelse. Dette må altså tolkes sådan, at denne virksomhedsrepræsentant mener, at der er behov for de kompetencer uddannelsen giver. Det kan altså alligevel ikke udelukkes, at den ene nejsiger vil ansætte en dimittend fra denne uddannelse.



84% de adspurgte virksomheder angiver, at de påregner at ansætte medarbejdere indenfor de næste 0-18 måneder (figur 1). Således angiver 16% at de ikke regner med at ansætte, 12% at de regner med at ansætte en person, 47% at de påregner at ansætte mellem 2-10 personer og 25% angiver at ville ansætte mere end 10 personer indenfor de næste 18 måneder.

På spørgsmålet om hvorvidt virksomheden ønsker at tage praktikanter fra uddannelsen (figur 2), svarer 72% ja. Svar som 'Kommer an på hvad de lærer' er tolket som 'måske'. Dette henregner sig til 15% af svarene. 13% svarer 'Ved ikke'. Ingen af de adspurgte svarer nej.



Endelig vurderer vi, at de svar, der er givet på respondenternes selv fik kompetencer til at drive internethandel, er interessante (figur 3). 50% af de adspurgte angiver, at de er selvlærte som internethandlende. Her ud over angiver 23% at have en universitetsuddannelse, 14% har en erhvervsakademiuddannelse eller professionsbacheloruddannelse mens 13% angiver job erfaring eller erhvervs erfaring indenfor online handel som deres baggrund.

Det er vores vurdering, at 'job erfaring' og 'erhvervs erfaring' også kan dække over selvlært, eller i hvert fald ikke peger på en uddannelse målrettet mod e-handel. Det vil sige, at op imod 60% af de adspurgte angiver at være autodidakte i større eller mindre udstrækning, hvilket understreger, at der er et behov for mere målrettet uddannelse indenfor dette felt.

I skemaet spørges virksomhedsrepræsentanterne også, om de medarbejdere, der i dag sidder med e-handel, har de rette kompetencer. Overordnet svarer 20 af de 33 adspurgte ja, 7 svarer nej, fem svarer både ja og nej, og 2 svarer ved ikke. Det mest interessante er, at de, der har svaret ja, ofte giver uddybende forklaringer. Af de 20, der svarer ja, har 11 givet uddybende svar som:

'Ja, vi gør meget ud af selv at oplære vores ansatte så de har de rette kompetencer. Så det ville selvfølgelig være rart hvis skolen kunne tage noget af den oplæring.'

'Ja, det synes jeg. Vi trækker også på konsulenter fra Indien og Pakistan. Samt får undervisere ind i f.eks. nye funktioner på Facebook og sociale medier. Evnen til at tænke forretning sammen med digitale medier er afgørende.'

'Ja. Men det er utrolig svært at skaffe nye medarbejdere indenfor online markedsføring. Da der er hård konkurrence om de skarpeste profiler indenfor området.'

De repræsentanter, der har svaret 'nej', har eksempelvis svaret:

'Nej desværre ikke, men det er afgørende i fremtiden hvis vi skal overleve.'

'Nej, vi får ekstern hjælp og praktikanter.'

'Nej, større viden om annoncering, webdesign, hosting mm ville være fedt.'

Af de, der er tolket som Både og-svar, er eksempelvis givet svar som:

'Der er ingen uddannelser der på nuværende tidspunkt uddanner den perfekte e-commerce medarbejder, da en sådan person kan flere forskellige ting. En god blanding af business-forståelse, kommunikation, grafisk kunnen, SoMe-interesse og tekniske skills er det bedste bud.'

På spørgsmålet om hvilke kompetencer, de vurderer er vigtige for de nyuddannede fra PB i e-handel, kommer meget forskellige svar, men for alle besvarelser er det tydeligt, at det er uddannelsens fokus på klassisk købmandskab blandet med kompetencer indenfor IT og digital markedsføring, der gør den interessant. En svarer eksempelvis:

'Købmandskab, strategi og sund fornuft er stadig vigtigt selvom det er digitale medier. Tal er helt centralt i at forstå en E-business virksomhed, der arbejder ambitiøst med vækst. Så at omsætte data og tal til beslutninger og salg er centralt. Kundegrupper og målgrupper er relevant komblet med viden om f.eks. marketing research via Google adwords og Facebook Insight.'

Således er det vores vurdering, at spørgeskemaundersøgelsen understreger, at der er et stort behov for uddannelsen i vores dækningsområde, at der er efterspørgsel på praktikanter indenfor feltet, og at det er et område, der er i vækst. Endelig viser undersøgelsen, at en stor del af de, der i dag besidder ledende stillinger i denne type virksomheder er selvlærte. Dette er en klar indikation på, at selvom flere af de adspurgte angiver, at de allerede i dag har ansat folk i stillinger med e-handel, så mangler der målrettet uddannelse indenfor feltet. Dette underbygges også af det svar, der gives på spørgsmålet om hvilke uddannelser de, der i dag besidder stilling som E-Commerce Manager har. Således svarer seks autodidakt eller ved ikke, mens en svarer, at jobbet ikke kræver en uddannelse. De øvrige giver mange forskellige svar, da de også her har haft åben svar mulighed. Således giver de fleste også flere svar, og skriver eks. 'Multimediedesignere, business-relaterede uddannelser, medievidenskab osv', 'PBA, Marketing Management', 'multimediedesigner', 'Datamatiker, web-integrator, markedsføringsøkonom, multimediedesigner, HD', eller 'autodidakt, kandidater fra AAU, KEA Web, Markedsføringsøkonom'. Der gives altså meget forskellige svar, som alle peger på, at der mangler målrettet uddannelseskompetence i krydsfeltet mellem handel og markedsføring og programmeringskompetencer i e-handelsvirksomhederne i Københavnsområdet.

At respondenternes svar på hvilken uddannelse de, der i dag besidder stillinger indenfor e-handel, har, og om de har de rette kompetencer, kan tolkes sådan, at der er behov for uddannede fra en uddannelse, der er mere målrettet e-handelsområdet, underbygges af de udsagn, vi har fra vores netværk og den viden, der er indsamlet gennem vores FoU-projekter indenfor dette område. Det gennemgås i rapportens anden del.

Anden del: Viden fra Netværk og FoU-projekter

Som ovenfor beskrevet deltager Cphbusiness også i en række netværk og FoU-projekter, som underbygger, at der er et behov for uddannelsen i e-handel i København. I dette afsnit præsenteres det kort, hvilke netværk og projekter, der er tale om, og på hvilken måde de bidrager til viden om behovet for uddannelsen.

Retail Reinvented

Retail Reinvented er et klassisk FoU-projekt, der drives i samarbejde mellem Cphbusiness på den ene side og partnervirksomhederne Dansk Erhverv, IBM, Microsoft, MOE- Rådgivende ingeniører, Lyngby Storcenter, COOP og Implement Consulting Group på den anden side.

Formålet med projektet er at udvikle ideer og formidle viden, der kan styrke dansk detailhandel i den skærpede konkurrence i detailmarkedet. Projektet køres som et netværks- og samarbejdsprojekt mellem undervisere, studerende og virksomheder, der indgår aftaler med de studerende om løsning af konkrete cases. Partnervirksomhederne optræder i en rådgivende rolle, ligesom IBM og Microsoft er behjælpelige med teknisk udstyr, software til konkret problemløsning osv. Igennem projektet har undervisere og de studerende kontakt med en lang række virksomheder udover partnervirksomhederne, og får herigennem viden om, hvilke udfordringer der er i detailhandlen, og hvilke kompetencer, der efterspørges. Således er e-handel og detailhandlers omnichannelniveau et helt centralt fokusområde i Retail Reinvented, som bl.a. indeholder analyser af såvel offline som online handel og markedsføring, dataindsamling, dataanalyse etc.

Cases kan eksempelvis være et samarbejde med en virksomhed, der ønskede opdateret viden om, hvordan man bedst bevarer den gode service, når salget flytter fra fysiske butikker til e-handel, eller om dagligvarehandlens logistiske udfordringer i forbindelse med overgang til e-handel.

I forbindelse med de netværk, der er opbygget i Retail Reinvented, og på baggrund af de drøftelser, der har været med samarbejdspartnerne i projektet, har vi fået viden om behovet for mere målrettede kompetencer i krydsfeltet mellem handel, markedsføring og IT. Derfor er det også konklusionen fra de, der til dagligt arbejder med Retail Reinvented, at der er behov for en uddannelse indenfor e-handel, hvilket også er bekræftet af projektets partnerkreds og på diverse partnermøder.

Fremtidens Markedsføring

Fremtidens Markedsføring er et ny-startet FoU-projekt, der skal indsamle viden om, hvilke udfordringer virksomheder indenfor markedsføring står overfor i dag, samt komme med løsninger til, hvordan de skal løses. Således vil strukturen i projektet minde om Retail Reinvented, som er beskrevet ovenfor, men med fokus på markedsføring.

Indtil nu har arbejdsgruppen bag projektet arbejdet med at gennemføre en forundersøgelse, der gennem desk study og interviews med virksomheder i København og omegn, skal klarlægge hvilke udfordringer danske virksomheder står overfor i forhold til markedsføring.

Blandt de virksomheder, som projektet har interviewet, kan bl.a. nævnes Momondo, Magnetix, Hjaltelin Stahl og Hummel.

Helt overordnet er de tilbagemeldinger, der er givet fra de virksomheder, der har indgået i forundersøgelsen, at der er et klart behov for uddannet arbejdskraft, der både besidder en velfunderet forretningsforståelse og besidder specialiseret viden indenfor IT og markedsføring via internettet.

Eksempelvis har Per Christiansen, der på daværende tidspunkt var marketingsdirektør i Momondo, i et interview til denne undersøgelse fortalt, at Momondo er begyndt selv at forestå uddannelsen af deres nyansatte. Dette er sket i en erkendelse af, at der ikke er uddannede til rådighed på markedet. Andre fortæller, at de ansætter kandidater med enten forretningsmæssige eller IT-mæssige kompetencer, for derefter at efteruddanne dem i de kompetencer, de mangler. Problemet med dette er, ifølge de interviews der er givet i forundersøgelsen, at det udover at være tids- og ressourcekrævende for virksomhederne betyder, at de, der i dag besidder de rette kompetencer på området, er meget dyre at ansætte, og at de

ofte er svære at holde på, fordi de tilbydes jobs med højere løn, end mange særligt små og mellemstore virksomheder kan tilbyde.

Derfor er konklusionen fra denne forundersøgelse også, at der er et klart behov for mere uddannet personale med kompetencer i krydsfeltet mellem forretning, IT og markedsføring.

Cphbusiness for fremtiden – version 3.0

Fokus for Cphbusiness for fremtiden 3.0 er at undersøge, hvordan start-up virksomheder bedst kan inddrage og anvende data som redskab i forretningsudvikling.

På baggrund af Cphbusiness Future Summit, der blev afholdt i efteråret 2016, og en firedages future camp i foråret 2017, gennemførtes i juni 2017 Cphbusiness for fremtiden 2.0, hvor relevante virksomheder og erhvervsorganisationer blev interviewet om konsekvenser ved ny teknologi og den stigende digitalisering samt hvilke muligheder og udfordringer dette skaber for en virksomheds konkurrenceevne og krav til kompetencer i virksomheden. På baggrund af den viden, der var indsamlet på disse arrangementer, har arbejdsgruppen bag Cphbusiness for fremtiden 3.0 valgt at fokusere på anvendelse af data som kilde til forretningsudvikling i startups. Arbejdsgruppen er nu i gang med at etablere samarbejde med IT-Universitet, Vidensbyen i Lyngby, Kbhs Erhvervshus og Væksthus Regionhovedstaden.

Hele den ovenfor skitserede proces med Cphbusiness for fremtiden har ligeledes givet viden om hvilken rolle digitalisering, herunder e-handel, spiller for virksomheders konkurrenceevne, og har været med til at sætte fokus på, at der er behov for et mere målrettet uddannelsesudbud i København.

Forundersøgelse til Projekt Specialvarehandelns udfordringer i forbindelse med E-handel

En gruppe af undervisere på Markedsføringsøkonomuddannelsen på Cphbusiness har påbegyndt en forundersøgelse om de udfordringer, som overgangen fra fysiske butikker til e-handel og den stigende grænsehandel skaber for specialvarehandlen. I første omgang har underviserne i projektet gennemført et desk study, der viser, at nogle brancher oplever særlige udfordringer.

Formålet med projektet er, at underviserne på Cphbusiness, i samarbejde med en række virksomheder, FDIH samt brancheorganisationerne for de udvalgte brancher, skal svare på hvordan den danske e-handel kan styrkes.

De undervisere, der forestår dette arbejde, har indtil nu mødt stor interesse for projektet, og det deskstudy, der allerede er gennemført, peger entydigt på, at der er behov for flere kompetencer indenfor e-handelsområdet.

Samarbejde mellem Interactive Denmark og Cphbusiness

Uddannelsesområdet Salg og Markedsføring, som uddannelsen i e-handel skal ligge under på Cphbusiness, har også etableret et samarbejde med Interactive Denmark, som er brancheforeningen for gaming-virksomheder i Danmark. Indledende undersøgelser, analyser samt interviews med brancheforeningen har vist, at branchen generelt oplever udfordringer med at kommercialisere deres produkter. Ifølge brancheforeningen har branchens medlemmer et stort fokus på selve produktudviklingen, altså den tekniske og grafiske udvikling af selve spillene til de forskellige platforme, på bekostning af markedsføring

af produkterne. Branchens medlemmer oplever manglende kompetencer indenfor salg og markedsføring – herunder forretningsforståelse samt digital markedsføring.

Udfordringen for virksomhederne i branchen består dermed i, hvordan de kan distribuere og markedsføre deres produkter, hvilket meget ofte foregår online. Dette samarbejde styrker således vores viden om behovet for en ny e-handelsuddannelse.

Digital Vækstkultur i Små og Mellemstore Virksomheder

Cphbusiness deltager i Digital Vækstkultur i Små og Mellemstore Virksomheder, der er et samarbejdsprojekt mellem EU, Erhvervsstyrelsen, Service Platform, Ibiz Center og FDIH samt erhvervsakademierne Erhvervsakademi Aarhus, Erhvervsakademi Lillebælt, Erhvervsakademi Sjælland samt UC Nordjylland.

Som del i dette forløb skal Cphbusiness forestå to-tre faglige forløb, hvoraf det første er sat i gang, og det næste påbegyndes til november. Et forløb består af en kursusrække af i alt seks workshops og fire masterclasses. Fokus for første forløb er rettet specifikt mod vækst gennem digitalisering af detailhandel, og der har netop været afholdt en masterclass i København i samarbejde med Dansk Industri om e-handel via Amazon.

Udover at underviserne i forbindelse med dette arbejde styrker deres viden om e-handel, giver det også Cphbusiness et godt billede af, at der er stor efterspørgsel på mere viden om og uddannelse i e-handel. De virksomheder, der deltager her, har alle givet udtryk for, at der er behov for mere uddannelse i e-handelskompetencer i detailbranchen.

Inkubatoren

Som nævnt i indledningen til denne rapport har Cphbusiness etableret en inkubator, der har været i drift siden 2010, hvor studerende med ønske om at etablere deres egen virksomhed kan ansøge om at få en plads. De studerende, der bliver optaget i inkubatoren, får rådgivning og vejledning af ansatte i inkubatoren samt fra eksterne samarbejdspartnere, som hjælper de studerende med at få succes med deres virksomhed. Inkubatoren har allerede fostret flere succesfulde start-up virksomheder eksempelvis Nordic Race, Spot on Marketing og USA-Tours.

Inkubatoren har et Advisory Board bestående af 25 profiler fra forskellige virksomheder som eksempelvis MyBanker, SAS, Trust Pilot og Google, der blandt andet inddrages i rådgivningen af de studerende i inkubatoren.

Alle virksomhederne i inkubatoren bedriver en form for salg via internettet, hvorfor e-handel er en vigtig del af de kompetencer, som de studerende skal tilegne sig. Derfor er e-handel også et emne, der ofte vendes, når parterne i inkubatoren mødes, og der er grundlæggende enighed om, at der er behov for mere målrettet undervisning i e-handel blandt de studerende og inkubatorens partnere.

Tredje del: konklusioner fra behovsanalysen 2016

Som beskrevet i indledningen til denne rapport gennemførte EAL og EAAA i 2016 en behovsanalyse, der dels var et sammendrag af fire eksisterende undersøgelser, dels var baseret på en mindre kvalitativ undersøgelse gennemført af EAAA.

De fire eksisterende undersøgelser, som lå til grund for behovsundersøgelsen i 2016 var:

1. *Analyse på e-handelsområdet*, Erhvervsstyrelsen, marts 2016. Baseret på 20 ekspertinterview og et spørgeskema besvaret af 252 virksomheder
2. *Virksomheders behov for digitale kompetencer*, Højbjerg Brauer Schultz og Alexandra instituttet, maj 2016. Baseret på analyse af 130.000 jobopslag fra 2008-2015 samt et spørgeskema besvaret af 700 virksomheder.
3. *Uddannelsesbehov*, FDIH, maj 2016. Baseret på et spørgeskema besvaret af 124 virksomheder.
4. *Digitale kompetencer i danske handelsvirksomheder*, Dansk Industri, 2016. Baseret på survey blandt 110 medlemmer af DI.

Hovedkonklusionerne fra de fire undersøgelser er, at den danske internethandel er i vækst og at de danske internetkunder i stort omfang handler i udlandet, men at de danske internethandlere ikke i samme omfang formår at sælge i udlandet (Erhvervsstyrelsen). Dette betyder, at de danske internethandlere taber markedsandele både i Danmark og i udlandet.

Samtidig ses det, at der er problemer med at rekruttere kandidater med de rette kompetencer til de stillinger, der slås op indenfor e-handelsområdet, og det skønnes, at der i 2030 vil være et udækket efterspørgselspotentiale på 19.000 IKT-specialister (Højbjerg Brauer Schultz og Alexandre Instituttet). Det vurderes, at der er behov for e-handelskompetencer indenfor alle virksomhedernes niveauer fra drift til ledelse (Dansk Industri).

Særligt angives det, at de to væsentligste barrierer for udvikling af branchen er ressourcer og kompetencer, og at de manglende kompetencer befinder sig i krydsfeltet mellem IT-kompetencer og forretningsmæssige kompetencer (Erhvervsstyrelsen og FDIH).

I FDIHs analyse baseret på 124 respondenter angiver 41%, at de mangler kompetencer med hensyn til digital handel, 19% angiver at have opgivet at ansætte medarbejdere på grund af manglende kompetencer, mens 19% angiver at have udskudt ansættelser eller at have ændret på jobindholdet for at kunne ansætte. 33% af de adspurgte angav at have ubesatte stillinger, og 69% af de adspurgte angiver, at de indenfor de næste 18 måneder regner med at ansætte mellem 1 og 9 medarbejdere, mens 9% angiver, at de forventer at ansætte 10 eller flere (FDIH).

Således konkluderer alle fire rapporter, at der er et behov for de kompetencer, som PB i e-handel giver, at der er ubesatte stillinger i aftagerfeltet og at efterspørgslen på dimittender med disse kompetencer vil stige de kommende år. Som ovenfor beskrevet er disse fire undersøgelser alle lavet landsdækkende, men eftersom der ikke er noget, der indikerer, at der er færre af denne type virksomheder i hovedstadsområdet end generelt i Danmark, er det Cphbusiness' vurdering, at disse fire undersøgelser også påpeger et udækket behov i Region Hovedstaden. Dette bekræftes i en samtale med Niels Preysz fra FDIH, der oplyser, at 49% af FDIH's medlemmer er hjemmehørende i hovedstadsområdet.

Den kvalitative undersøgelse, som EAAA selv gennemførte i august 2016, er baseret på 16 interviews ud fra en fælles spørgeramme. Denne undersøgelse konkluderer blandt andet, at aftagerne er meget interesserede i dimittender fra en bacheloruddannelse med de kompetencer, som uddannelsen i e-handel giver, og at flere af virksomhederne har haft svært ved at finde arbejdskraft med de rette kompetencer, særligt den forretningsmæssige forståelse for e-handel, og flere virksomheder har helt opgivet at finde kandidater med de rette kompetencer. To af de 16 virksomheder, der indgår i undersøgelsen, ligger i København og dermed vores dækningsområde, men det er i øvrigt Cphbusiness vurdering, at de adspurgte virksomheder er repræsentative for andre e-handelsvirksomheder, og dermed også virksomheder i vores dækningsområde. Derfor mener vi også, at den kvantitative undersøgelse understøtter det billede, der gives ovenfor ud fra de øvrige fire undersøgelser, at der er et behov for uddannelsen i vores dækningsområde.

Samlet konklusion

På baggrund af den viden, der er beskrevet ovenfor, er det Cphbusiness klare konklusion, at der er et stort udækket behov for uddannelsen i e-handel blandt et stort spektrum af aftagere.

De fleste brancher, der lever af at sælge produkter til virksomheder eller til forbrugere, er afhængige af, at de kan ansætte personale med de rette kompetencer.

I denne rapport er gennemgået tre forskellige kilder, som alle tegner det samme billede: der findes i dag ikke kandidater fra et studie, der er målrettet krydsfeltet mellem det merkantile, markedsføring og IT. Det betyder, at en stor del af de virksomheder, som findes på markedet, i høj grad er tvunget til at ansætte autodidakte, ansætte kandidater fra beslægtede uddannelser eller slet og ret at uddanne dem selv, som vi hørte fra Momondo.

På Cphbusiness mener vi, at det er et stort problem, at så vigtig en funktion, som potentielt kan få afgørende betydning for danske virksomheders konkurrenceevne, er overladt til selvlærte og til virksomhedernes egne træningsprogrammer.

Vi mener også, at vi i denne rapport har vist, at vi er den rette udbyder af denne uddannelse i København. Vi er Københavns merkantile erhvervsakademi, og vi uddanner allerede i dag både Markedsføringsøkonomer, Serviceøkonomer, Handelsøkonomer, Logistikøkonomer og Multimediedesignere. Herudover udbyder vi flere beslægtede uddannelser såsom webudvikling, datamatiker og International Handel og Markedsføring. Derfor har vi også allerede nu et stort netværk i virksomheder, der befinder sig i krydsfeltet mellem det merkantile og det IT-faglige, og vi har et stort netværk i virksomheder, der arbejder med markedsføring, og vi gør allerede i dag et stort arbejde i forhold til at indsamle og formidle viden indenfor feltet.

Bilag 2: Virksomheder, der har besvaret spørgeskemaet

Sprout Europe Aps

Miinto

Saxo.com
Kayak/momondo
Andcopenhagen ApS
Copenhagen Cutlery
Compassion Art
Billy ApS
Direct Derma Supplies ApS
AppCamp ApS
Anne Linde Aps
Saxis
Real Coffee
Nøddebazaren
Learningbank a/s
Roskilde Festival-gruppen
Mybanker.dk
Miinto.com
SpotOn Marketing
Bikezac
Bookingabus.com
DONG Energy
November First A/S
Nestle (Nespresso)
Software-as-a-service
Proxy AS
Bizz Zolutions
Arp-Hansen Hotel Group
ATAK A/S
Blacksnow ApS
Ayudante
Garcia Jeans
Hi3G - Teleselskabet 3
(En virksomhed har svaret anonymt)

Bilag 3: Spørgsmål til spørgeskemaundersøgelse

Generisk om virksomheden

1. I hvilken region har din virksomhed hovedsæde

2. Hvilken virksomhedstype repræsenterer du?

- o Virksomhed med nethandel uden fysisk butik
- o Virksomhed med nethandel med fysisk(e) butik(ker)
- o Virksomhed med fysisk handel uden netbutik
- o Medievirksomhed (dagblade, magasiner, radio/TV)
- o Bank, Forsikring, finansiel virksomhed
- o Konsulent/rådgivningsvirksomhed (bl.a. web og IT virksomhed)
- o Servicevirksomhed til netbutikker (logistik, distribution)
- o Kursus/undervisnings/uddannelsessektor
- o Andet – anfør venligst

3. Hvor mange fuldtidsansatte beskæftiger din virksomhed?

- o 1
- o 2-3
- o 4-9
- o 10-49
- o 50-100
- o +100

4. Hvor stor en andel (evt. %) af virksomhedens omsætning sker online (via e-handel)

5. Hvilken omsætning alene på online salg havde virksomheden 2015

- o Op til 1 million
- o 1-5 millioner
- o 6-10 millioner
- o 11-25 millioner
- o 26-99 millioner
- o 100 millioner eller mere
- o ønsker ikke at svare

Medarbejderkompetencer e-handel og digital markedsføring i dag

5. Hvor mange af virksomhedens medarbejderfunktioner er knyttet til online markedsføring og e-handel (evt. I %) ?

9. Hvilke jobfunktioner kræver e-handels og digital markedsføringskompetencer i din virksomhed, og hvor mange er det? (ikke pakke og lagerfunktion, men inkluder gerne webudvikling, forretningsudvikling, projektledere etc)

10. Hvilke uddannelser har medarbejdere i disse jobfunktioner?

11. Beskriv din virksomhed - har I generelt de rette kompetencer ift. Digital handel med de nuværende medarbejdere?

12. Hvad er din stillingsbetegnelse og beskriv dit ansvarsområde

13. Beskriv er din egen uddannelsesbaggrund med hensyn til e-handel og digital markedsføring – hvordan blev du 'digital købmand'?

14. Beskriv jeres forventede udvikling inden for digital handel de næste 0-18 mdr. Hvor mange medarbejdere forventer I at ansætte inden for de næste 0-18 mdr.
Svar:

15. Hvilke faglige kompetencer inden for digital handel ønsker du at nye medarbejder har

16. Hvilke af neden for stående ansvarsområder kunne en E-commerce manager have i din virksomhed

(a) Strategiudvikling

(b) Site development

(c) Sikkerhed

(d) Vedligehold af sites

(e) Analytics ansvarlig

(f) Marketing

(g) Supply Chain/logistik

(h) Hands-on opgaver, eks. Sociale medier, SEO/SEM, AdWords kampagner, Google Analytics analyser, Logistik forhandlinger, udvikling af logistikporteføljer, Design af hjemmesider og marketingkampagner

20.
Hvilken afdeling er E-commerce Manageren ansat i

21.
Kunne du forestille dig, at din virksomhed vil ansætte en E-commerce manager/ eller: hvornår har I brug for en E-commerce manager

22.
Vil din virksomhed være interesseret i at tage en praktikant fra denne uddannelse?

Bilag 4: Beregning af optag med godkendelse af FDIH

Kære Jon Olsen,

Jeg synes det ser fornuftigt ud, med udgangspunkt i vores viden om e-handlernes udfordringer, størrelse og til dels også geografi. Hvordan virksomhedernes mobilitet og vækst udspiller sig (geografisk) kan være svært at vurdere – det samme gælder også medarbejdernes mobilitet.

Venlig hilsen

Simon Bjerremann

Analysechef

sib@fdih.dk | T: +45 7225 5611 | M: +45 2588 4411



FDIH-Foreningen for Dansk Internet Handel | Børsen, 1217 København K | +45 7225 5601 | www.fdi.dk

Fra: Jon Alix Olsen (JOAO - Kvalitetskonsulent - Cphbusiness) [<mailto:joao@cphbusiness.dk>]

Sendt: 25. september 2017 17:08

Til: Simon Bjerremann <sib@fdih.dk>

Emne: Nyt udbud af uddannelse i e-handel

Kære Simon Bjerremann

På Cphbusiness er vi i øjeblikket i gang med at ansøge uddannelsesministeriet om retten til at udbyde den nye professionsbacheloruddannelse i e-handel.

Jeg har tidligere talt med dine kolleger Niels Preysz og Henrik Theil om behovet for uddannelsen i København, og de har begge bekræftet, at der er et stort behov for uddannelsen i København.

I forbindelse med ansøgningen om uddannelsen skal vi bl.a. anføre, hvor mange studerende, vi ønsker at optage på studiet. Dette har jeg vendt med både Niels og Henrik, som dog ikke tør gå ind i detaljer om det konkrete behov.

Jeg kan dog se, at du i forbindelse med Aarhus Erhvervsakademis ansøgning i 2016 har haft en samtale med dem om det konkrete behov, og at Aarhus Erhvervsakademi har benyttet den samtale til at estimere deres eget optag på uddannelsen.

Derfor skriver jeg nu til dig for at høre, om du vurderer, at det regnestykke, vi har stillet op ud Aarhus' model og de tal, de har fået fra dig, fortsat er gældende, og om du vurderer, at det giver et retvisende billede af, hvor stort behovet for uddannelsen er i København.

FDIH vurderer (ifølge tal fra Aarhus Erhvervsakademi 2016), at der er ca. 5000 seriøse webbutikker i Danmark.

Ud af disse estimeres 20% at have mere end 10 ansatte og de resterende 80% vurderes at have under 10 ansatte.

Det estimeres, at virksomheder med under 10 ansatte indenfor en periode på fem år vil have behov for at ansætte en med uddannelsen indenfor e-handel, mens virksomheder med mere end 10 ansatte estimeres at have behov for to indenfor en periode på fem år.

Det estimeres her ud fra, at det samlet på landsplan er behov for 6000 dimittender indenfor en periode på fem år.

Det vil sige, at der er behov for 1200 dimittender indenfor hver region indenfor de næste fem år.

På Cphbusiness ønsker vi at starte uddannelsen op med to hold af 40 studerende de første tre år. Herefter vil vi foretage en vurdering af, om de færdige studerende kommer i ansættelse som forventet, og om der på sigt er behov for flere, sådan som de ovenfor stående tal antyder.

Kan du bekræfte, at dette ser fornuftigt ud og stemmer overens med jeres vurdering af situationen.

Hvis du har spørgsmål til dette eller til processen, kan jeg ringe til dig, så vi lige kan tale sammen om det.

Med venlig hilsen / Best regards

Jon Alix Olsen
Kvalitetskonsulent



Cphbusiness | Landemærket 11 | DK-1119 København K | www.cphbusiness.dk
Tlf.: +45 3615 4500 | Dir.: +45 3615 4945 | E-mail: joao@cphbusiness.dk