



**Uddannelses- og
Forskningsministeriet**

Prækvalifikation af videregående uddannelser - e-handel

Udskrevet 27. april 2026

Professionsbachelor (overbygning) - e-handel - Københavns Erhvervsakademi

Institutionsnavn: Københavns Erhvervsakademi

Indsendt: 02/10-2017 08:46

Ansøgningsrunde: 2017-2

Status på ansøgning: Afslag

[Afgørelsesbilag](#)

[Download den samlede ansøgning](#)

[Læs hele ansøgningen](#)

Ansøgningstype

Nyt udbud

Udbudssted

Hovedstaden

Kontaktperson for ansøgningen på uddannelsesinstitutionen

Specialkonsulent Katrine Thostrup Thomsen, Københavns Erhvervsakademi, Mail: katt@kea.dk, Mobil: 29109933

Er institutionen institutionsakkrediteret?

Ja

Er der tidligere søgt om godkendelse af uddannelsen eller udbuddet?

Nej

Uddannelsestype

Professionsbachelor (overbygning)

Uddannelsens fagbetegnelse på dansk fx. kemi

e-handel

Uddannelsens fagbetegnelse på engelsk fx. chemistry

E-commerce Management

Den uddannedes titel på dansk

Professionsbachelor i e-handel

Den uddannedes titel på engelsk

Bachelor E-commerce Management

Hvilket hovedområde hører uddannelsen under?

Det økonomisk-merkantile område

Hvilke adgangskrav gælder til uddannelsen?

Adgang til uddannelsen forudsætter erhvervsakademiuddannelsen inden for:

Handelsøkonom AK
Serviceøkonom AK
Logistikøkonom AK
Markedsføringsøkonom AK
Multimediedesigner AK

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

Nej

Hvis ja, hvilket samarbejde?

Hvilket sprog udbydes uddannelsen på?

Dansk

Er uddannelsen primært baseret på e-læring?

Nej

ECTS-omfang

90

Beskrivelse af uddannelsens formål og erhvervsigte

Ikke relevant

Uddannelsens struktur og konstituerende faglige elementer

Ikke relevant

Begrundet forslag til taxameterindplacering

Ikke relevant

Forslag til censorkorps

Censorkorps for Handel og Økonomi

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

Behovsanalyse PBA e-handel_Københavns Erhvervsakademi.pdf

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

E-handlen i Danmark er stærk stigende, og på trods af forskellige estimeringsmetoder peger alle rapporter på vækst. FDIH (Foreningen for Dansk InternetHandel) og Dansk Erhverv har i 2015 beregnet, at omfanget af danske forbrugeres e-handel er på henholdsvis 62,4 mia. kr. og 68,6 mia. kr., mens DIBS (Dansk Internet BetalingsSystem) estimerer dansk e-handel til 58,7 mia. kr. (Analyse på e-handelsområdet, Epinion). Det seneste tal for 2017 viser, at omsætningen i dansk e-handel er vokset til 83,8 mia. kr., hvilket er en vækst på 19% siden sidste år, og de seneste fire år har der været en vækst på 78%. (Dansk e-handels årsrapport 2017, DIBS).

Markedet for e-handel er kraftigt stigende, og flere fremskrivninger vurderer en årligt vækst på mellem 15-20 procent frem til 2020 (Anbefaling til konkurrencedygtig dansk e-handel, Digitaliseringspartnerskabet). Skal danske virksomheder være konkurrencedygtige, stiller det krav til virksomhedens e-handelsløsninger. Det er kun hver femte danske virksomhed med e-handel, der er lykkedes med at opnå en mere avanceret e-handel, hvor anvendelse af kundedata, brugertilpasset webshop og digital lagerstyring skaber en væsentlig forøgelse af kompleksiteten i systemer og organisation. (Analyse på e-handelsområdet, Epinion).

Derfor har digitaliseringspartnerskabet bestående af DI Digital, DI Handel, Dansk Erhverv, ITB (IT-B Branchen), FDIH og Erhvervsstyrelsen identificeret fire hovedområder, der følges af 10 konkrete anbefalinger til en stærkere og konkurrencedygtig dansk e-handel. Tre af anbefalingerne omhandler en styrkelse af Danmarks e-handelskompetencer: "match mellem virksomhedernes efterspørgsel på e-handelskompetencer og udbuddet af videregående uddannelser, bedre e-handelskompetencer på erhvervsakademierne samt relevante og tidssvarende tilbud om efteruddannelse inden for digitale handelskompetencer". (Anbefaling til konkurrencedygtig dansk e-handel, Digitaliseringspartnerskabet).

At der er behov for relevante kompetencer inden for e-handel understøttes af to uafhængige undersøgelser fra 2016 fra henholdsvis FDIH og DI Handel. Undersøgelsen viser, at virksomhederne har svært ved at rekruttere de rette kompetencer, og de oplever, at de ikke kan få besat stillingerne. Desuden er der et markant behov for opkvalificering af eksisterende medarbejdere.

DI Handel

- Næsten 40% af virksomhederne har haft udfordringer med at rekruttere medarbejdere med de rette e-handelskompetencer.
- Næsten alle de adspurgte virksomheder mener, at de har behov for at udvide eller opkvalificere e-handelskompetencerne særligt inden for forretningsudvikling tæt efterfulgt af webanalyse.

FDIH

- 41% af virksomhederne mangler kompetencer i forhold til e-handel.
- 30% mener, at deres seneste ansættelser inden for e-handel kun i mindre grad havde de rette faglige kompetencer.
- Hver femte virksomhed har opgivet at ansætte medarbejdere, fordi der var mangel på kvalificerede ansøgere.

Regional efterspørgsel

I forhold til at konkretisere den regionale efterspørgsel efter e-handelskompetencer har det ikke været muligt at foretage specifikke branchetræk, da e-handel ikke er koblet til en specifik branche, men netop går på tværs af brancher. I stedet har KEA set på medlemsdata fra FDIH samt udtrukket regionale data fra analysen "Uddannelsesbehov 2016". Ud over den regionale analyse af uddannelsesbehovet har KEA interviewet 11 virksomheder med fokus på at få afdækket behovet for e-handelskompetencer, omfang af forventede ansættelser samt virksomhedernes mulighed for at modtage praktikanter.

Analysen og interviewene kombineret med statistisk træk af medlemsdata fra FDIH samt interne træk fra CRM på praktikvirksomheder giver det samlede grundlag for KEAs behovsanalyse, der er vedhæftet ansøgningen. I det følgende gives hovedresultaterne, som samlet set viser, at der er et stort behov for e-handelskompetencer i Hovedstaden. Se i øvrigt den vedhæftede behovsanalyse for uddybende information.

FDIH arbejder for at styrke vilkårene for dansk e-handel og har mere end 2000 webshops tilknyttet foreningen. Medlemsvirksomhederne omfatter både e-handelsvirksomheder og deres leverandører.

I alt har FDIH 832 medlemmer. For 50% af medlemmerne er deres virksomhed geografisk placeret i Hovedstaden, heraf har ca. halvdelen mere end 10 ansatte. Da FDIH er den forening, som har flest registrerede medlemmer inden for e-handel, vidner det om, at Hovedstaden har en markant andel af alle de danske e-handelsvirksomheder.

De regionale data for Hovedstaden fra FDIHs analyse "Uddannelsesbehov 2016" samt interview med de 11 virksomheder viser følgende:

- Næste ¾ af respondenterne i den regionale analyse forventer at ansætte medarbejdere med e-handelskompetencer inden for de næste 18 måneder. I gennemsnit tre-fire medarbejdere pr. respondent (virksomhed).

- Blandt de 11 interviewede virksomheder er forventningen til kommende ansættelser syv medarbejdere i gennemsnit pr. virksomhed inden for de næste 18 måneder.
- De 11 interviewede virksomheder har ansat 190 medarbejdere med e-handelskompetencer inden for de seneste to år, hvilket svarer til et gennemsnit på mere end otte medarbejdere om året pr. virksomhed.
- Hver fjerde respondent fra den regionale analyse mener ikke, at de nyansatte medarbejdere har de rette e-handelskompetencer.
- Mere end hver tredje virksomhed fra den regionale analyse har haft problemer i forhold til at ansætte medarbejdere med de rette e-handelskompetencer. Det dækker over, at hver sjette virksomhed har opgivet at ansætte medarbejdere, fordi der var mangel på kvalificerede ansøgere, mens hver femte har måtte forlænge ansøgningsfristen eller ændre stillingsbeskrivelsen i opslaget.

De interviewede virksomheder giver også udtryk for, at der er mangel på uddannede dimittender, og de har svært ved at få ansat de rigtige kompetencer. Flere af virksomhederne har opgivet at rekruttere og vælger i stedet at oplære deres egne medarbejdere. Flere giver også udtryk for, at de "stjæler" medarbejdere fra hinanden, hvilket løbende skaber ledige stillinger.

Det faglige miljø

På KEA eksisterer der allerede et fagligt miljø omkring e-handel på bachelorniveau. På PBA digital konceptudvikling findes en retning på 15 ECTS, der hedder e-commerce, som ca. halvdelen af de studerende vælger. PBA digital konceptudvikling er den uddannelse, der er tættest på PBA e-handel i forhold til det faglige indhold – se Kriterium 2, og EA Aarhus' ansøgning om uddannelsen PBA e-handel fra den 1. oktober 2016.

De studerende fra PBA digital konceptudvikling tager også i e-handelspraktik samt skriver afsluttende opgave inden for området. Desuden skal de studerende hvert semester udarbejde et e-handelsprojekt af to ugers varighed.

De studerende får her stillet en opgave af en virksomhed i form af en problemformulering. De studerende udarbejder et projekt og en præsentation, hvorefter virksomheden vurderer opgaven og præsentationen og giver de studerende feedback. De seneste tre projekter inden for e-handel har været:

- Matas.dk – Øge konverteringer og salg på webshoppen.
- Coop.mad.dk – Ny webshop, forbedre kunderejsen.

- Boozt.dk – Øge salget og kendskab til produktkategori (kosmetik).

KEA udbyder også diplom i digital konceptudvikling og PBA økonomi og it. Førstnævnte indeholder blandt andet fagmodulerne: CRM og loyalitetsprogrammer, Cross Media Concepts, Content Marketing, Customer Insight, Digital marketing, E-handel: Optimering af salg og indtjening og E-handel: Strategi og forretningsudvikling. Se evt. <http://www.kea.dk/digitalkonceptudvikling/moduler/>

På PBA økonomi og IT ligger det faglige indhold netop i krydsfeltet mellem it og forretning og har en del flader til e-handelsområdet.

Derudover udbyder KEA multimediedesigner AK, AU i Retail, AU i international handel og markedsføring og AU i kommunikation og formidling, som alle berører det faglige område e-handel.

KEA har også erfaring med at optage studerende med forskellig uddannelsesbaggrund. Til det seneste sommeroptag på PBA digital konceptudvikling blev der optaget 83 studerende. Mere end hver tredje studerende kommer fra et andet erhvervsakademi end KEA, og knap hver sjette studerende kommer fra CPH Business. Så det er ganske normalt, at en PBA overbygningssuddannelse rekrutterer bredt fra de forskellige uddannelsesinstitutioners AK-uddannelser.

Underbygget skøn over det regionale behov for dimittender

FDIH har estimeret, at der i Danmark findes ca. 5000 "seriøse" e-handelsvirksomheder (jf. EA Aarhus' behovsanalyse 2016, PBA e-handel). Ser man på FDIHs fordeling af deres medlemsvirksomheder er 50% beliggende i Hovedstaden. I forhold til den fordeling forventer vi, at der minimum er 2000 e-handelsvirksomheder i Hovedstaden.

Ifølge data fra den regionale spørgeskemaundersøgelse er der 26% af virksomhederne, der ikke forventer at ansætte yderligere medarbejdere med e-handelskompetencer inden for de næste 18 måneder (21% forventer ikke at ansætte flere, og 5% ved ikke om de vil ansætte yderligere). 14% forventer at ansætte en medarbejder, mens 36% forventer at ansætte to-tre nye medarbejdere og resten flere end tre medarbejdere. Regner man med, at ca. 74% af virksomhederne i gennemsnit vil ansætte to medarbejdere giver det en efterspørgsel på 2960 medarbejdere. Fra den regionale analyse ved vi også, at hver sjette af de opslåede stillinger ikke besættes på grund af mangel på kvalificerede ansøgere. Det giver et udækket behov for 493 medarbejdere i Hovedstaden, hvilket svarer til ca. 330 forgæves rekrutteringsforsøg om året. (Se vedhæftede behovsanalyse). Og efterspørgslen forventes at stige fremadrettet, da markedet for e-handel er i kraftig vækst. (Anbefaling til konkurrencedygtig dansk e-handel, Digitaliseringspartnerskabet).

KEA mener, at et udækket behov for 330 medarbejdere om året i Hovedstaden er baseret på et forsigtigt skøn.

Ser man på de 11 virksomhedsinterviews KEA har foretaget, forventer de tilsammen at ansætte mere end 133 medarbejdere med e-handelskompetencer inden for de næste 18 måneder, hvilket jo svarer til ca. 87 medarbejdere på et år. Er hver sjette rekrutteringsforsøg forgæves, svarer det til et udækket behov på 15 medarbejder, og det udgør alene 5% af ovenstående estimerede behov på 330.

I alt vurderer KEA, at der er et udækket behov for medarbejdere med e-handelskompetencer på ca. 330 om året i Hovedstaden. Og her er det KEAs vurdering, at der skal uddannes ca. 150 dimittender om året i Hovedstaden for at dække efterspørgslen.

Hvilke aftagere har været inddraget i behovsundersøgelsen?

I forbindelse med udarbejdelse af behovsanalysen har KEA benyttet sig af en spørgeskemaundersøgelse om uddannelsesbehovet i forhold til e-handelskompetencer, som er udarbejdet af FDIH. 124 virksomheder har deltaget i undersøgelse. KEA har rensset data, så vi kun benytter besvarelserne fra virksomheder i Hovedstaden. 58 virksomheder fra Hovedstaden har besvaret undersøgelse. Undersøgelsen er anonym, men listen over de 58 virksomheder kan rekvireres.

Derudover har vi foretaget en række interviews med e-handelsvirksomheder. Virksomhederne har blandt andet uddybet deres behov for e-handelskompetencer samt tilkendegivet, hvor mange praktikanter, de har mulighed for at have. Vi har talt med følgende virksomheder:

Adapt, Atea, Coop MAD, Falck Danmark, Lemvigh-Müller, Matas A/S, MEC, Rosamunde, Saxo.com, Sportmaster og Top Toy.

KEA har sammen med EA Aarhus indgået i en udviklingsgruppe, hvor den nationale del af studieordningen er blevet udarbejdet. Undervejs i processen har 11 virksomheder deltaget. Virksomhederne var blandt andet inviteret med som ekspertpanel til en workshop, hvor de kunne komme med input til indhold og praktikforløb. Følgende virksomheder har deltaget: Cykelpartner.dk, pixizoo.dk, bolia.com, lasertryk.dk, proshop.dk, Hummel, coolshop.dk, kaffekapslen.dk, duglemmerdetaldrig.dk, holmegruppen.dk og sinful.dk (Referat fra workshop kan refereres). Tilbagemeldingerne fra virksomhederne har blandt andet betydet, at praktikken er tilrettelagt over en længere periode, hvor den studerende veksler mellem skole og praktik. Desuden blev de faglige områder content creation, e-handelsteknologier, dataanalyse, forretningsforståelse og digital marketing valgt og vægtet ud fra virksomhedernes tilbagemeldinger.

Inddragelse af virksomhederne i arbejdet med studieordningen har sikret, at der er et match mellem virksomhedernes behov og indholdet i PBA e-handel.

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

PBA digital konceptudvikling er den uddannelse, som fagligt er tættest beslægtet med PBA e-handel. PBA digital konceptudvikling har en retning på 15 ECTS, der hedder e-commerce, og som i indhold overlapper dele af det faglige indhold på PBA e-handel. Det betyder, at hvis KEA får mulighed for at udbyde PBA e-handel, vil vi reducere optaget på PBA digital konceptudvikling jf. næste afsnit rekrutteringsgrundlag.

Derudover er der diplom i digital konceptudvikling, som har en række fagmoduler, der er målrettet e-handel: CRM og loyalitetsprogrammer, Cross Media Concepts, Content Marketing, Costumer Insight, Digital marketing, E-handel: Optimering af salg og indtjening og E-handel: Strategi og forretningsudvikling. Uddannelser henvender sig dog til en anden målgruppe, nemlig til personer, der allerede er i job og arbejder inden for området eller skal opkvalificeres.

Ser man på PBA international handel og markedsføring, PBA hospitality management og PBA sportsmanagement er deres jobsigte væsentligt forskelligt fra PBA e-handel. PBA international handel og markedsføring sigter mod direkte salg og eksport, mens PBA hospitality management har fokus på drift, økonomi samt regnskabsforståelse, og PBA sportsmanagement er målrettet sports-, event- og fritidssektoren i forhold til planlægning og drift. Fælles for de tre uddannelser er, at den digitale del stort set er fraværende. I PBA e-handel er den digitale del bærende for uddannelsen, og der er efter dialog med de eksterne virksomhederne kommet endnu mere fokus på digitale basale færdigheder, som fx CSS, kodning og html. At de digitale kompetencer skal være bærende blev bekræftet i interviewene med virksomhederne, som i høj grad efterspørger de digitale færdigheder kombineret med en forretningsforståelse.

KEA er med i et projekt under det fri institutionsforsøg, hvor fokus er på at udvikle uddannelsesforløb inden for e-handel målrettet erhvervsskolerne. At styrke it-kompetencerne og e-handelskompetencerne hos relevante elevgrupper på erhvervsskolerne vil skabe en god sammenhængskraft i forhold til at læse videre på et erhvervsakademi. Pt. er der ikke et samarbejde i gang med et universitet omkring en relevant kandidatuddannelse, men på sigt vil det være interessant at afdække, om der er efterspørgsel efter e-handels-dimittender med en længerevarende videregående uddannelse bag sig.

PBA e-handel udbydes i dag af EA Aarhus og er dimensioneret til et optag på 40 studerende.

Rekrutteringsgrundlag og videreuddannelsesmuligheder

Ser man på det potentielle rekrutteringsgrundlag fra Hovedstaden, vil optagsgrundlaget bestå af dimittender fra de adgangsgivende uddannelser fra henholdsvis KEA og CPH Business. Ser man på antallet af dimittender fra 2016, var der i alt 1265. (Se vedhæftede behovsanalyse).

De PBA-overbygningsuddannelser som er relevante for de direkte adgangsgivende uddannelser, er PBA i international handel og markedsføring, PBA i international hospitality management, PBA i sportsmanagement, PBA webudvikling og PBA digital konceptudvikling. De fire første uddannelser er dimensionerede, og vi forventer, at PBA digital konceptudvikling vil blive det på sigt. I alt er der ca. 500 pladser på de nævnte overbygningsuddannelser i Hovedstaden, og det skal understreges, at der også er andre AK-uddannelser, der har adgang til disse PBA-uddannelser. Det betyder, at der minimum er et rekrutteringsgrundlag på 700 dimittender (1265 – 500), og hvis dimittender fra EA Sjælland inddrages vil rekrutteringsgrundlaget være endnu større – her dimitterede 542 studerende i 2016 fra henholdsvis logistikøkonom, markedsføringsøkonom, serviceøkonom, handelsøkonom og multimediedesign

Ud fra ovenstående mener vi ikke, at oprettelsen af PBA e-handel vil have betydning for eksisterende udbud. Dog planlægger KEA, at linjen e-commerce under PBA digital konceptudvikling ikke skal udbydes, hvis KEA får PBA e-handel. Dermed forventer vi at reducere PBA digital konceptudvikling med ca. 30 studerende.

Forventet optag på de første 3 år af uddannelsen

Jf. ovenstående afsnit er der minimum et rekrutteringsgrundlag på 700 dimittender og beregnet efterspørgsel på ca. 150 dimittender om året i Hovedstaden.

For at dække efterspørgslen skal KEA optage ca. 150 dimittender om året, hvor vi forventer at begynde med et optag på 70.

1. år 70 studerende
2. år 100 studerende
3. år 150 studerende

Hvis relevant: forventede praktikaftaler

KEA har allerede et stort netværk af relevante praktiksteder inden for digital markedsføring, og har ikke problemer med at finde egnede praktiksteder til de studerende fra multimediedesign AK, PBA økonomi og it og PBA digital konceptudvikling, hvor en stor del af praktikvirksomhederne allerede i dag udgøres af relevante e-handelsvirksomheder. Kigger man på arbejdspladspraktikker fra efteråret 2016 og foråret 2017 for PBA digital konceptudvikling, kan man se, at mere end hver tredje praktikvirksomhed (36%, antal 30) også vil være relevante for studerende på PBA e-handel, da praktikvirksomhederne beskæftiger sig med e-handel og/eller digital markedsføring. (Se vedhæftede behovsanalyse).

KEA har desuden spurgt de 11 virksomheder om, hvor mange praktikanter de forventer, de kan modtage hvert år. I alt forventer de samlet at kunne tage ca. 40 studerende i praktik om året.

Så på nuværende tidspunkt har KEA allerede en lang række potentielle praktikpladser og flere forespørgsler fra virksomheder efter praktikanter, der gerne vil i e-handelspraktik. Og da de studerende fra PBA digital konceptudvikling, PBA økonomi og it samt multimediedesign ikke oplever problemer med at finde relevante praktikpladser, vurderer KEA, at praktikmulighederne for kommende studerende på PBA e-handel er særdeles gode.

Øvrige bemærkninger til ansøgningen

RUVU vil modtage to ansøgninger om udbud af PBA e-handel i samme dækningsområde (KEA og CPH Business). Følgende er en kort beskrivelse af, hvordan KEAs forløb har været.

I december 2016 aftaler daværende rektor for KEA, og rektor fra EA Aarhus, at KEA skal være med i udviklingsarbejdet om den nationale del af studieordningen for PBA e-handel med henblik på at søge udbuddet. CPH Business har ikke deltaget i dette udviklingsarbejde.

KEA og EA Aarhus har en løbende dialog i vinteren og foråret 2017 om studieordningens indhold, og KEA tager til EA Aarhus to gange, hvor der den ene gang er en workshop med et ekspertpanel, der er sammensat af en række eksterne virksomhedsfolk.

I maj kontakter KEA CPH Business' områdechef for salg og markedsføring for at aftale et møde med henblik på tilrettelæggelse og tilpasning af PBA e-handel i forhold til de kommende dimittender fra CPH Business. Mødet aftales til den 31. august 2017.

Den 10. maj 2017 kontakter KEA kvalitetschefen for CPH Business for officielt at orientere om, at KEA vil søge PBA e-handel til 1. oktober 2017. CPH Business kvitterer for informationen og meddeler, at de ikke påtænker at søge uddannelse, da de har en strategi om at søge større uddannelser.

Den 4. august bliver KEA kontaktet af CPH Business, hvor de fortæller, at de alligevel gerne vil søge PBA e-handel til 1. oktober 2017. Den 30. august 2017 kontakter CPH Business til KEA for at aflyse mødet den 31. august, fordi de ikke længere mener, at mødet er relevant, da de selv vil søge uddannelsen. (Bilag kan rekvireres).

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

Ja

Status på ansøgningen

Afslag

Ansøgningsrunde

2017-2

Afgørelsesbilag - Upload PDF-fil

C1 - Afslag e-handel - KEA.pdf

Samlet godkendelsesbrev - Upload PDF-fil

BEHOVSANALYSE

2. oktober 2017



INDHOLD

- 03. Behovsanalyse
- 04. Regionalt behov for nyt udbud
- 07. Estimeret behov for dimittender
- 08. Rekrutteringsgrundlag
- 09. Praktikpladser
- 10. Bilag 1 – Regional fordeling af virksomheder i FDIH
- 11. Bilag 2 – Spørgeguide til interview
- 13. Bilag 3 – Interviewede virksomheder
- 14. Bilag 4 – Praktikpladser på PBA digital konceptudvikling

BEHOVSANALYSE

AFSÆT FOR BEHOVSANALYSEN

Til at dokumentere det regionale behov for det nye udbud har KEA taget afsæt i følgende rapporter, undersøgelser og data:

- [Analyse på e-handelsområdet](#) // Erhvervsstyrelsen og Epinion, marts 2016.
- [Dansk e-handel årsrapport](#) // DIBS, maj 2017.
- [Digitale kompetencer i danske handelsvirksomheder](#)// DI Handel, august 2016.
- [Anbefalinger til en konkurrencedygtig dansk e-handel](#) // Digitaliseringspartnerskabet, december 2016.
- Uddannelsesbehov // FDIH, maj 2016.
- Udtræk fra FDIH medlemsdatabase // KEA og FDIH, juni 2017.
(bilag 1)
- Regional analyse af FDIHs uddannelsesbehov // KEA og FDIH, juni 2017.
(kan rekvireres)
- Interviews med 11 e-handelsvirksomheder // KEA, august og september 2017.
(bilag 2 og bilag 3)
- Nøgletal fra ufm.dk KEAs egne administrative systemer, SiS og CRM.
(bilag 4)

KEA har deltaget i udviklingsarbejdet med studieordningen i samarbejde med EA Aarhus. Forud for arbejdet med studieordningen blev der nedsat et ekspertpanel bestående af både store og mindre e-handelsvirksomheder: Cykelpartner.dk, pixizoo.dk, bolia.com, lasertryk.dk, proshop.dk, Hummel, coolshop.dk, kaffekapslen.dk, duglemmerdetaldrig.dk, holmegruppen.dk og sinful.dk (Referat fra workshop med ekspertpanel kan refereres). Ekspertpanelet blev interviewet i mindre grupper og bidrog med afklaring omkring kompetencebehov og praktikforløb. Ekspertpanelets bidrag blev analyseret af EA Aarhus og KEA og studieordningens nationale del blev sammensat med fokus på de prioriterede områder – både i forhold til hvilke fag der skal indgå, og hvordan fagene bliver vægtet i studieordningen.

HOVEDKONKLUSIONER

Generelt viser de forskellige rapporter og dataudtræk, at der findes et stort behov for medarbejdere med e-handelskompetencer i Hovedstaden.

- Ca. 50% af e-handelsvirksomhederne er geografisk placeret i Hovedstaden.
- Næste ¾ af respondenterne i den regionale analyse forventer at ansætte medarbejdere med e-handelskompetencer inden for de næste 18 måneder. I gennemsnit tre-fire medarbejdere pr. respondent (virksomhed).

- Blandt de 11 interviewede virksomheder er forventningen til kommende ansættelser syv medarbejdere i gennemsnit pr. virksomhed inden for de næste 18 måneder.
- De 11 interviewede virksomheder har ansat 190 medarbejdere med e-handelskompetencer inden for de seneste to år, hvilket svarer til et gennemsnit på mere end otte medarbejdere om året pr. virksomhed.
- Hver fjerde respondent fra den regionale analyse mener ikke, at de nyansatte medarbejdere har de rette e-handelskompetencer.
- Mere end hver tredje virksomhed fra den regionale analyse har haft problemer i forhold til at ansætte medarbejdere med de rette e-handelskompetencer. Det dækker over, at hver sjette virksomhed har opgivet at ansætte medarbejdere, fordi der var mangel på kvalificerede ansøgere, mens hver femte har måtte forlænge ansøgningsfristen eller ændre stillingsbeskrivelsen i opslaget.

REGIONALT BEHOV FOR NYT UDBUD

GENEREL EFTERSPØRGSEL EFTER E-HANDELSKOMPETENCER

E-handlen i Danmark er stærk stigende, og på trods af forskellige estimeringsmetoder peger alle rapporter på vækst. FDIH (Foreningen for Dansk InternetHandel) og Dansk Erhverv har i 2015 beregnet, at omfanget af danske forbrugeres e-handel er på henholdsvis 62,4 mia. kr. og 68,6 mia. kr., mens DIBS (Dansk Internet BetalingsSystem) estimerer dansk e-handel til 58,7 mia. kr. (Analyse på e-handelsområdet, Epinion). Det seneste tal for 2017 viser, at omsætningen i dansk e-handel er vokset til 83,8 mia. kr., hvilket er en vækst på 19% siden sidste år, og de seneste fire år har der været en vækst på 78%. (Dansk e-handels årsrapport 2017, DIBS).

Markedet for e-handel er kraftigt stigende og flere fremskrivninger vurderer en årligt vækst på mellem 15-20 procent frem til 2020 (Anbefaling til konkurrencedygtig dansk e-handel, Digitaliseringspartnerskabet). Skal danske virksomheder være konkurrencedygtige, stiller det krav til virksomhedens e-handelsløsninger. Det er kun hver femte danske virksomhed med e-handel, der er lykkedes med at opnå en mere avanceret e-handel, hvor anvendelse af kundedata, brugertilpasset webshop og digital lagerstyring skaber en væsentlig forøgelse af kompleksiteten i systemer og organisation. (Analyse på e-handelsområdet, Epinion).

Derfor har digitaliseringspartnerskabet bestående af DI Digital, DI Handel, Dansk Erhverv, ITB (IT-B Branchen), FDIH og Erhvervsstyrelsen identificeret fire hovedområder, der følges af 10 konkrete anbefalinger til en stærkere og konkurrencedygtig dansk e-handel. Tre af anbefalingerne omhandler en styrkelse af Danmarks e-handelskompetencer: "match mellem virksomhedernes efterspørgsel på e-handelskompetencer og udbuddet af videregående uddannelser, bedre e-handelskompetencer på erhvervsakademierne samt relevante og tidssvarende tilbud om efteruddannelse inden for digitale handelskompetencer". (Anbefaling til konkurrencedygtig dansk e-handel, Digitaliseringspartnerskabet).

At der er behov for relevante kompetencer inden for e-handel understøttes af to uafhængige undersøgelser fra 2016 fra henholdsvis FDIH og DI Handel. Undersøgelsen viser, at virksomhederne har svært ved at rekruttere de rette kompetencer, og de oplever, at de ikke kan få besat stillingerne. Desuden er der et markant behov for opkvalificering af eksisterende medarbejdere.

DI Handel

- Næsten 40% af virksomhederne har haft udfordringer med at rekruttere medarbejdere med de rette e-handelskompetencer.
- Næsten alle de adspurgte virksomheder mener, at de har behov for at udvide eller opkvalificere e-handelskompetencerne særligt inden for forretningsudvikling tæt efterfulgt af webanalyse.

FDIH

- 41% af virksomhederne mangler kompetencer i forhold til e-handel.
- 30% mener, at deres seneste ansættelser inden for e-handel, kun i mindre grad havde de rette faglige kompetencer.
- Hver femte virksomhed har opgivet at ansætte medarbejdere, fordi der var mangel på kvalificerede ansøgere.

REGIONAL EFTERSPØRGSEL EFTER E-HANDELSKOMPETENCER

FDIH arbejder for at styrke vilkårene for dansk e-handel og har mere end 2000 webshops tilknyttet foreningen. Medlemsvirksomhederne omfatter både e-handelsvirksomheder og deres leverandører.

I alt har FDIH 832 medlemmer. For 50% af medlemmerne er deres virksomhed geografisk placeret i Hovedstaden, heraf har ca. halvdelen mere end 10 ansatte. Da FDIH er den forening, som har flest registrerede medlemmer inden for e-handel, vidner det om, at Hovedstaden har en markant andel af alle de danske e-handelsvirksomheder.

Virksomhedens størrelse i Hovedstaden	Antal i Hovedstaden
Flere end 10 medarbejdere	197
Under 10 medarbejdere	169
Start-up under 3 medarbejdere	48
I alt	414

I maj 2016 udarbejdede FDIH en analyse blandt deres medlemsvirksomheder, som kortlagde virksomhedernes behov for e-handelskompetencer. 124 respondenter har besvaret undersøgelsen. KEA har valgt at udtrække svarene fra de respondenter, der er geografisk placeret i Hovedstaden, hvilket giver 58 respondenter. Dette antal stemmer godt overens med, at halvdelen af FDIHs medlemsvirksomheder er beliggende i Hovedstaden.

Herudover har KEA interviewet 11 e-handelsvirksomheder for at få afdækket behovet for e-handelskompetencer, omfang af forventede ansættelser samt virksomhedernes mulighed for at modtage praktikanter. (Bilag 2 og bilag 3).

Den regionale analyse viser, at mere end hver tredje e-handelsvirksomhed mener, at deres nuværende medarbejderstab ikke har de rette kompetencer i forhold til digital handel.



Har I de rette kompetencer ansat i forhold til digital handel?	antal	procent
Ja	30	52%
For nuværende ja, men om et par år nej	1	2%
Vi er absolut dygtige, men vi vil være endnu bedre	1	2%
Nej	22	38%
Ved ikke	3	4%
Vi har ikke digital handel	1	2%
I alt	58	100%

Virksomhederne vil både udskifte eksisterende medarbejdere (23%), ansætte nye medarbejdere (57%) og efteruddanne deres medarbejdere (60%).

I de interviewede virksomheder er der også sket en massiv udskiftning samt nyansættelser blandt medarbejdere med e-handelskompetencer. I alt har de 11 virksomheder ansat 190 medarbejdere med e-handelskompetencer inden for de seneste to år, hvilket svarer til et gennemsnit på mere end otte medarbejdere om året pr. virksomhed.

I den regionale analyse forventer 74% af virksomheder da også at ansætte flere medarbejdere med e-handelskompetencer inden for de kommende 18 måneder.

Antal ansættelser inden for digital handel	antal	procent
0 – forventer ikke at ansætte yderligere	12	21%
1	8	14%
2 – 3	21	36%
4 – 9	10	17%
10 – 24	3	5%
50 eller flere	1	2%
Ved ikke	3	5%
I alt	58	100%

Ovenstående svarer til ansættelsen af ca. tre-fire medarbejdere pr. virksomhed. Og sættes det i forhold til interviewene med de 11 virksomhederne, kan vi se, at behovet for medarbejdere med e-handelskompetencer er markant. I de interviewede virksomheder er gennemsnittet på 12 medarbejdere pr. virksomhed, hvor især en af virksomhederne er inde i en markant vækstfase. Ser man bort fra den virksomhed, ligger gennemsnittet på syv ansættelse pr virksomhed inden for de næste 18 måneder.

Det store behov giver en løbende efterspørgsel efter nye medarbejdere med e-handelskompetencer. I den regionale analyse kan vi se, at ca. hver fjerde virksomhed oplever, at de ansatte medarbejdere ikke har de rette faglige kompetencer. Og mere end hver tredje virksomhed har haft problemer i forhold til at ansætte medarbejdere med de rette e-handelskompetencer. Det dækker over, at hver sjette virksomhed har opgivet at ansætte medarbejdere, fordi der var mangel på kvalificerede ansøgere, mens hver femte har måtte forlænge ansøgningsfristen eller ændre stillingsbeskrivelsen i opslaget.

Har de nyansatte de rette faglige kompetencer?	antal	procent
Ja, helt	8	14%
Ja, delvist	19	33%
Kun i mindre udstrækning	14	24%
Nej	3	5%
Ikke relevant	12	21%
Ved ikke	2	3%
I alt	58	100%



Opgivet at ansætte pga. mangel på kvalificerede ansøgere?	antal	procent
Nej	36	62%
Nej, men jeg har forlænget ansøgningsfristen ud over 2 måneder	6	10%
Nej, men jeg har måttet ændre stillingsbeskrivelsen for at få et match	5	8%
Ja, jeg har opgivet at ansætte medarbejdere	9	16%
Har ikke ansat nogen desværre	1	2%
Har ikke været aktuelt	1	2%
I alt	58	100%

De interviewede e-handelsvirksomheder understøtter dette billede:

"Der er meget stor rift om folk med e-handelskompetencer – der er et meget lille udbud og en stor efterspørgsel. Så det er meget svært at rekruttere".

Matas A/S

"Vi har ledt i seks måneder efter specialister inden for e-handel. Det er utrolig svært at få medarbejdere med e-handelskompetencer – vi har flere gange måtte opgive at ansætte udefra, og rekrutteret indefra modervirksomheden".

Coop MAD

"De relevante kandidater findes ikke. Vi må "stjæle" fra vores konkurrenter".

Saxo.com

Ovenstående datagrundlag viser med alt tydelighed, at der er eksplicit behov for e-handelskompetencer i hovedstadsområdet. Virksomhederne rekrutterer medarbejdere med e-handelskompetencer, men flere rekrutteringer ender forgæves på grund af for få ansøgere med de rette kompetencer. Datagrundlaget viser også, at Hovedstaden har en markant andel af Danmarks e-handelsvirksomheder, da ca. 50% af e-handelsvirksomhederne er geografisk placeret i Hovedstaden.

ESTIMERET BEHOV FOR DIMITTENDER

PBA E-HANDEL

FDIH har estimeret, at der i Danmark findes ca. 5000 "seriøse" e-handelsvirksomheder (jf. EA Aarhus' behovsanalyse 2016, PBA e-handel). Ser man på FDIHs fordeling af deres medlemsvirksomheder er 50% beliggende i Hovedstaden. I forhold til den fordeling forventer vi, at der minimum er 2000 e-handelsvirksomheder i Hovedstaden.

Ifølge data fra den regionale analyse er der 26% af virksomhederne, der ikke forventer at ansætte yderligere medarbejdere med e-handelskompetencer inden for de næste 18 måneder (21% forventer ikke at ansætte flere, og 5% ved ikke om de vil ansætte yderligere). 14% forventer at ansætte en medarbejder, mens 36% forventer at ansætte to-tre nye medarbejdere og resten flere end tre medarbejdere. Regner man med, at ca. 74% af virksomhederne i gennemsnit vil ansætte to medarbejdere giver det en efterspørgsel på 2960 medarbejdere. Fra den regionale spørgeskemaundersøgelse ved vi også, at hver sjette af de opslåede stillinger ikke besættes på grund af mangel på kvalificerede ansøgere. Det giver et udækket behov for 493 medarbejdere i Hovedstaden, hvilket svarer til ca. 330 forgæves rekrutteringsforsøg om året. Og efterspørgslen forventes at stige fremadrettet, da markedet for e-handel er i kraftig vækst. (Anbefaling til konkurrencedygtig dansk e-handel, Digitaliseringspartner-skabet).

KEA mener, at et udækket behov for 330 medarbejdere om året i Hovedstaden er baseret på et forsigtigt skøn.

Ser man på de 11 virksomhedsinterviews KEA har foretaget, forventer de tilsammen at ansætte mere end 133 medarbejdere med e-handelskompetencer inden for de næste 18 måneder, hvilket svarer til ca. 87 medarbejdere på et år. Er hver sjette rekrutteringsforsøg forgæves, svarer det til et udækket behov på 15 medarbejder, og det udgør alene 5% af ovenstående estimerede behov på 330.

I alt mener KEA, at der er et udækket behov for medarbejdere med e-handelskompetencer på ca. 330 om året i Hovedstaden. Og her er det KEAs vurdering, at der skal uddannes ca. 150 dimittender om året i Hovedstaden for at dække efterspørgslen.

REKRUTTERINGSGRUNDLAG

PBA E-HANDEL

Ser man på det potentielle rekrutteringsgrundlag fra Hovedstaden vil optagsgrundlaget bestå af dimittender fra de adgangsgivende uddannelser fra henholdsvis KEA og CPH Business. Ser man på antallet af dimittender fra 2016, var der i alt 1265 fra de direkte adgangsgivende uddannelser.

Et andet relevant optagsgrundlag kan være dimittender fra e-design samt dimittender fra designteknologi især fra retningerne retail og markedsføring. Disse to uddannelser er pt. ikke en del af det direkte adgangsgrundlag, men kan optages ud fra en individuel kompetencevurdering. Og det er KEAs opfattelse, at der vil være mange egnede dimittender herfra.

Uddannelser	2015	2016
Multimediedesign (KEA)	276	323
Designteknolog (KEA)	222	221
E-design (KEA)	60	64
Serviceøkonom (CPH Business)	271	299
Multimediedesign (CPH Business)	64	74
Handelsøkonom (CPH Business)	53	57
Logistikøkonom (CPH Business)	34	40
Markedsføringsøkonom (CPH Business)	460	472
I alt (med e-design og designteknolog)	1158 (1440)	1265 (1550)

De PBA-overbygningsuddannelser som er relevante for ovenstående dimittender, er PBA i international handel og markedsføring, PBA i international hospitality management, PBA i sportsmanagement, PBA webudvikling og PBA digital konceptudvikling. De fire første uddannelser er dimensionerede, og vi forventer, at PBA digital konceptudvikling vil blive det på sigt. I alt er der ca. 500 pladser på de nævnte overbygningsuddannelser i Hovedstaden, og det skal understreges, at der også er andre AK-uddannelser, der har adgang til disse PBA-uddannelser. Det betyder, at der minimum er et rekrutteringsgrundlag på 700 dimittender (1265 – 500), og hvis dimittender fra EA Sjælland inddrages vil rekrutteringsgrundlaget være endnu større – her dimitterede 542 studerende i 2016 fra henholdsvis logistikøkonom, markedsføringsøkonom, serviceøkonom, handelsøkonom og multimediedesign

Ud fra ovenstående mener vi ikke, at oprettelsen af PBA e-handel vil have betydning for eksisterende udbud. Dog planlægger KEA, at linjen e-commerce under PBA digital konceptudvikling ikke skal udbydes, hvis KEA får PBA e-handel. Dermed forventer vi at reducere PBA digital konceptudvikling med ca. 30 studerende.

PRAKTIKPLADSER

PBA E-HANDEL

KEA har allerede et stort netværk af relevante praktiksteder inden for digital markedsføring, og har ikke problemer med at finde egnede praktiksteder til de studerende fra multimediedesign AK, PBA økonomi og it og PBA digital konceptudvikling, hvor en stor del af praktikvirksomhederne allerede i dag udgøres af relevante e-handelsvirksomheder. Kigger man på arbejdspladspraktikker fra efteråret 2016 og foråret 2017 for PBA digital konceptudvikling, kan man se, at mere end hver tredje praktikvirksomhed (36%, antal 30) også vil være relevante for studerende på PBA e-handel, da praktikvirksomhederne beskæftiger sig med e-handel og/eller digital markedsføring. (Bilag 4).

KEA har desuden spurgt de 11 virksomheder om, hvor mange praktikanter de forventer, de kan modtage hvert år. I alt forventer de samlet at kunne tage ca. 40 studerende i praktik om året.

Så på nuværende tidspunkt har KEA allerede en lang række potentielle praktikpladser og flere forespørgsler fra virksomheder efter praktikanter, der gerne vil i e-handelspraktik. Og da de studerende fra PBA digital konceptudvikling, PBA økonomi og it samt multimediedesign AK ikke oplever problemer med at finde relevante praktikpladser, vurderer KEA, at praktikmulighederne for kommende studerende på PBA e-handel er særdeles gode.

Bilag 1 – Regional fordeling af virksomheder i FDIH

Fra: Niels Preysz [<mailto:npr@fdih.dk>]

Sendt: 19. juni 2017 13:48

Til: Katrine Thostrup Thomsen <katt@kea.dk>

Emne: SV: Hjælp til regionale medlemstal

Hej Katrine

Se tallene i antal nedenfor.

Tallene dækker alle vores medlemmer dvs. både e-handlere og leverandører (leverandører udgør ca. 30% af medlemsbasen)

Storkøbenhavn = postnummer 1000-2999 – 414 medlemmer = 50%

197 flere end 10

169 under 10

48 start up under 3

Region Hovedstaden = postnummer 1000 – 3799 – 442 medlemmer = 53%

206 flere end 10

184 under 10

52 start up under 3

Sjælland = postnummer 1000-4999 – 485 medlemmer = 58%

214 flere end 10

211 under 10

60 start up under 3

Antal medlemmer pr. 1/6: 832

Venlig hilsen

Niels Preysz

Projektchef

npr@fdih.dk | T: +45 7225 5607 | M: +45 4019 6762



MIT FDIH

Ekklusivt medlemsindhold og fordele venter dig

Få adgang **NU**

FDIH FORENINGEN FOR
DANSK
E-HANDEL



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

Tilmeld dig FDIH Update på www.fdih.dk og få nyt om e-handel direkte i din mailboks



Bilag 2 – Spørgeguide til interview

Interview – spørgeguide

Ny uddannelse PBA e-handel

Virksomhed:

Kontaktperson:

Antal medarbejdere:

Evt. omsætning:

Introtekst til inspiration:

Kære xx

Vi kontakter dig, fordi Københavns Erhvervsakademi er i gang med at søge en ny uddannelse (professionsbachelor i e-handel). Uddannelsen har fokus på digital forretningsforståelse, e-handelsteknologier, dataanalyse, customer experience, advanced digital marketing, creative content og Google Analytics.

I den forbindelse vil vi gerne undersøge, hvordan I oplever behovet for e-handelskompetencer, og hvordan I oplever udviklingen inden for området?

Vi håber, du har lyst til at besvare nogle spørgsmål omkring e-handel. Det vil tage ca. 10-15 min. Jeres svar vil ikke stå alene og vil indgå sammen med en række andres virksomheders besvarelser.

E-HANDELSKOMPETENCER

Hvor mange af virksomhedens medarbejderfunktioner er knyttet til e-handel (online markedsføring og digital handel) – ca. i %?

Hvad vurderer du, er de vigtigste e-handelskompetencer?

(Beskriv)

BEHOV

Virksomhedens behov for medarbejdere med e-handelskompetencer.

(Hvor stort er det? Vurderes det, at behovet er stigende?)



Bilag 2 – Spørgeguide til interview

Beskriv jeres forventede udvikling inden for digital handel for de næste 0-18 mdr.

(Beskriv)

Hvor mange medarbejdere forventer I at ansætte inden for de næste 0-18 mdr.

(Skriv antal)

Har I ansat medarbejdere med e-handelskompetencer inden for de seneste to år?

(Hvis ja – hvor mange?)

Har I oplevet udfordringer i forhold til at rekruttere e-handelskompetencer?

(Hvis ja – hvilke og hvad har de gjort?)

OPDATERING AF MEDARBEJDERNES E-HANDELSKOMPETENCER

Er der behov for opkvalificering af nuværendes medarbejders e-handelskompetencer i jeres virksomhed?
Og hvordan skal de evt. opkvalificeres?

(Hvis ja – Har virksomheden en plan, tænker de efteruddannelse, ny ansættelser – eller andet).

PRAKTIK

I forbindelse med uddannelsen skal de studerende i praktik i en e-handelsvirksomhed? Den studerende skal være i praktik i 12 uger og får SU.

Vil virksomheden have mulighed for at tage praktikanter, som læser på PBA e-handel?

(Hvis ja – hvor mange de forventer at kunne tage, fx 1 om året, 2 osv.?)

Tak fordi du gerne ville bidrage!

Bilag 3 – Interviewede virksomheder

Virksomhed	kontaktperson
Adapt A/S	CEO and co-owner of Adapt Group Kresten Finsen Wiingaard
Atea Danmark	Head of eCommerce Jannik Donsrud
Coop MAD	Loyalitetschef Thomas Lyst
Falck Danmark	Web Manager Malene Stenholt Hansen
Lemvigh-Müller	Adm. direktør Mads Vangkilde
Matas A/S	Head of ecommerce & Digital Marketing Michael Wassmann
MEC Denmark	CEO Thomas Nolsøe
Rosamunde Copenhagen	E-Commerce Manager Anders Berendt
Saxo.com	Owner and CEO Jørgen Balle Olesen
SPORTMASTER	CRM and Project Manager Pernille Lundsgaard Thomsen
TOP-TOY A/S	Chief Ecommerce Officer, EVP Jesper Wachenhouse

Bilag 4 – Praktikvirksomheder på PBA digital konceptudvikling

83 arbejdspladspraktikker på PBA digital konceptudvikling i efteråret 2016 og foråret 2017. De gule markeringer er e-handelsvirksomheder, og virksomheder der arbejder med digital markedsføring.

Arbejdspladspraktik	3daysofdesign	København K	2-5
Arbejdspladspraktik	Abena A/S	Taastrup	>100
Arbejdspladspraktik	Adnuvo° A/S	København Ø	26-50
Arbejdspladspraktik	Advice. Ledelses- & Kommunikationsrådgivning A/S	København V	1
Arbejdspladspraktik	Aiesec Denmark	København Ø	2-5
Arbejdspladspraktik	Aktieselskabet Kristeligt Dagblad	København K	>100
Arbejdspladspraktik	Algorithme	København SV	2-5
Arbejdspladspraktik	Alm. Brand Forsikring A/S	København Ø	>100
Arbejdspladspraktik	American Online	København K	26-50
Arbejdspladspraktik	Anima	København K	6-10
Arbejdspladspraktik	Ascensia Diabetes Care Denmark ApS	København S	6-10
Arbejdspladspraktik	Atea A/S	Ballerup	>100
Arbejdspladspraktik	Atea A/S	Ballerup	>100
Arbejdspladspraktik	ATP	Hillerød	>100
Arbejdspladspraktik	AW Media	Valby	6-10
Arbejdspladspraktik	Be On	Hellerup	11-25
Arbejdspladspraktik	Berlingske Media A/S	København K	>100
Arbejdspladspraktik	Bluealert.Dk ApS	Fuglebjerg	>100
Arbejdspladspraktik	CARCEL	Frederiksberg	2-5
Arbejdspladspraktik	Chr. Hansen A/S	Hørsholm	>100
Arbejdspladspraktik	CIFF	København S	1
Arbejdspladspraktik	Co+	København K	26-50
Arbejdspladspraktik	Co+	København K	26-50
Arbejdspladspraktik	Co+	København K	26-50
Arbejdspladspraktik	Coop Mad DK	Vallensbæk	>100
Arbejdspladspraktik	Dansk Live	København V	2-5
Arbejdspladspraktik	Dwarf A/S	Frederiksberg	26-50
Arbejdspladspraktik	Easy Correct ApS	København	11-25
Arbejdspladspraktik	Eyemagic ApS	Kastrup	2-5
Arbejdspladspraktik	Falcon.io ApS	København V	>100
Arbejdspladspraktik	Faraday Motion	København S	6-10
Arbejdspladspraktik	First Purple Publishing A/S	København V	6-10
Arbejdspladspraktik	Flicker Factory	København K	2-5
Arbejdspladspraktik	Flicker Factory	København K	2-5
Arbejdspladspraktik	Foodtours.eu	Valby	2-5
Arbejdspladspraktik	GoGift A/S	Valby	51-100
Arbejdspladspraktik	GroupM A/S	København K	>100
Arbejdspladspraktik	Huset-KBH	København K	11-25
Arbejdspladspraktik	InboundCPH	København Ø	11-25
Arbejdspladspraktik	Jip Jip	København S	2-5
Arbejdspladspraktik	Jip Jip	København SV	2-5

Bilag 4 – Praktikvirksomheder på PBA digital konceptudvikling

Arbejdspladspraktik	KINFOLK magazine (Oour Media)	København K	26-50
Arbejdspladspraktik	KINFOLK magazine (Oour Media)	København K	26-50
Arbejdspladspraktik	KINFOLK magazine (Oour Media)	København K	26-50
Arbejdspladspraktik	Konstrukt Copenhagen	København N	2-5
Arbejdspladspraktik	Maersk Line A/S	København K	>100
Arbejdspladspraktik	Mec Denmark A/S	København K	51-100
Arbejdspladspraktik	Mediacom Danmark A/S	København K	51-100
Arbejdspladspraktik	Melt Ivs	København V	2-5
Arbejdspladspraktik	Milestone Systems A/S	Brøndby	>100
Arbejdspladspraktik	Mindjumpers ApS	København Ø	11-25
Arbejdspladspraktik	Momondo A/S	København K	>100
Arbejdspladspraktik	Nordic IT Europe ApS	Kgs.Lyngby	6-10
Arbejdspladspraktik	Nordija A/S	Kgs. Lyngby	11-25
Arbejdspladspraktik	Nué Group A/S	København K	11-25
Arbejdspladspraktik	P/F Banknordik	København S	>100
Arbejdspladspraktik	Pandora A/S	København V	>100
Arbejdspladspraktik	Plant ApS	København S	11-25
Arbejdspladspraktik	Pointvoucher	København Ø	11-25
Arbejdspladspraktik	Roccamore ApS	København K	2-5
Arbejdspladspraktik	Røde Kors	København Ø	>100
Arbejdspladspraktik	Schilling A/S	Ishøj	51-100
Arbejdspladspraktik	Schneider Electric IT Denmark ApS	Kolding	>100
Arbejdspladspraktik	Soply, Filial Af Photopitch Ltd, England	København K	6-10
Arbejdspladspraktik	Spraino ApS	København N	2-5
Arbejdspladspraktik	Spraino ApS	København N	2-5
Arbejdspladspraktik	Standley Ivs	København N	2-5
Arbejdspladspraktik	SUNRISE REKLAMEBUREAU A/S	København N	51-100
Arbejdspladspraktik	Swipx Danmark ApS	København Ø	6-10
Arbejdspladspraktik	Teknologirådet	Hvidovre	11-25
Arbejdspladspraktik	Thinkhouse ApS	København K	6-10
Arbejdspladspraktik	Tivoli A/S	København V	>100
Arbejdspladspraktik	Tripsomething Ivs	København V	6-10
Arbejdspladspraktik	Umwelt A/S	København K	26-50
Arbejdspladspraktik	Uvu-Udlændinge Vejleder Udlændinge	København N	6-10
Arbejdspladspraktik	Verdens Skove, Kbh	København K	11-25
Arbejdspladspraktik	Vertic A/S	København N	26-50
Arbejdspladspraktik	VICE Denmark	København K	51-100
Arbejdspladspraktik	VICE Denmark	København K	51-100
Arbejdspladspraktik	Visitdenmark	København S	51-100
Arbejdspladspraktik	Vivino ApS	København S	1
Arbejdspladspraktik	W20 Aps	København K	6-10
Arbejdspladspraktik	Zircles ApS	København K	6-10

Københavns Erhvervsakademi (KEA)
E-mail: kea@kea.dk

Afslag på ansøgning om nyt udbud i e-handel

KEA fik d. 12. december 2017 en afgørelse om, at en godkendelse af nedenstående uddannelse afventede, at der blev afklaret en række forhold omkring udbud af uddannelsen. Denne afklaring er nu gennemført.

Uddannelses- og forskningsministeren har på baggrund af den gennemførte prækvalifikation af KEA's ansøgning om godkendelse af nyt udbud og efterfølgende afklaring truffet følgende afgørelse:

Afslag på udbud af professionsbacheloruddannelsen (overbygning) i e-handel

Afgørelsen er truffet i medfør af § 17 i bekendtgørelse nr. 852 af 3. juli 2015 om akkreditering af videregående uddannelsesinstitutioner og godkendelse af videregående uddannelser.

I forlængelse af "Afventer-brevet" til hhv. Cphbusiness og KEA d. 12. december 2017 har Styrelsen for Forskning og Uddannelsen behandlet sagen jf. RUVU's anbefaling og ministerens afgørelse, med henblik på at afklare hvilket erhvervsakademi der skal udbyde uddannelsen i København. Der er bl.a. afholdt møder med de to erhvervsakademier.

Det er fortsat ministeriets opfattelse, at det ikke vil være uddannelses- og samfundsøkonomisk hensigtsmæssigt, at der etableres to nye udbud af den samme uddannelse i København.

Ministeren har besluttet at tildele udbuddet af uddannelsen til Cphbusiness ud fra følgende begrundelser:

- Cphbusiness er det primære merkantile erhvervsakademi i København, og PB(O) i e-handel er placeret i det økonomisk-merkantile hovedområde, så uddannelsen falder mest naturligt i Cphbusiness' portefølje.
- Cphbusiness vurderes at have det største faglige miljø på området.
- Af de erhvervsakademiuddannelser, som giver adgang til PB(O) i e-handel, har Cphbusiness alle fem uddannelser (Markedsføringsøkonom, Handelsøkonom,

31. januar 2018

Styrelsen for Forskning og Uddannelse
Professions- og Erhvervsrettede
Videregående Uddannelser

Bredgade 40
1260 København K
Tel. 3544 6200
Fax 3544 6201
sfu@ufm.dk
www.ufm.dk

CVR-nr. 1991 8440

Sagsbehandler
Jørgen Prosper Sørensen
Tel. 72 31 90 01
jso@ufm.dk

Ref.-nr.
17/055090-26

Serviceøkonom, Logistikøkonom og Multimediedesigner), mens KEA har udbuddet af én af disse uddannelser (Multimediedesigner).

Med venlig hilsen



Jørgen Prosper Sørensen
Chefkonsulent

Styrelsen for Forskning og
Uddannelse

Københavns Erhvervsakademi (KEA)

E-mail: kea@kea.dk

Udkast til afgørelse på ansøgning om nyt udbud

Uddannelses- og forskningsministeren har på baggrund af gennemført prækvalifikation af KEA's ansøgning om godkendelse af nyt udbud truffet følgende afgørelse:

Afgørelse på nyt udbud af professionsbacheloruddannelsen (overbygning) i e-handel afventer

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

RUVU ser generelt positivt på at etablere en uddannelse inden for e-handel i København, men noterer sig, at der foreligger ansøgninger til uddannelsen fra to erhvervsakademier i København.

RUVU finder det ikke uddannelses- og samfundsøkonomisk hensigtsmæssigt, at der etableres to nye udbud af den samme uddannelse i København.

På den baggrund anbefaler RUVU, at Uddannelses- og forskningsministeriet afklarer, hvem der skal udbyde uddannelsen i København.

Styrelsen for Forskning og Uddannelse kontakter erhvervsakademiet med henblik på det videre forløb i sagen.

Med venlig hilsen



Jørgen Sørensen
Chefkonsulent

11. december 2017

Styrelsen for Forskning og Uddannelse

Professions- og Erhvervsrettede
Videregående Uddannelser

Bredgade 40
1260 København K
Tel. 3544 6200
Fax 3544 6201
sfu@ufm.dk
www.ufm.dk

CVR-nr. 1991 8440

Sagsbehandler
Jørgen Prosper Sørensen
Tel. 72 31 90 01
jso@ufm.dk

Ref.-nr.
17/055090-26

Nr. C1 - Nyt udbud – prækvalifikation (efterår 2017)		Status på ansøgningen: <i>afventer</i>	
Ansøger og udbudssted:	Københavns Erhvervsakademi, København		
Uddannelsestype:	Professionsbachelor (selvstændig 1 1/2 – årig overbygningsuddannelse)		
Uddannelsens navn (fagbetegnelse):	Professionsbachelor i e-handel		
Den uddannedes titler på hhv. da/eng:	-Professionsbachelor i e-handel -Bachelor of E-commerce Management		
Hovedområde:	Det økonomisk-merkantile område	Genansøgning (J/N):	N
Sprog:	Dansk	Antal ECTS:	90 ECTS
Link til ansøgning på http://pkf.ufm.dk:	http://pkf.ufm.dk/flows/3704d145882a4305254cb3e2d12b07a5		
Link - UddannelsesGuiden:	https://www.ug.dk/uddannelser/professionsbacheloruddannelser/overbygning_suddannelser/e-handel		
Om uddannelsen: indhold og erhvervsigte	Beskrivelse af den nye uddannelse, dens konstituerende elementer/struktur, erhvervsigte, adgangskrav, udbud og optag		
Beskrivelse af uddannelsen, herunder erhvervsigte	<p>Formålet med uddannelsen er at kvalificere den uddannede til selvstændigt at varetage strategisk drift og forretningsudvikling af organisationers og erhvervslivets e-handelsløsninger i et globalt perspektiv. Uddannelsen kvalificerer til at arbejde inden for digitale strategier, konverteringsstrategier, optimeringsstrategier med kundens oplevelse og kundeloyalitet som centralt omdrejningspunkt.</p> <p>Adgang til uddannelsen forudsætter en erhvervsakademiuddannelse som: Handelsøkonom, Serviceøkonom, Logistikøkonom, Markedsføringsøkonom eller Multimediedesigner</p>		
RUVU's vurdering på møde d. 15. november 2017:	<p>RUVU har noteret sig, at det er væsentligt, at der uddannes dimittender med fornødne kompetencer inden for e-handel. RUVU finder det endvidere dokumenteret, at der er behov for et udbud af uddannelsen i København.</p> <p>RUVU kan dog konstatere, at CPH Business ligeledes har ansøgt om et udbud af uddannelsen i København.</p> <p>RUVU finder det ikke uddannelses- og samfundsøkonomisk hensigtsmæssigt, at der etableres to nye udbud af den samme uddannelse i København.</p> <p>På den baggrund anbefaler RUVU, at ministeriet afklarer, hvem der skal udbyde uddannelsen i København.</p> <p>Endvidere anbefaler RUVU, at ministeriet fastsættes en maksimumramme for optaget på uddannelsen indtil der foreligger tilstrækkelig dokumentation for dimittendernes beskæftigelse. Der lægges endvidere vægt på, at der kan forventes ansøgninger om udbud af uddannelsen fra andre udbydere af de erhvervsakademiuddannelser, som den godkendte top-up bygger oven på.</p>		