

FORORD

Forskning og udvikling (FoU) som disciplin på Professionshøjskolen UCN Business har oplevet en nærmest eksplosiv udvikling i de sidste år.

Siden 2024 er der blevet etableret tre forskningsgrupper, som dækker vidt forskellige områder: HOST (Hospitality, Oplevelser, Sport og Turisme), Business Transformation (med fokus på salg og forretningsmodeller) og SCoRE (Sustainable Competitiveness in Research on Energy, Construction and Finance). Den seneste tilføjelse til forskning og udvikling på UCN Business er CoVE Sales Denmark, et nyt Sales Excellence Center med base på UCN i Aalborg.

Det, som karakteriserer FoU på UCN Business, er ikke kun en bred spændvidde på tværs af brancher og forretningsområder, men også et stærkt fokus på anvendelse af ny viden. Forskningsinitiativer på UCN Business kan tage udgangspunkt i lokale og regionale problemstillinger eller adressere internationale udfordringer, men de har det til fælles, at de er praksisnære og drevet af et ønske om at skabe værdi for vores mange samarbejdspartnere og aftagere i Nordjylland og resten af Danmark.

Det er netop her, professionshøjskolens forskningsopgave bliver tydelig. Vi forsker ikke kun om praksis, men i tæt dialog med praksis og med ambitionen om, at den viden, vi skaber, skal kunne gøre en forskel for de professioner, organisationer og virksomheder, som vores uddannelser er tæt forbundet med. Samtidig bringer forskningen ny viden tilbage i uddannelserne og er dermed med til at styrke de studerendes møde med et arbejdsmarked i konstant forandring.

Dette nummer af *UCN Perspektiv* afspejler diversiteten i vores forskningsarbejde på business-uddannelserne, da det samler en række artikler, der på forskellig vis undersøger aktuelle udviklinger og udfordringer inden for oplevelsesøkonomi, service, finans, hospitality og turisme. Samtidig afspejler nummeret nogle af de udviklingstendenser og ambitioner, der præger Danmark. Det gælder for eksempel en stadig mere omfattende digitalisering af samfundet, som påvirker vores kommunikation og relationer, bl.a. mellem banker og kunder. Det gælder et øget fokus på at tiltrække internationale events til landet, som for eksempel Tour de France, der sætter Danmark på verdenskortet. Det gælder satsningen på udviklingen af oplevelsesbranchen, bl.a. kultur og museer, og ikke mindst behovet for kvalificeret arbejdskraft i hospitality- og turismeerhvervet.

Artiklerne kredser derfor om, hvordan relationer, professionalisme, branding, oplevelsesdesign og uddannelsespraksis formes i mødet mellem mennesker, organisationer, medier, institutioner og samfundsmæssige forandringer. Fælles for dem er, at de tager fat i problemstillinger, som ikke kun er interessante i en forskningsmæssig sammenhæng, men også har betydning for de praksisser og professioner, som UCN Business uddanner til.

Nummeret åbner med en analyse af Tour de France 2022 i Danmark, hvor **Kenneth Cortsen** og **Morten Nørgaard** undersøger begivenheden som et sportsbrandingfænomen,

der spænder over flere medier. Artiklen viser, hvordan mening, identitet og brandværdi skabes i samspillet mellem aktører, medieplatforme og publikum, og hvordan kombinationen af sociale medier og traditionelle massemedier bidrager til en stærk national sportsfortælling.

I nummerets anden artikel undersøger **Anne-Mette Kristensen** museerne som rammedesignere med afsæt i en omfattende undersøgelse af oplevelsesdesign på 111 danske museer. Artiklen belyser, hvordan museerne i stigende grad udvikler sig fra primært at være indholdsproducenter til at skabe helhedsorienterede oplevelsesrammer, hvor café, bygninger, omgivelser og lokalsamfund indgår som aktive dele af museumsoplevelsen. Med begreber som samskabelse og det partipatoriske museum diskuteres balancen mellem gæstens frihed i oplevelsen og museets faglige ansvar for at sikre et højt fagligt udbytte.

Dernæst sætter **Karina Burgdorff Porsborg Jensen**, **Marlene Højmark Sørensen**, **Michael Wædeled Andersen** og **Sara Møller Nielsen** fokus på forventningsbrud i kunderelationen mellem banker og kunder. Med begrebet friktion undersøger artiklen de små, men betydningsfulde forstyrrelser, der kan opstå i mødet mellem digitale løsninger, rådgivning og kundernes forventninger. Artiklen bidrager med viden om, hvordan relationelle forskydninger kan opstå, før utilfredshed og kundefrafald bliver synligt.

FORORD

I den næste artikel retter **Anna Hammershøj** blikket mod hospitali-ty- og turismebranchen og under-søger, hvordan studerende og elever oplever anerkendelsen af deres professionalisme. Artiklen peger på et mismatch mellem branchens behov for kvalificeret arbejdskraft og den anerkendelse, formelle kvalifikationer gives i praksis. Dermed bidrager artiklen til en vigtig diskussion om rekruttering, fastholdelse og faglig stolthed i en branche under pres.

Nummeret afsluttes med en artikel af **Maria Larsen-Zarechnova** og **Katrine Gorm Davidsen**, hvor teori-praksis-samspillet på service- og oplevelsesøkonomuddannelsen undersøges. Artiklen viser, hvor-dan studerendes kompetence-artikulation og oplevelse af aftagerrelevans kan understøttes gennem didaktiske designgreb, der gør teori mere genkendelig, anven-delig og meningsfuld i mødet med erhvervet.

På tværs af emner-ne og artiklerne bliver forbindelsen mellem forskning, uddannelser og praksis således et gennemgående tema. Hvad enten det handler om sportsbranding, muse-umsoplevelser, kunderelatio-ner, professionalisme eller undervisning, tager forskningen afsæt i konkrete problemstillinger og udviklingstendenser, som vores

aftagere og samarbejdspartnere møder i deres hverdag. Det er i denne vekselvirkning mellem forskning og praksis, at vi ser en af de vigtigste styrker ved FoU på en professionshøjskole: at ny viden ikke skal ende på en hylde, men skal bringes i spil i professionerne, i virksomhederne og i uddannelser-ne. Vi håber, at denne udgave af UCN Perspektiv yderligere bidrager til dialog, diskussion og samarbejde mellem vores mange businessud-dannelser og de respektive erhvervsområder.

Tak til alle kolleger på UCN Business, som har bidraget til denne udgave, de faste redaktører, Jeanette Schade Leth og Christian Lund Nørgaard Straszek, og udga-vens gæsteredaktør, Charlotte Bruun, som var med til at sikre den høje faglige kvalitet i artiklerne.

God læselyst!

Anna Hammershøj
Lektor og Koordinator af Forsk-ningsgruppen HOST på UCN

