



Folketingets Uddannelsesudvalg
Christiansborg

Uddannelsespolitisk afdeling

Frederiksholms Kanal 21
1220 København K
Tlf. 3392 5000
Fax 3392 5547
E-mail uvm@uvm.dk
www.uvm.dk
CVR nr. 20-45-30-44

Svar på spørgsmål 321 (Alm. del):

26-04-2011

I brev af 1. april 2010 har udvalget efter ønske fra Nanna Westerby (SF) stillet mig følgende spørgsmål:

Spørgsmål 321:

"Vil ministeren redegøre for det samlede udgiftsniveau til markedsføring, herunder reklamekampagner og lignende, for uddannelsesinstitutioner hørende under ministeriet? I forhold til svar af 9/6-08 på UDU, alm. del, spørgsmål 234, 2007-08, 2. saml, ønskes også svar på spørgsmålet fra de nye statslige institutionsområder (almene gymnasier, VUC og SOSU-skoler)."

Svar:

Ifølge de senest tilgængelige oplysninger fordeler udgifterne til markedsføring sig således inden for de enkelte institutionsområder:

Markedsføringsudgifter på institutionsområder, andel af samlet omsætning og pr. institution.¹

	Markedsføringsudgifter i alt Mio. kr.	Omsætning i alt Mio. kr.	Markedsføringsudgifter som andel af omsætning Pct.	Udgift pr. institution 1000 kr.
<i>Frie grundskoler</i>	19,7	5.707,6	0,3	42
<i>Frie kostskoler:</i>				
Efterskoler	23,1	3.650,8	0,6	98
Folkehøjskoler	27,1	1.154,4	2,3	366
Hus- og håndarbejdsskoler	3,8	184,8	2,0	238
<i>Frie kostskoler i alt</i>	54,0	4990,0	1,1	166

¹Oplysningerne i tabellen er baseret på 2009-regnskabstal.

<i>Produktionsskoler</i>	3,8	1.148,3	0,2	49
<i>Institutioner for erhvervsrettede uddannelser:</i>				
Handelsskoler	43,8	3.399,3	1,2	1.510
Tekniske skoler	76,5	5.225,4	1,4	3.332
Kombinationsskoler	32,4	3.185,0	1,0	2.160
AMU-centre	22,8	546,3	4,1	3.800
Landbrugsskoler	1,7	258,0	0,7	189
SOSU-skoler	11,4	1007,6	1,1	633
<i>Institutioner for erhvervsrettede uddannelser i alt</i>	188,6	13.621,6	1,4	1.886
<i>Institutioner med gymnasiale uddannelser:</i>				
Almene gymnasier	19,3	6.169,0	0,3	156
Private gymnasier	9,5	1.013,0	0,9	500
<i>Institutioner med gymnasiale uddannelser i alt</i>	28,8	7182,0	0,4	201
<i>Voksenuddannelsesinstitutioner VUC</i>	22,6	1.945,3	1,2	904
<i>Institutioner med videregående uddannelser:</i>				
Erhvervsakademier	13,4	467,2	2,9	1.489
Øvrige institutioner	14,9	518,3	2,9	298
Professionshøjskoler	82,6	4364,0	1,9	11.800
<i>Institutioner med videregående uddannelser i alt</i>	110,9	5349,5	2,1	5.281
I alt alle institutioner	428,4	39.944,3	1,0	370

De samlede udgifter til markedsføring udgjorde 428,4 mio. kr. i 2009 svarende til 1 % af den samlede omsætning. Udgifterne til markedsføring for institutioner, der udbyder erhvervsrettede uddannelser (eksklusiv SOSU-skoler, der hørte under amterne i 2006, hvorfor der ikke er sammenlignelige data for denne skoletype), og professionshøjskoler er i 2009 faldet med ca. 80 mio. kr. fra 340 mio. kr. til 260 mio. kr. sammenlignet med 2006.

Den enkelte uddannelsesinstitution disponerer frit over sine midler inden for institutionens formål, og markedsføring i et rimeligt omfang, herunder reklamekampagner, vurderes at være inden for institutionens formål.

Markedsføring benyttes på forskellig vis til at synliggøre institutionen og tiltrække flere elever. Til en vis grad er de enkelte institutioner også i indbyrdes konkurrence, og her benyttes markedsføring til at profilere bestemte uddannelser eller bestemte toninger af uddannelsesforløb.

Markedsføring spænder vidt og omfatter eksempelvis åbent hus arrangementer, avisannoncer og brochurer.

Generelt gælder det, at institutioner, der udbyder enkeltfag i konkurrence med andre institutioner, har større markedsføringsudgifter, mens institutioner der har et stabilt optag af fuldtidselever anvender færre midler til markedsføring. AMU-centrene er således den institutionstype under erhvervsuddannelser, der anvender den største relative andel i forhold til omsætningen til markedsføringsudgifter. De frie grundskoler anvender færrest midler til markedsføring.

Ministeriet indsamler generelt ikke oplysninger om de enkelte markedsføringsinitiativers specifikke formål og indhold på den enkelte uddannelsesinstitution. Markedsføringsudgifterne fremgår af institutionernes årsrapporter.

Med venlig hilsen

Troels Lund Poulsen