



AARHUS UNIVERSITET

Uddannelses- og Forskningsministeriet  
Styrelsen for Institutioner og Uddannelsesstøtte  
Haraldsgade 53  
2100 København Ø  
Att. Nicolai Ebsen

### Vedrørende indkaldelse af markedsføringsudgifter

Aarhus Universitet fremsender hermed svar på ministeriets indkaldelse af oplysninger om markedsføringsudgifter på Aarhus Universitet.

Aarhus Universitet har følgende bemærkninger til den vedlagte opgørelse:

#### *Opgørelsernes præcision*

Mange af indberetningerne fra universitetets fakulteter er baseret på skøn, da registreringspraksis i Navision ikke er indrettet på denne type indberetning.

For udgifter til international rekruttering sker der ikke i alle tilfælde en registrering af, hvorvidt aktiviteten har været rettet mod EU/EØS-studerende eller tredjelandsstuderende.

#### *Synliggørelse af ordinære uddannelser*

En væsentlig del af rekrutteringsaktiviteter rettet mod kommende studerende (ordinær uddannelse) udspringer af regeringens og samfundets ønske om dels at tiltrække flere studerende til de såkaldte STEM-uddannelser, dels at tiltrække flere kvinder ligeledes til STEM-uddannelser. Dertil kommer, at Aarhus Universitet har et særligt fokus på at tiltrække flere studerende til digitaliseringsuddannelser. En stadig større andel af budgettet til markedsføring er knyttet til disse aktiviteter.

Aarhus Universitet har igennem en årrække arbejdet med en profilændring møntet på at tiltrække flere studerende til STEM-uddannelser og uddannelser, der afstedkommer beskæftigelse i den private sektor. Sidstnævnte indbefatter en styrket rekruttering til business-uddannelserne på Aarhus Universitet.

Det er universitetets erfaring, at den ønskede adfærdsændring blandt ansøgerne til videregående uddannelser ikke opnås uden opmærksomhedsskabende aktiviteter for de uddannelser, man ønsker at tiltrække flere studerende til. Aarhus Universitet har gode erfaringer med denne type rekrutteringsaktiviteter og har de senere år formået at flytte mange ansøgere til bl.a. STEM-uddannelser, jf. optaget i 2020.

**Arnold Boon**  
Universitetsdirektør

Dato: 20. oktober 2020

E-mail: boon@au.dk

Afs. CVR-nr.: 31119103

Side 1/3





Aarhus Universitet har en særlig forpligtelse til at nå ud til studerende i hele Jylland. Aarhus Universitet optager studerende fra et stort geografiske område, herunder områder, hvor uddannelsesfrekvensen er særlig lav. Erfaringsmæssigt opnås denne indsats ikke uden opmærksomhedsskabende aktiviteter rettet mod målgruppen. Aarhus Universitet har bl.a. iværksat indsatser mod dygtige studerende fra ikke-boglige hjem, der bor uden for de store byer i Jylland syd for Limfjorden.

På det internationale område har Aarhus Universitet fokus på tiltrækning af studerende til STEM- og digitaliseringsuddannelserne for at imødekomme efterspørgslen på det danske arbejdsmarked. Det mål understøttes af øget synlighed i udvalgte lande og tilstedeværelse på internationale uddannelsesmesser og sociale medier. Aarhus Universitet har særlig fokus på at tiltrække og fastholde ikke-EU/EØS-studerende til STEM-uddannelser, for dermed at imødegå problemer i forholdet til SU-udgifter knyttet til vandrede arbejdstagere.

#### *Vejledning om studievalg (åbent hus, messer mv.)*

Aarhus Universitet har i alt ca. 200 uddannelser, fordelt på bachelor- og kandidatuddannelser. Der er studievejledning tilknyttet alle uddannelser.

I det pågående arbejde med nyt optagelsessystem er der konsensus om, at selve valgprocessen er vigtig og er forudsætningen for et godt match. Det har løbende været drøftet, hvordan den vejledning kan styrkes i de kommende år.

Erfaringen på Aarhus Universitet viser, at det kræver en solid vejledningsindsats at understøtte de unge i at træffe kvalificerede studievalg, som udfolder deres potentiale og sikrer, at de lander på den rette plads i det videregående uddannelsessystem. Det er vigtigt, at de studerende får generel vejledning (særligt Studievalg), men også at de har mulighed for at møde vejledere og studerende tæt på den enkelte uddannelse. Det sker bl.a. via forskellige brobygningsaktiviteter som Studiepraktik og åbent hus.

Aarhus Universitets synlighed af vejledningsområdet er møntet på at understøtte denne vejledningsindsats – orientere om arrangementer og andre muligheder for at besøge universitetet, få øget kendskab til uddannelserne og i det hele taget orientere sig inden uddannelsesvalget. Synligheden rækker ud til mange modtagere fordelt over hele Jylland og på mange kanaler.

#### *Markedsføring af reguleret efter- og videreuddannelse (deltidsuddannelse/åben uddannelse)*

Efter- og videreuddannelsesstilbuddene på Aarhus Universitet retter sig mod kompetenceudviklingsbehov hos ledere og medarbejdere i private og offentlige virksomheder og organisationer.



Det er Aarhus Universitets vurdering af synliggørelse af de enkelte kurser og uddannelser er afgørende for, at målgrupperne kan finde frem til relevante tilbud. En række undersøgelser viser, at der er et stort behov for viden om kompetencegivende uddannelser i erhvervslivet, blandt andet rapporten 'Barrierer for brug af videregående VEU', udarbejdet af Oxford Research på opdrag fra Styrelsen for Forskning og Uddannelse, januar 2020. Udbud af efter- og videreuddannelse på universitetet finansieres af deltagerbetaling og taksametertilskud. Deltagerprisen er baseret på et beregningsgrundlag, der omfatter universitetets udgifter til udvikling, planlægning og gennemførelse af undervisning og eksamen samt synliggørelse af uddannelses tilbuddene. Markedsføring af efter- og videreuddannelse finansieres således primært af indtægter fra deltagerbetalingen.

*Markedsføring af indtægtsdækket virksomhed*

Se ovenstående.

*Øvrige omkostninger til markedsføring*

De anførte omkostninger til øvrig markedsføring går primært til markedsføring af konkrete arrangementer afholdt på universitetsniveau, f.eks. Forskningen Døgn.

*Omkostninger til intern kommunikation og udarbejdelse af stillingsopslag*

Jf. henvendelse fra Danske Universiteter af 15. oktober besvares denne del ikke.

Med venlig hilsen

Arnold Boon  
Universitetsdirektør