



§ 17

Principerna för skolornas marknadsföring i Stockholm

Svar på skrivelse från Jan Valeskog (S).

Beslut

Utbildningsnämnden godkänner förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på skrivelsen.
--

Ärendet

Förvaltningen redovisade ärendets i ett tjänsteutlåtande från den 10 september 2013, dnr. 13-005/3100.

Jan Valeskog (S) har till utbildningsnämnden överlämnat en skrivelse om principerna för skolornas marknadsföring i Stockholm och vill veta vilka principer staden använder inom området samt vilka undantag som kan medges.

Utbildningsförvaltningen följer stadens kommunikationsprogram och medel för marknadsföring finns på kommunikationsfunktionen (grundskola) samt gymnasieavdelningen (gymnasieskola). De kommunala gymnasieskolorna kan utöver de centrala medlen avsätta medel till ytterligare marknadsföringsinsatser och själva bestämma vilka strategier som ska användas.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts inom gymnasieavdelningen i samarbete med grundskoleavdelningen och kommunikationsfunktionen.

Förvaltningens förslag

Förvaltningen föreslår att utbildningsnämnden beslutar följande:

Utbildningsnämnden godkänner förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på skrivelsen.

Beslutsgång

Ordföranden yrkade bifall till förvaltningens förslag och förklarade sig finna att nämnden beslutat i enlighet med detta.

Särskilt uttalande

Jan Valeskog m.fl. (S) anmälde ett särskilt uttalande enligt nedan:

Grundskolorna har enligt redovisningen inga särskilda medel avsatta för marknadsföring och samtliga Gymnasieskolor endast en budget på 1,5 mkr, det är inte särskilt imponerande marknadsföringsresurser.



UTBILDNINGSNÄMNDEN

SAMMANTRÄDESPROTOKOLL

26 SEPTEMBER 2013

BLAD 32

Även om gymnasie-skolorna har en formell rätt att satsa egna resurser för detta så vore det rimligt att åtminstone när nya verksamheter startas, eller när vissa skolor har haft tillfälliga rekryteringsproblem, att insatser vidtas för att åstadkomma bättre rekryteringsresultat. Då vi har en "skolmarknad" i Stockholm så borde utbildningsförvaltningen mer aktivt också marknadsföringsmässigt bistå de skolor som uppenbarligen behöver ett sådant stöd.