

Handläggare
Åsa Eckhardt
Telefon: 08-508 33 921

Till
Utbildningsnämnden
2013-09-26

Principerna för skolornas marknadsföring i Stockholm

Svar på skrivelse från Jan Valeskog (S).

Förvaltningens förslag till beslut

Utbildningsnämnden godkänner förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på skrivelsen.

Anders Carstorp
Utbildningsdirektör

Jan Holmquist
Gymnasiedirektör

Sammanfattning

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.

Bakgrund/Ärendet

Jan Valeskog (S) skriver att många skolor behöver nya elever eller att nyetablerade skolor behöver göra sig mer kända och vill att förvaltningen svarar på vilka möjligheter skolorna har att marknadsföra sig för att nå ut.

Utbildningsförvaltningen följer stadens kommunikationsprogram och medel finns på kommunikationsfunktionen (grundskola) samt gymnasieavdelningen (gymnasieskola). Dessutom sker särskilt riktade marknadsföringsinsatser för gymnasieskolan med gymnasiemässa och öppna hus. Gymnasiemässan finansieras till stor del av centrala medel, utöver detta kan gymnasieskolorna besluta om ytterligare marknadsföringsinsatser inom sin budgetram.

Förvaltningens synpunkter

Grundskolan

Inom ramen för kommunikationsfunktionens budget finns medel för marknadsföringsinsatser inom grundskolan, till exempel varumärket Stockholms stads kommunala grundskolor. Inga extra pengar är avsatta för grundskolan, utan Kommunikationsprogrammet följs via kommunikationsfunktionens arbete.

Gymnasieskolan

En central budget för kommunikationsinsatser för de kommunala gymnasieskolorna finns och ingår i gymnasieavdelningens budget (1,5 mnkr för 2013).

En marknadsföringsgrupp bestående av utvalda gymnasiechefer rapporterar till gymnasiedirektören om planerade gemensamma insatser, exempelvis gymnasiemässan. Strategiskt och operativt stöd finns att tillgå dels via gymnasieavdelningen och ledningsstaben/kommunikationsfunktionen, dels via den av förvaltningen upphandlade kommunikationsbyrå Brand Emotional Response Group.

Varje kommunal gymnasieskola kan själva besluta att avsätta pengar till ytterligare marknadsföringsinsatser och skolan bestämmer själv vilka strategier man vill använda. Skolorna gör på olika sätt, vissa satsar på gemensam annonsering medan andra satsar extra på sina "Öppna hus".

Krav från förvaltningen är att man ska följa stadens kommunikationsprogram (stadens vision), följa den grafiska profilen samt använda av staden upphandlade leverantörer.

Förvaltningens förslag

Utbildningsförvaltningen föreslår att utbildningsnämnden godkänner förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på skrivelsen.

Bilagor

Skrivelse om principerna för skolornas marknadsföring dnr 13-005/3100.