

Motion till riksdagen 2008/09:Ub357

av Ameer Sachet (s)

Marknadsföring av gymnasieutbildning

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om marknadsföring av gymnasieutbildning.

Motivering

Skolan är en av landets viktigaste resurser.

Skolorna ska ge alla barn och unga trygghet med flexibel arbetsmiljö så att eleverna känner sig mogna för att omsätta sina drömmar och nyfikenhet till en praktisk och teoretisk handling. Lyckas skolvärlden med det, då kommer många att uppnå de uppsatta målen.

Varje år väljer ungefär 125 000 elever vilket program och vilken gymnasieskola de vill studera vid. Utbudet bland utbildningar har ökat drastiskt de senaste åren.

Idag finns ett väldigt stort utbud av olika gymnasieutbildningar. Detta medför att elever i gymnasieåldern möter ett överflöd av information om olika gymnasieutbildningar och skolor.

Enligt marknadsföringslagen ska all marknadsföring utformas enligt god marknadsföringssed. En viktig grundregel är att reklam måste kunna identifieras som sådan. Detta är särskilt viktigt när man vänder sig till barn och unga.

En annan grundprincip är att reklam ska vara vederhäftig och sann. Enligt Internationella Handelskammarens (ICC) grundregel för reklam ska marknadsföring bl.a. utformas med socialt ansvar och ta särskild hänsyn till barn och unga.

Det är grundläggande att huvudbudskapet från skolhuvudmännen till eleverna handlar om studiernas upplägg, genomförande och resultat.

Erbjudanden till eleverna om t.ex. resor, undervisningsfria onsdagar, gratis hockeybiljetter, IT-utrustning och liknande bör ha ett samband med studiernas

Fel! Okänt namn på

upplägg. T.ex. bör erbjudande om körkortsundervisning vara kopplat till utbildningsinriktning som en naturlig del av en kompetensprofil.

Det har skett en marknadsanpassning av skolan på senare år. Både de privata och kommunala gymnasieskolorna runt om i landet satsar tillsammans ca 1 miljard kronor om året på reklam och marknadsföring för att locka den enskilde eleven till just den egna skolan. Den summan motsvarar ca 2 000 lärartjänster på heltid.

Regeringen bör överväga att se över reglerna för mer restriktiv hållning när det gäller marknadsföring av gymnasieutbildningar.

Regeringen bör överväga att utreda att informationsmaterial som lämnas till eleverna måste vara korrekt och sakligt.

Stockholm den 2 oktober 2008

Ameer Sachet (s)