

Svar på interpellation från Nataliya Hulusjö (KD) och Samuel Klippfalk (KD) om reklamutskick för kommunala skolor

Tack, Nataliya Hulusjö och Samuel Klippfalk, för interpellationen.

Solna stad arbetar aktivt med att informera och kommunicera kring våra kommunala skolor. Vi ser de som en självklarhet att också de kommunala skolorna har möjlighet att nå ut till vårdnadshavare. Målet med dessa insatser är att säkerställa att alla vårdnadshavare har god information om vad Solnas skolor erbjuder, så att de kan göra ett välgrundat val för sina barn.

Att sprida information om stadens skolor är särskilt viktigt i en kommun som Solna, där vi har en blandning av kommunala och fristående huvudmän. Genom att belysa kvaliteten och utvecklingen i de kommunala skolorna stärker vi valfriheten för föräldrar och säkerställer att de får en rättvisande bild av skolutbudet.

Svar på frågor ställda i interpellationen:

- **Vad är den sammanlagda kostnaden för Facebook-annonseringskampanjerna som genomfördes oktober-november 2024 inför årets öppnande av Bergshamraskolans högstadium?**

Kostnaden för Facebook-annonseringen under oktober och november 2024 var cirka 2 100 kronor.

- **Vad är kostnaden för annonserna i Mitt i Solna?**

Kostnaden för annonserna i Mitt i Solna uppgick till 17 500 kronor.

- **Vad är kostnaden för hushållsutskicken?**

Hushållsutskicken, inklusive tryck och distribution, ingår i den totala satsningen på skolkommunikation och kostnaden uppgår till cirka 180 000 kronor, där även framtagandet av Skolguiden och övriga informationsinsatser ingår.

- **Hur stor andel av dem som har fått utskick har sedan valt en kommunal skola i Solna?**

Under det senaste skolvalet valde 66 % av vårdnadshavarna en kommunal skola i Solna i ett av sina tre val till förskoleklass. Det ger en indikation på intresset, men skolvalet är en process som fortsätter även efter antagningsbeskedet.

Många gör omval inför skolstarten, och det är även möjligt att byta skola efter terminsstart. Därför stabiliseras antalet elever oftast först i slutet av september eller början av oktober. För att få en mer komplett bild av effekten av informationsinsatserna behöver man följa upp skolplaceringarna även efter skolstart.

- **Har dessa kostnader belastat de kommunala skolornas skolpeng eller den kommunala kommunikationsbudgeten?**

Samtliga kostnader för informationen har finansierats genom stadens centrala kommunikationsbudget.

- **Bedöms hanteringen falla inom ramen för den kommunala likabehandlingsprincipen?**

Ja, stadens informationsinsatser faller inom ramen för den kommunala likabehandlingsprincipen. Kommunen har rätt att informera om sina egna skolor och deras kvalitet, så länge det sker på ett sakligt och neutralt sätt. Eftersom informationen är avsedd att ge vårdnadshavare en bättre överblick över skolutbudet är insatsen förenlig med kommunallagens krav.

Solna stad kommer även fortsättningsvis att arbeta för att våra kommunala skolor når ut till vårdnadshavare och elever, så att de har goda förutsättningar att göra välgrundade val om skolgången.

Sara Kukka Salam (S)
Kommunstyrelsens ordförande



Solna den 17 februari 2025
Interpellation till kommunstyrelsens ordförande Sara Kukka-Salam
Kommunfullmäktiges sammanträde

Interpellation till kommunstyrelsens ordförande Sara Kukka-Salam (S) om reklam för kommunala skolor

Kristdemokraterna har tidigare frågat om värdet på stadens reklamkampanj för de kommunala skolorna, som genomförts på stortavlor runt om i Solna, utan att ha fått ett konkret svar med en specificerad summa.

Skolnämnden har informerats om skolkommunikationen under HT 2024, som visade att staden genomförde en Facebookannonseringskampanj för öppnandet av Bergshamraskolans högstadium under oktober och november 2024, med en räckvidd på ca. 1200 – 3600 konton dagligen.

Under hösten genomförde staden även flera riktade hushållsutskick som marknadsför Solnas kommunala skolor i en kampanj riktad till föräldrar. Utskicket skickades till utvalda brevlådor i Solna, Danderyd och Sundbyberg.

Därutöver har annonser i lokaltidningen Mitt i Solna köpts, och en tidning kallad ”Skolguiden” skickats med direktutskick till alla Solna-vårdnadshavare med barn i skolåldern under november.

Är det lämpligt att Solna stad exklusivt marknadsför sina egna skolor på detta sätt, särskilt med tanke på att fristående skolor troligen inte har samma ekonomiska resurser att genomföra liknande kampanjer? I den mån fristående skolor marknadsför sina verksamheter bekostas den av den kommunala skolpengen. Det är därför rimligt att marknadsföringen av de kommunala skolorna på samma sätt belastar de kommunala skolornas skolpeng. Avslutningsvis är det intressant att veta om genomförda kampanjer verkligen har önskad effekt: Motiverar de verkligen föräldrar i grannkommuner att välja Solnaskolor för sina barn?



Solna den 17 februari 2025
Interpellation till kommunstyrelsens ordförande Sara Kukka-Salam
Kommunfullmäktiges sammanträde

Med anledning av ovanstående ställer vi följande frågor till kommunstyrelsens ordförande:

1. Vad är den sammanlagda kostnaden för Facebook-annonseringskampanjerna som genomfördes oktober-november 2024 inför årets öppnande av Bergshamraskolans högstadium?
2. Vad är kostnaden för annonserna i Mitt i Solna?
3. Vad är kostnaden för hushållsutskicken?
4. Hur stor andel av dem som har fått utskick har sedan valt en kommunal skola i Solna?
5. Har dessa kostnader belastat de kommunala skolornas skolpeng eller den kommunala kommunikationsbudgeten?
6. Bedöms hanteringen falla inom ramen för den kommunala likabehandlingsprincipen?

Nataliya Hulusjö
Kristdemokraterna

Samuel Klippfalk
Kristdemokraterna



Kommunfullmäktige

§ 59

Svar på interpellation av Nataliya Hulusjö (KD) och Samuel Klippfalk (KD) till kommunstyrelsens ordförande om reklamutskick för kommunala skolor (KS/2025:61)

Beslut

Kommunfullmäktige beslutar att bordlägga interpellationen.