

## Markedsføring på institutioner, der udbyder gymnasial uddannelse

### GL mener:

- Markedsføring i form af reklamer og lignende for uddannelsesinstitutioner skal begrænses. Der skal ikke konkurreres om eleverne, men vejledes og oplyses – oplysning kræver dog også ressourcer. Der er desuden behov for et opgør med selvejet (herunder bl.a. elevfordeling og finansiering). MEN ved at fjerne ressourcer fra skolerne vil det ikke bare være reklamer, som minimeres. De fleste institutioner vil være nødt til at tage hele eller en væsentlig del af besparelsen på undervisningen – til skade for eleverne og deres lærere. GL køber ikke argumentet om, at det bare vil være busreklamer, der stoppes. Det er ren hokus-pokus. Reelt vil det være undervisningen, som igen står for.
- Gymnasierne har været udsat for massive nedskæringer fra 2016, og der er brug for at geninvestere – ikke gennemføre en ny taxameternedsættelse. Der er for lidt tid til at målrette undervisningen til den enkelte elev. Der er ikke plads til at nå den enkelte elevs behov, til at se den enkelte klasses behov for at kunne flytte sig fagligt og til dannelsen. Den enkelte lærer har altså vanskeligt ved at nå at se den enkelte elev og danne relationer til den enkelte, fordi nedskæringerne har betydet at man som underviser står med op til 200 elever. Det påvirker de unges trivsel og flere falder fra uddannelsen. 52% af lærerne sagde i en undersøgelse i 2019, at de slet ikke eller i mindre grad har mulighed for at se eleverne, og 78% af lærerne at de slet ikke eller i mindre grad havde mulighed for at give sårbare elever den opmærksomhed, de har behov for.
- Gymnasierne er allerede blevet skåret på taxameteret i 2019 til markedsføring – man kan ikke hjemtage den samme besparelse to gang.
- En beskæring af taxametrene uden samtidig at lovgive om anvendelsen vil være en ren nedskæring på linje med toprocent-nedskæringen – og den vil ramme skævt.
- Institutioner, der anvender en større andel af omkostningerne på markedsføring, er for de almene gymnasiers vedkomne bl.a. udkantsskoler og skoler med stor andel af elever med anden etnicitet end dansk – samt nærtliggende skoler i store byer.
- Der er behov for en undersøgelse af, hvilke indsatser skolerne konterer under 'regnskabsposten' markedsføring.

### Lidt baggrund

De gymnasiale uddannelser fik nedsat deres taxameter i 2019 for at finansiere en del af FGU-aftalen (2018). Nedsættelsen skulle ifølge politikerne findes ved at nedsætte omkostningerne til markedsføring. Aftalen gik på, at de almene gymnasier og hf-kurser skulle nedbringe omkostningsniveauet til 0,3 pct., imens erhvervsskoler og VUC skulle nedbringe til 0,9 pct. på grund af anderledes uddannelsesudbud (samlet blev der skåret 22 mio. kr. *Af den politiske aftale fremgår det, at "aftalekredsen vil følge udviklingen i institutionernes markedsføringsudgifter og tage stilling til hvorvidt det er nødvendigt med skærpede regler, såfremt institutionerne ikke nedbringer deres markedsføringsudgifter."*

Omkostningerne til markedsføring opgøres separat i institutionernes årsregnskab. Posten dækker hele institutionen og er dermed ikke fordelt ud på den enkelte uddannelse. Af ministeriets konteringsinstruks fremgår følgende definition af markedsføring: "En aktivitet, der har til formål at fremme kendskabet og tiltrække nye elever/kursister til institutionen." Derfor kan der være mange forskellige elementer konteret her –

herunder informationsaftner/åbent hus (og annoncering/information om at de afholdes), materialer til brobygningselever mv., dele af omkostninger til institutionens hjemmeside og egentlig reklamer for den enkelte institution. Det er uklart, hvor mange af omkostningerne der er ren 'reklame'.

Der er forskel på, hvor stor en andel den enkelte institution anvender til såkaldt markedsføring. Andelen ligger mellem 0 og godt 2 pct. af omkostningerne. Forskellen kan skyldes, at markedsføring prioriteres forskelligt, men det kan også skyldes forskellig konteringspraksis mellem skolerne.

Der er desunde to måder, hvorved andelen af markedsføringsomkostninger kan opgøres – ved at se på procent af samlede omsætning/indtægter eller ved at se på andelen af de samlede omkostninger. I sidstnævnte bliver procenten som regel højere, da man ikke medtager overskud (underskud) og finansielle omkostninger. Da ministeriet anvender den sidste metode, er den også anvendt her.

### Opgørelse fra ministeriet (Kilde: svar på spørgsmål til ministeren)

Ministeriets tal viser regnskabstal fra 2019 for erhvervsskoler (ikke kun udbydere af gymnasial uddannelse), almene gymnasier og VUC. Der blev i 2019 anvendt 153,9 mio. kr. Det svarer til et fald på 57,3 mio. kr (27 pct.) siden 2016. Ser man på markedsføringsomkostningernes andel af de samlede omkostninger, har den været faldende for alle institutionstyper siden 2017.

Markedsføring i mio. kr. (2020 niveau)	2016	2017	2018	2019
Almene gymnasier	38	38	33	27
Erhvervsskoler	139	119	112	101
VUC	34	37	31	27
<b>Markedsføring i pct. af omkostninger</b>				
Almene gymnasier	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%
Erhvervsskoler	1,0%	0,9%	0,9%	0,8%
VUC	1,1%	1,2%	1,1%	1,0%

Af [ministeriets svar](#) fremgår også en liste over den enkelte skoles anvendelse i absolutte tal. Her ses, at knap 75 pct. af de almene gymnasier har samme eller færre omkostninger til markedsføring fra 2018 til 2019. For VUC er tallet 63 pct., og for erhvervsskoler med gymnasialt udbud er det 64 pct. Altså har en stor del af skolerne ageret som politikerne ønskede ved at begrænse deres omkostninger til markedsføring.

### Regnskabstal for 2019

Undervisningsministeriet har netop her den 26. august 2020 offentliggjort skolernes regnskaber for 2019 på regnskabsportalen. Nedenfor ses mere detaljeret på omkostningerne til markedsføring samlet for institutionstyperne og for den enkelte skole. Når vi ser på erhvervsskolerne, medtages ikke AMU-centre, SOSU-skoler og landbrugsskoler – men kun de skoler der udbyder gymnasial uddannelse.

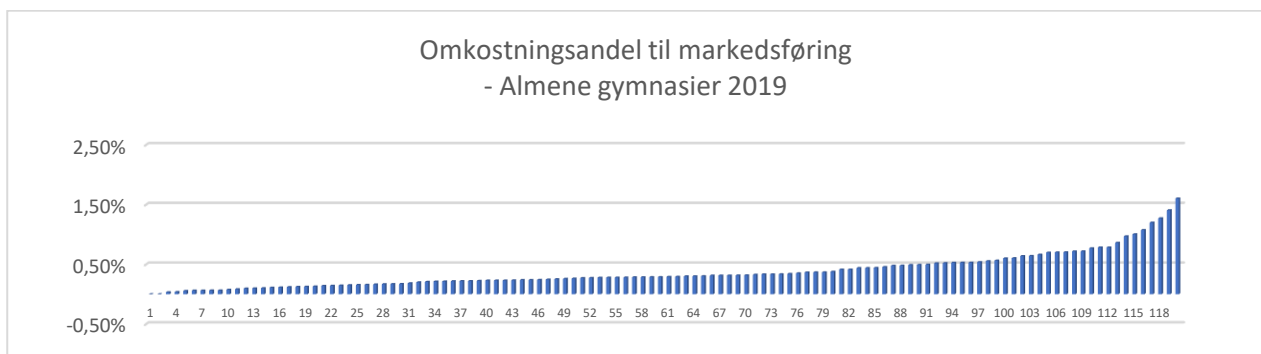
Når vi ser på de skoler – primært for de almene gymnasier – der anvender den største andel af omkostningerne til markedsføring – er der flere små skoler, skoler der modtager udkantstilskud og skoler med stor andel af indvandrere og efterkommere.

Markedsføring i mio. kr. Regnskab 2019 (2019-niveau)	Mio. kr.	Pct. af omkostninger
Almene gymnasier	26	0,35%
Erhvervsskoler der udbyder gymnasial uddannelse*	68	0,64%
VUC	26	1,04%

\*Amu-centre, landbrugsskoler og SOSU-skoler indgår ikke i opgørelsen.

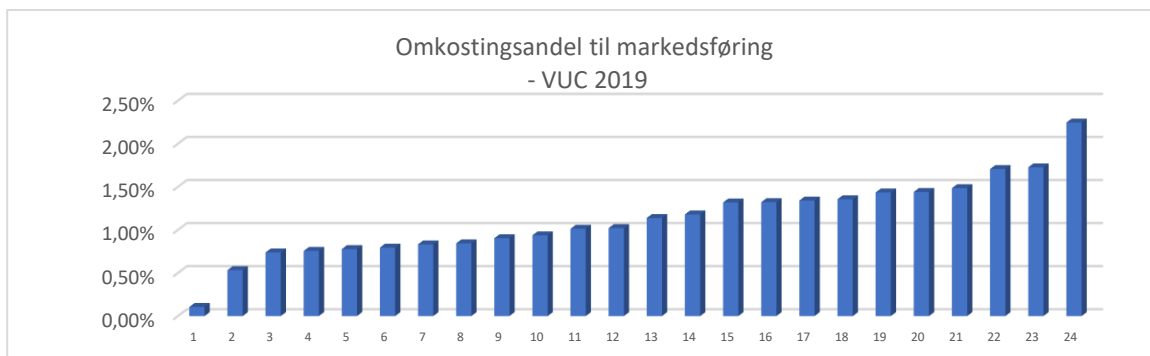
### Almene gymnasier (2019):

- Der er 120 almene gymnasier. De konterede 26 mio. kr. til markedsføring i 2019. Det svarer til 0,35 pct. af omkostningerne. Det er et fald i omkostningsandel på 16 pct. i forhold til året før.
- Spredning: De almene gymnasier brugte mellem 0 kr. og 1,2 mio. kr. på markedsføring. Markedsføringsomkostningernes andel af de samlede omkostninger varierede mellem 0 og 1,6 pct. – i 2018 var det op til 2 pct.
- De 14 almene gymnasier, der anvendte den største andel af omkostningerne til markedsføring, står for 10 pct. af omsætningen, men for 29 pct. af det samlede forbrug på markedsføring. De bruger altså sammen altså knap 3 gang mere end gennemsnittet. Hvis man ikke medtog de 14 gymnasier i beregningerne, ville den samlede anvendelse til markedsføring for de tilbageværende skoler være 0,28 pct.
- 65 af de almene gymnasier – altså over halvdelen – bruger under 0,3 pct. af omkostningerne på markedsføring. (Året før var det 42 skoler, der lå på dette niveau, så skolerne har sænket niveauet.)
- Af de 10 almene gymnasier, der anvender den største andel til markedsføring, er der 2 skoler med vige søgetal og stor andel af indvandrere og efterkommere, samt 4 skoler der modtager udkantstilskud. Herudover er der 3 konkurrerende gymnasier fra roskildeområdet og to fra Horsens (der nu har aftale om fusion). Samtidig er der to HF-centre der fortsat kan have en opgave i at informere om det nye HF og deres fagpakker mv.



### VUC (2019)

- Der er 24 voksenuddannelsescentre. De anvendte 26 mio. kr. til markedsføring i 2019. Det svarer til 1,04 pct. af omkostningerne. Det er et fald i andel af omkostninger i forhold til året før på 1,3 pct.
- Der er 11 centre, der har anvendt en mindre andel af omkostningerne på markedsføring i 2019, end de gjorde året før.
- Spredning: Voksenuddannelsescentre anvendte mellem 0,2 mio. og 3,5 mio. kr. på markedsføring. Markedsføring fyldte fra 0,1 pct. til 2,25 pct. af det samlede forbrug. I 2018 var den højeste andel på 2,0 pct. af omkostningerne.
- De tre centre, der anvender den største andel til markedsføring, står for knap 10 pct. af omsætningen og 17 pct. af markedsføringsomkostningerne. Det betyder, at de anvendte 1,7 gange mere end gennemsnittet.
- 9 ud af de 24 centre anvender 0,9 pct. eller færre af omkostningerne på markedsføring. Det svarer til 37 pct. I 2018 var det kun 6 centre.



### Erhvervsskoler der udbyder gymnasial uddannelse (2019)

- Der er 48 erhvervsskoler, der udbyder gymnasial uddannelse. De anvendte 69 mio. kr. til markedsføring i 2019. Det svarede til 0,64 pct. af omkostningerne, hvilket svarer til et andelsfald på 11 pct. ift. året før.
- Der er 29 af erhvervsskolerne, der bruger en mindre andel på markedsføring i 2019 end året før.
- Spredning: Erhvervsskolerne anvendte mellem 3.000 kr. og op til 4 mio. kr. til markedsføring i 2018. Andelen af de samlede omkostninger varierer fra 0,0 pct til 1,8 pct. I 2018 var det op til 2,1 pct.
- De 8 erhvervsskoler, der anvender den største andel på markedsføring, står for godt 10 pct. af omsætningen og for 23 pct. af markedsføringen blandt erhvervsskolerne. De anvender altså 2,3 gange mere end gennemsnittet.
- Ud af de 8 erhvervsskoler, der anvender den største andel, er der 3 skoler, der modtager udkantstilskud og 2 små skoler.
- Der er 35 erhvervsskoler, der anvender under 0,9 pct. af omkostningerne på markedsføring – det svarer til godt 7 ud af 10.



## Bilag 1. Lidt historik

- **Finansloven 2020:** Farvel til omprioriteringsbidraget, efter gymnasierne de seneste fire år var blevet udsat for omprioriteringsbidrag. Det betyder, at der i 2020 er knap 8 pct. mindre tilskud pr. elev end i 2015, svarende til, at der er taget 2,5 mia. kr. fra de gymnasiale elevers uddannelse i perioden – og at der i 2019 var 1 mia. kr. mindre til undervisningen af samme antal elever ift. 2015. Der blev igen taget de årlige besparelser hjem på indkøbsfase 13. Herudover betød en del af finansieringen af 'Aftale om bedre veje til uddannelse og job', at institutionerne blev skåret i deres bygningstaxameter, imens der kom lidt ekstra til udkant og socialt taxameter. De penge, der blev taget, blev midlertidigt tilbageført for 2020.
- **Finansloven 2019:** Omprioriteringsbidrag og indkøbsbesparelse 12. 'Aftale om bedre veje til uddannelse og job', betyder, at VUC og ungdomsuddannelserne skæres 22 mio. kr. på deres fællestaxameter, som politikerne antager, at de kan finde ved at nedsætte deres markedsføringsomkostninger.
- **Finanslov 2018:** Omprioriteringsbidrag og indkøbsfase. Endvidere øger man brugerbetaling på hf-enkeltfag. Flere penge til fredede bygninger på de almene gymnasier tages samlet fra sektoren.
- **Finansloven 2017:** Omprioriteringsbidrag kom oven i Aftalen om erhvervsrettede uddannelser fra 2. oktober 2015, som kostede de almene gymnasier 3,7% af tilskuddet i 2017. Der blev tilført ressourcer til hhx.
- **Finansloven 2016:** Det var her, vi første gang mødte omprioriteringsbidraget. Aftalen om erhvervsrettede uddannelser fra 2. oktober 2015 sætter taksten for fjernundervisning væsentligt ned.
- **Finansloven 2015:** Omstillingsreserven (senere kendt som omprioriteringsbidraget) blev ikke udrullet på trods af varsling. Sektoren finansierer selv socialt taxameter og styrkelse af udkantstaxameteret (omfordeling fra almene)
- Et kuriosum fra tidligere:  
**Finansloven i 2008** tog penge fra ungdomsuddannelserne til et fængselsforlig. Dermed kom vi nærmere amerikanske tilstande: I USA dimensionerer man fængsler efter, hvor mange elever der kan læse i fjerde klasse. Kunne man med fordel have lært eleverne at læse? Det ville have været gammeldags dansk logik, som vi sagde dengang. Vi kaldte det dummebøder.

## Bilag 2 - Institutionernes omkostningsandel til markedsføring 2018 og 2019

### Omkostningsandel til markedsføring - erhvervsskoler

Erhvervsskoler, der udbyder gymnasial uddannelse	2018	2019
Business College Syd	0,18%	0,17%
Campus Bornholm	0,72%	0,45%
Campus Vejle	0,93%	1,31%
CELF - Center for erhv.rettede udd. Lolland-Falst	0,73%	0,86%
College360	0,91%	0,56%
Erhvervsgymnasiet Grindsted	0,74%	0,46%
Erhvervsskolerne Aars	0,86%	0,91%
EUC Lillebælt	1,12%	1,49%
EUC Nord	0,58%	0,62%
EUC Nordvest	0,45%	0,40%
EUC Nordvestsjælland	1,00%	0,68%
EUC Sjælland	0,43%	0,23%
EUC Syd	0,38%	0,41%
Frederikshavn Handelsskole	1,08%	0,92%
Haderslev Handelsskole	1,12%	1,22%
Handelsgymnasiet Vestfyn	0,04%	0,02%
HANSENBERG	0,66%	0,33%
Herningsholm Erhvervsskole og Gymnasier	0,48%	0,39%
Hotel- og Restaurantskolen	0,63%	1,83%
IBC International Business College	0,52%	0,53%
Kold College	2,14%	1,45%
Køge Handelsskole	0,63%	0,64%
Learnmark Horsens	0,19%	0,10%
Mercantec	0,73%	0,69%
NEXT UDDANNELSE KØBENHAVN	0,55%	0,60%
Niels Brock (Copenhagen Business College)	1,02%	0,92%
Roskilde Handelsskole	1,55%	0,85%
Roskilde Tekniske Skole	0,52%	0,44%
Rybners	0,26%	0,28%
Skanderborg-Odder Center for uddannelse	0,32%	0,63%
Skive College	1,88%	1,84%
Svendborg Erhvervsskole & - Gymnasier	0,66%	0,29%
Syddansk Erhvervsskole Odense-Vejle	0,43%	0,32%
TEC, Technical Education Copenhagen	1,05%	0,64%
TECHCOLLEGE	1,01%	0,83%
TietgenSkolen	1,02%	1,00%
Tradium	1,47%	1,19%
Tønder Handelsskole	0,86%	0,91%
U/NORD	0,67%	0,66%
UCRS	0,12%	0,58%
Uddannelsescenter Holstebro	0,56%	0,57%
Varde Handelsskole og Handelsgymnasium	0,32%	0,29%
Vejen Business College	0,99%	1,25%
Viden Djurs	2,03%	0,82%

<b>Zealand Business College</b>	0,44%	0,42%
<b>Aalborg Handelsskole, Hovedafdeling</b>	0,69%	0,80%
<b>Aarhus Business College</b>	0,24%	0,28%
<b>AARHUS TECH</b>	0,65%	0,39%
<b>I alt</b>	0,72%	0,64%

## Omkostningsandel til markedsføring - VUC

	2018	2019
Frederiksberg VUC & STX	0,46%	1,71%
Herning HF og VUC	1,16%	1,18%
HF & VUC FYN	0,96%	1,02%
HF & VUC Klar	1,89%	0,84%
HF & VUC København Syd	1,41%	0,83%
HF & VUC NORD	0,81%	0,94%
HF & VUC Nordsjælland	2,01%	1,44%
Horsens HF & VUC	1,54%	1,32%
Kolding HF og VUC	1,51%	0,74%
KVUC	0,61%	0,53%
Nordvestsjælland HF & VUC	1,09%	1,14%
Randers HF & VUC	1,40%	0,90%
Skive-Viborg HF & VUC	0,83%	1,01%
TH. LANGS HF & VUC	1,25%	0,76%
Thy-Mors HF & VUC	1,72%	0,79%
Vestegnen HF & VUC	1,52%	1,73%
VUC Djursland	1,34%	1,36%
VUC Holstebro-Lemvig-Struer	0,62%	0,78%
VUC Lyngby	1,34%	2,25%
VUC Roskilde	1,23%	1,49%
VUC Storstrøm	0,97%	1,34%
VUC Syd	1,26%	1,44%
VUC Vest	1,35%	1,32%
Aarhus HF & VUC	0,13%	0,11%
<b>I alt</b>	<b>1,05%</b>	<b>1,04%</b>

## Omkostningsandel til markedsføring – almene gymnasier og hf-kurser

Omkostningsandel til markedsføring Almene gymnasier og hf	2018	2019
Allerød Gymnasium	0,48%	0,25%
Allsundgymnasiet Sønderborg	0,18%	0,18%
Aurehøj Gymnasium	0,12%	0,17%
Birkerød Gymnasium HF IB & Kostskole	0,56%	0,29%
Bjerringbro Gymnasium	0,90%	1,00%
Borupgaard Gymnasium	0,36%	0,44%
Brønderslev Gymnasium og HF	0,44%	0,72%
Christianshavns Gymnasium	0,09%	0,06%
Dronninglund Gymnasium	0,43%	0,44%
Egedal Gymnasium & HF	0,65%	0,11%
Egå Gymnasium	0,00%	0,00%
Esbjerg Gymnasium	0,21%	0,15%
Espergærde Gymnasium og HF	0,78%	0,60%
Falkonergårdens Gymnasium og HF-Kursus	0,03%	0,08%
Favrskov Gymnasium	0,20%	0,23%
Fjerritslev Gymnasium	0,79%	0,48%
Fredericia Gymnasium	0,10%	0,06%
Frederiksberg Gymnasium	0,32%	0,31%
Frederiksberg HF-Kursus	1,99%	0,55%
Frederiksborg Gymnasium og HF	0,80%	0,53%
Frederikshavn Gymnasium	0,24%	0,21%
Frederikssund Gymnasium	0,53%	0,23%
Frederiksværk Gymnasium og HF	0,15%	0,06%
Faaborg Gymnasium	0,69%	0,78%
Gammel Hellerup Gymnasium	0,18%	0,31%
Gefion Gymnasium	0,28%	0,23%
Gentofte HF	0,92%	0,86%
Gladsaxe Gymnasium	0,30%	0,33%
Grenaa Gymnasium	0,68%	0,52%
Greve Gymnasium	0,18%	0,23%
Gribskov Gymnasium	0,48%	0,54%
Grindsted Gymnasium & HF	0,37%	0,35%
Haderslev Katedralskole	0,49%	0,33%
Hasseris Gymnasium	0,62%	0,64%
Helsingør Gymnasium	0,38%	0,37%
Herlev Gymnasium og HF	0,36%	0,34%
Herning Gymnasium	0,41%	0,97%
HF-Centret Efterslægten	1,22%	1,27%
Himmelev Gymnasium	0,37%	0,70%
Hjørring Gymnasium/STX og HF	0,54%	0,49%
Holstebro Gymnasium og HF	0,44%	0,26%
Horsens Gymnasium	0,52%	1,41%
Horsens Statsskole - Gymnasium og HF	0,03%	0,77%
Hvidovre Gymnasium & HF	1,26%	1,20%
Høje-Taastrup Gymnasium	1,36%	1,60%
Høng Gymnasium og HF	0,24%	0,41%
Ikast-Brande Gymnasium	0,75%	0,28%
Omkostningsandel til markedsføring Almene gymnasier og hf	2018	2019



Kalundborg Gymnasium og HF	0,17%	0,16%
Kolding Gymnasium, HF-Kursus og IB	0,29%	0,13%
Københavns åbne Gymnasium	0,13%	0,09%
Køge Gymnasium	0,13%	0,14%
Lemvig Gymnasium	0,28%	0,22%
Mariagerfjord Gymnasium	0,45%	0,30%
Maribo Gymnasium	0,41%	0,31%
Marselisborg Gymnasium	0,06%	0,05%
Middelfart Gymnasium & HF	0,47%	0,44%
Midtfyns Gymnasium	0,65%	0,49%
Midtsjællands Gymnasium	0,54%	0,64%
Morsø Gymnasium	1,11%	0,28%
Mulernes Legatskole	0,69%	0,33%
Munkensdam Gymnasium	0,31%	0,16%
Nakskov Gymnasium og HF	0,26%	0,21%
Nordfyns Gymnasium	0,51%	0,29%
Nyborg Gymnasium	0,89%	0,53%
Nykøbing Katedralskole	0,37%	0,29%
Nærum Gymnasium	0,08%	0,06%
Næstved Gymnasium og HF	0,41%	0,21%
Nørre Gymnasium	0,24%	0,14%
Nørresundby Gymnasium og HF	0,43%	0,52%
Odder Gymnasium	0,10%	0,24%
Odense Katedralskole	0,34%	0,29%
Odsherreds Gymnasium	0,25%	0,30%
Ordrup Gymnasium	0,44%	0,53%
Paderup gymnasium	0,43%	0,24%
Randers Statsskole	0,37%	0,27%
Grindsted Gymnasium & HF	0,72%	0,32%
Ringkjøbing Gymnasium	0,37%	0,78%
Risskov gymnasium	0,11%	0,10%
Rosborg Gymnasium & HF	0,50%	0,12%
Roskilde Gymnasium	0,81%	0,72%
Roskilde Katedralskole	0,99%	1,07%
Rungsted Gymnasium	0,40%	0,70%
Rysensteen Gymnasium	0,04%	0,04%
Rødkilde Gymnasium	0,56%	0,28%
Rødovre Gymnasium	0,22%	0,16%
Rønde Gymnasium	0,38%	0,41%
Sct. Knuds Gymnasium	0,16%	0,10%
Silkeborg Gymnasium	0,43%	0,13%
Skanderborg Gymnasium	0,44%	0,17%
Skive Gymnasium og HF	0,33%	0,36%
Slagelse Gymnasium	0,03%	0,03%
Solrød Gymnasium	0,37%	0,24%
Stenhus Gymnasium	0,21%	0,17%
Struer Statsgymnasium	0,63%	0,56%
Støvring Gymnasium	0,26%	0,30%
Omkostningsandel til markedsføring		
Almene gymnasier og hf	2018	2019
Svendborg Gymnasium	0,32%	0,22%
Sønderborg Statsskole	0,21%	0,15%

<b>Thisted Gymnasium, STX og HF</b>	0,33%	0,49%
<b>Tornbjerg Gymnasium</b>	0,50%	0,20%
<b>Tønder Gymnasium</b>	0,38%	0,27%
<b>Tørring Gymnasium</b>	0,40%	0,28%
<b>Tårnby Gymnasium</b>	0,17%	0,08%
<b>Varde Gymnasium</b>	0,58%	0,22%
<b>Vejen Gymnasium og HF</b>	0,59%	0,60%
<b>Vestfyns Gymnasium</b>	0,61%	0,32%
<b>Vesthimmerlands Gymnasium og HF</b>	0,21%	0,12%
<b>Vestjysk Gymnasium Tarm</b>	0,24%	0,22%
<b>Viborg Gymnasium og HF</b>	0,66%	0,66%
<b>Viborg Katedralskole</b>	0,56%	0,33%
<b>Viby Gymnasium</b>	0,63%	0,26%
<b>Virum Gymnasium</b>	0,55%	0,29%
<b>Vordingborg Gymnasium &amp; HF</b>	0,60%	0,28%
<b>Øregård Gymnasium</b>	0,53%	0,48%
<b>Ørestad Gymnasium</b>	0,17%	0,11%
<b>Aabenraa Statsskole</b>	0,37%	0,38%
<b>Aalborg Katedralskole</b>	0,29%	0,46%
<b>Aalborghus Gymnasium</b>	0,13%	0,37%
<b>Århus Akademi</b>	0,70%	0,70%
<b>Aarhus Katedralskole</b>	0,33%	0,25%
<b>Århus Statsgymnasium</b>	0,00%	0,00%
<b>I alt</b>	0,42%	0,35%

## Omkostningsandel til markedsføring – ud fra andel – alle institutionstyper

<b>Omkostningsandel til markedsføring</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Egå Gymnasium	0,00%	0,00%
Århus Statsgymnasium	0,00%	0,00%
Handelsgymnasiet Vestfyn	0,04%	0,02%
Slagelse Gymnasium	0,03%	0,03%
Rysensteen Gymnasium	0,04%	0,04%
Marselisborg Gymnasium	0,06%	0,05%
Christianshavns Gymnasium	0,09%	0,06%
Fredericia Gymnasium	0,10%	0,06%
Nærum Gymnasium	0,08%	0,06%
Frederiksværk Gymnasium og HF	0,15%	0,06%
Tårnby Gymnasium	0,17%	0,08%
Falkonergårdens Gymnasium og HF-Kursus	0,03%	0,08%
Københavns åbne Gymnasium	0,13%	0,09%
Sct. Knuds Gymnasium	0,16%	0,10%
Risskov gymnasium	0,11%	0,10%
Learnmark Horsens	0,19%	0,10%
Aarhus HF & VUC	0,13%	0,11%
Ørestad Gymnasium	0,17%	0,11%
Egedal Gymnasium & HF	0,65%	0,11%
Rosborg Gymnasium & HF	0,50%	0,12%
Vesthimmerlands Gymnasium og HF	0,21%	0,12%
Kolding Gymnasium HF-Kursus og IB School	0,29%	0,13%
Silkeborg Gymnasium	0,43%	0,13%
Nørre Gymnasium	0,24%	0,14%
Køge Gymnasium	0,13%	0,14%
Sønderborg Statsskole	0,21%	0,15%
Esbjerg Gymnasium	0,21%	0,15%
Munkensdam Gymnasium	0,31%	0,16%
Kalundborg Gymnasium og HF	0,17%	0,16%
Rødovre Gymnasium	0,22%	0,16%
Business College Syd	0,18%	0,17%
Skanderborg Gymnasium	0,44%	0,17%
Aurehøj Gymnasium	0,12%	0,17%
Stenhus Gymnasium	0,21%	0,17%
Alssundgymnasiet Sønderborg	0,18%	0,18%
Tornbjerg Gymnasium	0,50%	0,20%
Frederikshavn Gymnasium	0,24%	0,21%
Nakskov Gymnasium og HF	0,26%	0,21%
Næstved Gymnasium og HF	0,41%	0,21%
Vestjysk Gymnasium Tarm	0,24%	0,22%
Svendborg Gymnasium	0,32%	0,22%
Varde Gymnasium	0,58%	0,22%
Lemvig Gymnasium	0,28%	0,22%
EUC Sjælland	0,43%	0,23%
Frederikssund Gymnasium	0,53%	0,23%
Favrskov Gymnasium	0,20%	0,23%
Greve Gymnasium	0,18%	0,23%
Gefion Gymnasium	0,28%	0,23%
Odder Gymnasium	0,10%	0,24%
Paderup gymnasium	0,43%	0,24%

Solrød Gymnasium	0,37%	0,24%
Aarhus Katedralskole	0,33%	0,25%
Allerød Gymnasium	0,48%	0,25%
Holstebro Gymnasium og HF	0,44%	0,26%
Viby Gymnasium	0,63%	0,26%
Randers Statsskole	0,37%	0,27%
Tønder Gymnasium	0,38%	0,27%
Rødkilde Gymnasium	0,56%	0,28%
Rybners	0,26%	0,28%
Vordingborg Gymnasium & HF	0,60%	0,28%
Tørring Gymnasium	0,40%	0,28%
Morsø Gymnasium	1,11%	0,28%
Ikast-Brande Gymnasium	0,75%	0,28%
Aarhus Business College	0,24%	0,28%
Nordfyns Gymnasium	0,51%	0,29%
Varde Handelsskole og Handelsgymnasium	0,32%	0,29%
Nykøbing Katedralskole	0,37%	0,29%
Birkerød Gymnasium HF IB & Kostskole	0,56%	0,29%
Odense Katedralskole	0,34%	0,29%
Virum Gymnasium	0,55%	0,29%
Svendborg Erhvervsskole & - Gymnasier	0,66%	0,29%
Odsherreds Gymnasium	0,25%	0,30%
Mariagerfjord Gymnasium	0,45%	0,30%
Støvring Gymnasium	0,26%	0,30%
Gammel Hellerup Gymnasium	0,18%	0,31%
Frederiksberg Gymnasium	0,32%	0,31%
Maribo Gymnasium	0,41%	0,31%
Vestfyns Gymnasium	0,61%	0,32%
0	0,72%	0,32%
Syddansk Erhvervsskole Odense-Vejle	0,43%	0,32%
Viborg Katedralskole	0,56%	0,33%
HANSENBERG	0,66%	0,33%
Mulernes Legatskole	0,69%	0,33%
Gladsaxe Gymnasium	0,30%	0,33%
Haderslev Katedralskole	0,49%	0,33%
Herlev Gymnasium og HF	0,36%	0,34%
Grindsted Gymnasium & HF	0,37%	0,35%
Skive Gymnasium og HF	0,33%	0,36%
Aalborghus Gymnasium	0,13%	0,37%
Helsingør Gymnasium	0,38%	0,37%
Aabenraa Statsskole	0,37%	0,38%
Herningsholm Erhvervsskole og Gymnasier	0,48%	0,39%
AARHUS TECH	0,65%	0,39%
EUC Nordvest	0,45%	0,40%
Rønde Gymnasium	0,38%	0,41%
Høng Gymnasium og HF	0,24%	0,41%
EUC Syd	0,38%	0,41%
Zealand Business College	0,44%	0,42%
Borupgaard Gymnasium	0,36%	0,44%
Dronninglund Gymnasium	0,43%	0,44%
Roskilde Tekniske Skole	0,52%	0,44%
Middelfart Gymnasium & HF	0,47%	0,44%

Campus Bornholm	0,72%	0,45%
Aalborg Katedralskole	0,29%	0,46%
Erhvervsgymnasiet Grindsted	0,74%	0,46%
Øregård Gymnasium	0,53%	0,48%
Fjerritslev Gymnasium	0,79%	0,48%
Hjørring Gymnasium/STX og HF	0,54%	0,49%
Thisted Gymnasium, STX og HF	0,33%	0,49%
Midtfyns Gymnasium	0,65%	0,49%
Nørresundby Gymnasium og HF	0,43%	0,52%
Grenaa Gymnasium	0,68%	0,52%
IBC International Business College	0,52%	0,53%
Ordrup Gymnasium	0,44%	0,53%
Frederiksborg Gymnasium og HF	0,80%	0,53%
Nyborg Gymnasium	0,89%	0,53%
KVUC	0,61%	0,53%
Gribskov Gymnasium	0,48%	0,54%
Frederiksberg HF-Kursus	1,99%	0,55%
College360	0,91%	0,56%
Struer Statsgymnasium	0,63%	0,56%
Uddannelsescenter Holstebro	0,56%	0,57%
UCRS	0,12%	0,58%
Espergærde Gymnasium og HF	0,78%	0,60%
NEXT UDDANNELSE KØBENHAVN	0,55%	0,60%
Vejen Gymnasium og HF	0,59%	0,60%
EUC Nord	0,58%	0,62%
Skanderborg-Odder Center for uddannelse	0,32%	0,63%
Hasseris Gymnasium	0,62%	0,64%
TEC, Technical Education Copenhagen	1,05%	0,64%
Midtsjællands Gymnasium	0,54%	0,64%
Køge Handelsskole	0,63%	0,64%
Viborg Gymnasium og HF	0,66%	0,66%
U/NORD	0,67%	0,66%
EUC Nordvestsjælland	1,00%	0,68%
Mercantec	0,73%	0,69%
Rungsted Gymnasium	0,40%	0,70%
Århus Akademi	0,70%	0,70%
Himmelev Gymnasium	0,37%	0,70%
Roskilde Gymnasium	0,81%	0,72%
Brønderslev Gymnasium og HF	0,44%	0,72%
Kolding HF og VUC	1,51%	0,74%
TH. LANGS HF & VUC	1,25%	0,76%
Horsens Statsskole - Gymnasium og HF-Kursus	0,03%	0,77%
VUC Holstebro-Lemvig-Struer	0,62%	0,78%
Faaborg Gymnasium	0,69%	0,78%
Ringkjøbing Gymnasium	0,37%	0,78%
Thy-Mors HF & VUC	1,72%	0,79%
Aalborg Handelsskole, Hovedafdeling	0,69%	0,80%
Viden Djurs	2,03%	0,82%
TECHCOLLEGE	1,01%	0,83%
HF & VUC København Syd	1,41%	0,83%
HF & VUC Klar	1,89%	0,84%
Roskilde Handelsskole	1,55%	0,85%

Gentofte HF	0,92%	0,86%
CELF - Center for erhv.rettede udd. Lolland-Falst	0,73%	0,86%
Randers HF & VUC	1,40%	0,90%
Tønder Handelsskole	0,86%	0,91%
Erhvervsskolerne Aars	0,86%	0,91%
Niels Brock (Copenhagen Business College)	1,02%	0,92%
Frederikshavn Handelsskole	1,08%	0,92%
HF & VUC NORD	0,81%	0,94%
Herning Gymnasium	0,41%	0,97%
TietgenSkolen	1,02%	1,00%
Bjerringbro Gymnasium	0,90%	1,00%
Skive-Viborg HF & VUC	0,83%	1,01%
HF & VUC FYN	0,96%	1,02%
Roskilde Katedralskole	0,99%	1,07%
Nordvestsjælland HF & VUC	1,09%	1,14%
Herning HF og VUC	1,16%	1,18%
Tradium	1,47%	1,19%
Hvidovre Gymnasium & HF	1,26%	1,20%
Haderslev Handelsskole	1,12%	1,22%
Vejen Business College	0,99%	1,25%
HF-Centret Efterslægten	1,22%	1,27%
Campus Vejle	0,93%	1,31%
Horsens HF & VUC	1,54%	1,32%
VUC Vest	1,35%	1,32%
VUC Storstrøm	0,97%	1,34%
VUC Djursland	1,34%	1,36%
Horsens Gymnasium	0,52%	1,41%
VUC Syd	1,26%	1,44%
HF & VUC Nordsjælland	2,01%	1,44%
Kold College	2,14%	1,45%
VUC Roskilde	1,23%	1,49%
EUC Lillebælt	1,12%	1,49%
Høje-Taastrup Gymnasium	1,36%	1,60%
Frederiksberg VUC & STX	0,46%	1,71%
Vestegnen HF & VUC	1,52%	1,73%
Hotel- og Restaurantskolen	0,63%	1,83%
Skive College	1,88%	1,84%
VUC Lyngby	1,34%	2,25%