

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 353
van **KOEN DANIËLS**
datum: 25 maart 2015

aan **HILDE CREVITS**

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN ONDERWIJS

Hoger onderwijs - Besteding werkingsmiddelen aan reclame

“Universiteiten vechten marketingoorlog uit”, zo luidde de titel van een krantenartikel van De Morgen op 4 april 2012. In 2011 spendeerden de vijf Vlaamse universiteiten 1,8 miljoen euro aan reclame om toekomstige studenten hun instelling aan te prijzen.

1. Overweegt de minister de regeringscommissarissen de opdracht te geven om de budgetten voor reclame en publiciteit mee op te nemen in hun jaarlijks rapport over de werking en de financiële toestand van het hoger onderwijs? Zo ja, vanaf wanneer kunnen we dit verwachten? Zo neen, waarom niet?
2. Hoe beoordeelt de minister het feit dat instellingen hoger onderwijs hun werkingsmiddelen gebruiken voor reamedoelstellingen en bijvoorbeeld het sponsoren van fuiven?
3. Kan de minister, in navolging van de budgetten van 2011, voor de jaren 2012, 2013 en 2014 aangeven welk budget per instelling hieraan besteed werd?

ANTWOORD

op vraag nr. 353 van 25 maart 2015

van **KOEN DANIËLS**

1. De regeringscommissarissen hebben onder meer de taak om toezicht te houden op de besteding van de werkingsmiddelen door hogescholen en universiteiten. De commissarissen zien erop toe dat het globale financiële evenwicht van de instellingen niet in het gedrang komt. Zij hoeven zich daarbij slechts toe te spitsen op één bepaald element of deelbudget indien er indicaties zijn dat een bepaalde besteding van middelen onverantwoord of niet reglementair zou zijn. Er zijn momenteel geen aanwijzing dat de uitgaven in het kader van reclame en publiciteit onverantwoord of buitensporig zouden zijn.
2. Ook het aantrekken van studenten naar het hoger onderwijs behoort tot de taken van de instellingen. Het is daarbij belangrijk dat studenten accurate informatie krijgen over hun studiemogelijkheden in het hoger onderwijs. Het is dus logisch dat instellingen een budget voorzien voor communicatie. Enerzijds is er het verstrekken van informatie, anderzijds zijn er budgetten voor reclame of marketing. De grens tussen beide is niet altijd even duidelijk.
3. Buiten de reguliere controles op het niveau van de jaarrekeningen worden deze gegevens momenteel niet afzonderlijk verzameld door het ministerie of de regeringscommissarissen. Mijn kabinet overlegt op regelmatige basis met hen en zal navraag doen of het aangewezen is om deze deelbudgetten bij de instellingen op te vragen in functie van meer transparantie over de besteding van overheidsmiddelen.