

## UDKAST

### Kommunikationstidsplan – Læsekoalitionen

**Formål:** Sikre bred synlighed for Læsekoalitionens arbejde og onepageren, samt engagere politikere, beslutningstagere og fagfolk i debatten om børns og unges læsekultur.

#### Målgrupper:

- Politikere på nationalt, regionalt og kommunalt niveau
- Skoleledere, lærere, pædagoger og bibliotekarer
- Forlag, boghandlere og forfattere
- Medier (både nationale og lokale)
- Faglige organisationer og interessegrupper

---

### Kommunikationsaktiviteter og tidsplan

Dato	Aktivitet
Uge 11-12 (marts)	<b>Forberedelse af presse- og kommunikationsmateriale</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Udkast til kronik færdiggøres og godkendes af koalitionen partnere</li><li>- Artikler til lokale dagblade forberedes og vinkling tilpasses regionale forhold</li></ul>
Uge 13-14 (slut marts - start april)	<b>Politisk kontakt og presseindsats starter</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kontakt til udvalgte journalister for interviews og debatindlæg</li></ul>
Uge 15-16 (medio april)	<b>Offentliggørelse og debat</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kronikken sendes til nationalt medie</li><li>- Små debatindlæg udsendes til lokale medier</li><li>- Læsekoalitionens aktører deler budskabet via sociale medier og nyhedsbreve</li></ul>
25. april	<b>Det Bibliotekspolitiske Topmøde i Herning</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Onepager præsenteres for fagfolk og politikere – kulturministeren taler om projekt "Børn og unges læseglæde"</li><li>- Onepager udsendes til relevante politikere og beslutningstagere</li><li>- Eventuelle debatoplæg eller paneldiskussion om læsekultur</li></ul>
Efter topmødet (maj)	<b>Opfølgning og dialog</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Møde i Læsekoalitionen for evaluering og næste skridt</li><li>- Politisk opfølgning på reaktioner fra beslutningstagere</li></ul>

---

## Kanaler

- **Presse:** Kronik i landsdækkende medie + debatindlæg i lokale aviser
- **Sociale medier:** Kampagne med budskaber fra onepageren (LinkedIn, Twitter, Facebook)
- **Politisk kontakt:** Direkte henvendelser til relevante udvalg og ordførere
- **Faglige netværk:** Distribution via medlemsorganisationers nyhedsbreve og hjemmesider