Guide til Aula-hjemmesider og sociale medier

Til skoler i Københavns Kommune



Udviklet af Kommunikation og Presse
i Børne- og Ungdomsforvaltningen i Københavns Kommune.

Indholdsfortegnelse

Før I går i gang: Gode overvejelser **3**

Hjemmeside-guide til skoler **4**
Find jeres niveau på hjemmesiden **5**
Ressourcer, rammer og roller **6**
Gode tips: Sådan skriver I på jeres hjemmeside **7**
Struktur og indhold på forsiden **8**

SoMe-guide til skoler **9**
Find jeres niveau på sociale medier **10**
Ressourcer, rammer og roller **11**
Gode tips: Sådan laver I gode opslag på sociale medier **12**

Eksempler til inspiration **13**

Det praktiske **20**
GPDR og billeder: Retningslinjer og hjælp **21**
Få rådgivning om kommunikation **22**

Før I går i gang: Gode overvejelser

Find jeres retning

Alle skoler har en Aula-hjemmeside. Sociale medier er derimod et aktivt valg.

Der findes ikke én rigtig måde at kommunikere på. Det vigtigste er, at jeres kommunikation passer til skolens hverdag, ressourcer og ambitioner.

Stil jer selv tre spørgsmål

1. **Hvad har vi tid og ressourcer til?**
   Det er bedre at gøre lidt godt og kontinuerligt end at have høje ambitioner, der er svære at holde.

2. **Hvilke kanaler giver mening for os?**
   Har vi kun en hjemmeside – eller giver sociale medier også mening for vores skole?

3. **Hvad vil vi gerne fortælle om vores skole?**
   Hvad håber vi, at andre tænker om skolen, når de har besøgt vores hjemmeside eller sociale medier?



Et strategisk valg for skolen
Det er vigtigt, at I dedikerer jer til den eller de kanaler, som I vælger at være på. Det skal være et valg for skolen - og ikke afhænge af en konkret medarbejder, der potentielt set kan stoppe.

Hvad er de forskellige kanaler gode til?



Hjemmesiden
Hjemmesiden er skolens digitale indgang. Kanalen er egnet til vigtigt og praktisk indhold, som forældre hurtigt skal kunne finde – og til at give et indtryk af, hvem I er som skole.



Sociale medier
Facebook egner sig godt til at dele information om arrangementer og fortælle lidt længere historier om, hvad der sker på skolen.

Instagram er skolens visuelle udstillingsvindue. Her er billeder og korte videoer vigtigere end lange tekster. Kanalen egner sig især til at vise stemning og små fortællinger fra hverdagen.

Samspil mellem kanaler

Hvis I både har en hjemmeside og sociale medier, er det en god idé at tænke over, hvordan de spiller sammen.

I kan fx ved at lave et link nederst på jeres hjemmeside ind til jeres profil(er) på sociale medier. Derudover kan I med fordel linke til hjemmesiden i jeres bio på sociale medier. Det er med til at øge trafikken på begge kanaler.

Det er desuden en god idé at nævne jeres digitale kanaler i printmaterialer og nævne dem til fysiske arrangementer.

Hjemmeside-guide til skoler



Ressourcer, rammer og roller: Hvad kræver det at have en hjemmeside?

Ressourcer og rammer

Det kræver ressourcer at vedligeholde en hjemmeside - både i form af tid og kompetencer.

Derfor er det vigtigt, at I udpeger, hvem der skal have ansvar for at vedligeholde hjemmesiden og hvilke roller de forskellige medarbejdere har.

Vedligehold af hjemmesiden

Uanset hvor meget indhold I har på jeres hjemmeside, skal det altid være korrekt og opdateret.

Det gælder især vigtige oplysninger (fx telefonnummer og åbningstider) eller tidsfølsomt indhold, der ikke længere er aktuelt (fx åbent hus-opslag).

Ukorrekte oplysninger eller forældet indhold, der "roder" på hjemmesiden ser uprofessionelt ud og hjælper ikke forældrene med at finde det, de leder efter.

Jævnlige gennemgange
Sæt derfor tid af til minimum et par gange om året at gennemgå hjemmesiden og se, om:

✔️ Noget skal opdateres

✔️ Noget skal slettes

✔️ Noget mangler.

Roller

Gør jer nogle overvejelser om:

✔️ Hvem skal have adgang til hjemmesiden? Hvad gør I, hvis en medarbejder med adgang stopper?

✔️ Hvem står for at skrive teksterne? Og tage billederne?

✔️ Hvem står rent praktisk for at opdatere hjemmesiden?

Brugerroller og adgange
Som bruger kan man have to forskellige roller:

- "Institutions admin": Rollen giver adgang til at redigere hovedmenuen og tilføje/fjerne sider.
- "Institutions webeditor": Rollen giver adgang til at redigere indhold på sider.

I kan altid få et overblik over nuværende brugere og roller ved at klikke på "Brugere" i værktøjslinjen.

Nye brugere kan enten oprettes af en bruger, der allerede har administratoradgang til hjemmesiden eller ved at kontakte Pædagogisk IT på mail@pit-support.kk.dk.

Find vejledninger på intra
Skoleledere kan finde tekniske vejledninger til opsætning af hjemmesiden på intra. Søg på *"Aula-hjemmesider"*.

Find jeres niveau på hjemmesiden: "Visitkort" eller "Digitale folder"

Hvad passer til jer?

Find jeres niveau
Alle skoler i Københavns Kommune skal have en en hjemmeside. Her skal man som minimum få praktiske informationer om skolen og viden om vigtige begivenheder i løbet af året, fx skolestart.

Udover det, er det op til jer, hvor meget I vil udbygge hjemmesiden med andet indhold om fx skolens pædagogik, ansatte og projekter.

Det vigtigste er, at ambitionsniveauet passer til de ressourcer, I har. Læs mere på side 5.

Den lille selvtest
✔️ Hvor meget tid har vi til vedligehold?

✔️ Hvem har ansvaret? Er nogle medarbejdere gode til IT, kommunikation eller fotografi?

✔️ Hvad vil vi fremhæve ved vores skole? Hvad gør vores skole særlig?

✔️ Har vi særligt brug for at tiltrække nye medarbejdere?

Tip: Hvis I har mange arrangementer og hverdagsglemt, kan en profil på sociale medier være en god mulighed – hvis I har ressourcerne.

	Statisk som et ... Visitkort	**Dynamisk som en ...** Digital folder
Budskab	"Her får I oplysninger om vores skole."	"Her får I indblik i, hvordan vi arbejder på vores skole."
Formål	• Give et godt førstehåndsindtryk • Give praktiske oplsyninger	• Alt fra Visitkort • Fortælle, hvorfor I er en attraktiv skole • Give kendskab til, hvem I er og hvordan I arbejder
Indhold	• Praktiske informationer • Lovpligtige dokumenter, fx antimobbestrategi • Kontaktoplysninger	• Alt fra Visitkort • Skolens værdier og profil • Indblik i undervisningen og læringsmiljøer • Aktuelle arrangementer • Hvorfor og hvordan I er en skole, der kan "mere for flere" • Præsentation af ledelsen
Aktivitet	Opdateres ved vigtige ændringer og årligt ved faste begivenheder	Opdateres oftere – fx flere gange om måneden
Kræver typisk	Skoler med en eller flere, der har opgaven	Skoler med dedikerede ressourcer til hjemmesiden

Gode tips: Sådan skriver I på jeres hjemmeside

Sådan skriver I på jeres hjemmeside

Forståelsen af en tekst bliver stærkt nedsat, når vi læser på skærm frem for på papir. Og endnu mere, når vi læser på en lille mobilskærm.

De fleste mennesker skimmer desuden tekster på hjemmesider i stedet for at læse alt fra start til slut.

Derfor er det særligt vigtigt at skrive kortfattet, enkelt og forståeligt på jeres hjemmeside - med udgangspunkt i jeres målgruppers behov.

Husk: *I taber ikke nogen ved at skrive enkelt og forståeligt, men I taber nogen ved ikke at gøre det.*



Gode overvejelser, når I skriver
Forestil dig, at du selv er forælder til en kommende skoleelev og besøgte jeres skoles hjemmeside.

✔️ Hvad er det vigtigste, du skal vide? Fandt du det uden at lede for længe?

✔️ Ville du forstå teksten uden fagligt kendskab?

✔️ Er teksterne overskuelige? Hvad med på en lille telefonskærm?

5 tips til gode webtekster

1. **Skriv det vigtigste budskab først**
Tænk over, hvilke vigtige informationer læseren skal have - og skriv dem først.

2. **Skriv med målgruppen i centrum**
Hjemmesiden skal primært henvende sig til forældre til nuværende/kommende elever eller potentielle nye medarbejdere.

   Sæt dig i deres sted, og husk på, at de ikke kender til de fagudtryk, du kender.

3. **Skriv kort og konkret**
Undgå så vidt muligt komplicerede eller sammensatte ord. Alle skal kunne læse og forstå.

   Undgå lange, kringlede eller indskudte sætninger. Et godt tip er ét budskab pr. sætning.

4. **Skriv korrekt**
Læs teksten igennem en ekstra gang. Stavefejl er ærgerlige og får jer til at fremstå uprofessionelle.

5. **Bryd teksten op i afsnit og underoverskrifter**
Tekster bliver lettere at læse, hvis der er luft på siden og kortere afsnit med sigende overskrifter.



Bliv inspireret: Find eksempler på, hvordan I kan omsætte de 5 tips til gode webtekster til indhold på jeres hjemmeside på side 16-17.

Struktur og indhold på forsiden: Menulinje, bokse og billeder

Menulinje og bokse på forsiden

Forsiden er målgruppens allerførste indtryk af jeres skole. Det er derfor vigtigt, at den fremstår overskuelig, informativ, indbydende og professionel.

Menulinjen
Menuen er indgangen til alt indhold på hjemmesiden og skal give de besøgende overblik over, hvad de kan finde.

Hold jer helst til én række med max 6 menupunkter.

Gode eksempler på menupunkter:
- *"Vores skole"*
- *"KKFO"*
- *"Forældresamarbejde"*
- *"Skolebestyrelse"*
- *"Kontakt"*

Bokse på forsiden
I kan også fremhæve indhold i bokse på forsiden. De giver blikfang trækker udvalgte undersider frem på forsiden.

Boksene er også gode til at fremhæve arrangementer eller aktuelle ting i løbet af året, fx information om skolestart eller et åbent hus-arrangement.

Tip: Husk altid jeres målgrupper. I kan fx lave et menupunkt eller en boks, der hedder *"Nye forældre"*, *"Ny elev"* eller *"Skolestartere"*.

Billeder

Forsidebillede og billeder i bokse
I kan gøre hjemmesiden - og særligt forsiden - mere indbydende ved at bruge gode billeder.

Det kan fx være et billede af skolen eller stemningsbilleder fra hverdagen.

Brug altid billeder i høj opløsning og god kvalitet. I kan også bruge billeder fra fx Colourbox, hvis I ikke selv har mulighed for at tage billeder.

Ved billeder af børn skal I være særligt opmærksomme på retningslinjer for fototilladelser. Læs mere på side 21.

Find vejledninger på intra
Skoleledere kan finde tekniske vejledninger til redigering af hovedmenu, indholdssider og billeder på hjemmesiden på intra.

Søg på *"Aula-hjemmesider"*.

Bliv inspireret: Se eksempler fra andres skolers hjemmesider og bliv inspireret til, hvordan I kan opbygge jeres forside på side 14-15.

SoMe-guide til skoler



Ressourcer, rammer og roller: Hvad kræver det at være på sociale medier?

Sådan får I det til at fungere

Det kræver ikke et stort team eller avanceret udstyr at drive en god skoleprofil på sociale medier.

Men der skal være nogen, der har tid og ansvar for at holde profilen i gang.

Vigtige overvejelser

Tid
Hvor meget tid kan vi realistisk bruge på sociale medier – også når hverdagen er travl?

Ansvar
Hvem har det overordnede ansvar for profilen? Og hvem kan hjælpe med billeder og historier?

Indhold
Hvor skal billeder og idéer til opslag komme fra? Kan kolleger nemt sende noget videre?

Løbende opmærksomhed
Hvem holder øje med kommentarer og beskeder – og svarer, når det er nødvendigt?

Adgang
Har vi styr på login og adgang, så profilen ikke afhænger af én medarbejder?

Hold profilen i live

Hvis I ikke har mulighed for at lægge indhold op jævnligt og varetage profilen, er det bedre at vente med at oprette en profil.

Det vigtigste er ikke at poste hele tiden – men at være nogenlunde regelmæssig. Og gerne et opslag om ugen.

Planlæg det, I allerede ved kommer

I behøver ikke finde på nye historier hele tiden. De er der allerede. Kig fx på:

- årets traditioner og arrangementer
- ture og aktiviteter
- projekter og undervisningsforløb
- skolens samarbejder
- skolestart og andre overgange.

Brug fx et årshjul eller jeres eksisterende kalender til at få øje på gode historier i god tid.



Et godt udgangspunkt
Spørg ikke: "Hvad skal vi poste?"

Spørg i stedet for: "Har vi rammerne til at holde profilen i gang?"

Find jeres niveau på sociale medier: "SoMe-light" eller "SoMe-plus"

Hvad passer til jer?

Find jeres niveau
Der findes ikke én rigtig måde at arbejde med sociale medier på.

Nogle skoler ønsker primært at vise små glimt fra hverdagen. Andre arbejder mere strategisk med at fortælle om skolens værdier, udvikling og profil.

Begge dele er helt okay.

Det vigtigste er, at ambitionsniveauet passer til den tid og de ressourcer, I har.

Den lille selvtest

✔️ Hvad vil vi gerne bruge sociale medier til?

✔️ Hvor meget tid kan vi realistisk bruge?

✔️ Hvem kan hjælpe med billeder og historier fra hverdagen?

✔️ Har vi lyst til at arbejde løbende med profilen?

Vælg det niveau, I kan holde fast i over tid.

	Vis hverdagen SoMe-light	**Kom tæt på vores skole** SoMe-plus
Budskab	"Her får I et indblik i livet på vores skole."	"Her lærer I vores skole at kende."
Formål	• Vis skolens hverdag • Skab nærvær • Give et aktuelt indtryk	• Fortæl om skolens værdier • Synliggør faglighed • Styrk skolens profil
Indhold	• Små glimt fra undervisningen • Arrangementer • Traditioner • Aktiviteter	• Elev- og medarbejderhistorier • Billede/video-serier • Skolens udvikling • Samarbejder med lokalområdet
Aktivitet	Ca. ét opslag om ugen	Flere opslag om ugen
Kræver typisk	Skoler med en eller flere medarbejdere, der har lyst til opgaven	Skoler med dedikerede ressourcer eller kommunikationsstøtte

Tip: I kan altid starte med SoMe-light og gradvist bygge videre, hvis I får lyst og har ressourcer til det.

Gode tips: Sådan laver I gode opslag på sociale medier

Sådan bygger I et godt opslag op

1. Hvad skete der?
Start med det vigtigste.

Eksempel: *"I dag deltog 7. årgang i Skole-OL i roning."*

I kan evt. tagge andre profiler, som I samarbejder med. I eksemplet her kunne det være: *"@skoleol"*

2. Hvorfor var det en god oplevelse?
Beskriv kort stemningen, fællesskabet eller det, børnene oplevede.

Eksempel: *"Der blev kæmpet, heppet og samarbejdet hele dagen."*

3. Hvorfor er det vigtigt?
Sæt oplevelsen ind i en større sammenhæng. Hvad lærer børnene? Hvad siger det om skolen?

Eksempel: *"Dagen gav eleverne mulighed for at opleve værdien af fællesskab, samarbejde og at give sig fuldt ud."*

Husk: Et godt opslag behøver ikke være langt. Det vigtigste er, at modtageren hurtigt forstår, hvad der skete – og hvorfor det betyder noget.

Få inspiration til opslag på side 18-19.

Tænk på modtageren

Skriv til én, der ikke selv var til stede. Spørg jer selv:

- Ville en forælder forstå, hvorfor dette er vigtigt?
- Ville forældre til nye elever få et godt indtryk af skolen?

Vis mennesker
Det er næsten altid mennesker, der gør et opslag interessant. Et billede af mennesker fortæller ofte mere end et billede af en bygning eller et klasselokale.

Når det er muligt, så vis elever, medarbejdere, fællesskaber eller aktiviteter.

Ved billeder af børn skal I være særligt opmærksomme på retningslinjer for fototilladelser. Læs mere på side 21.

En lille huskeliste

✔️ Start med det vigtigste

✔️ Del teksten op i korte afsnit

✔️ Brug billeder eller korte videoer, når det giver mening

✔️ Nævn og tag (@) relevante samarbejdspartnere, når det er relevant

✔️ Brug smileyer/emojis for at gøre teksten mere levende

Eksempler til inspiration

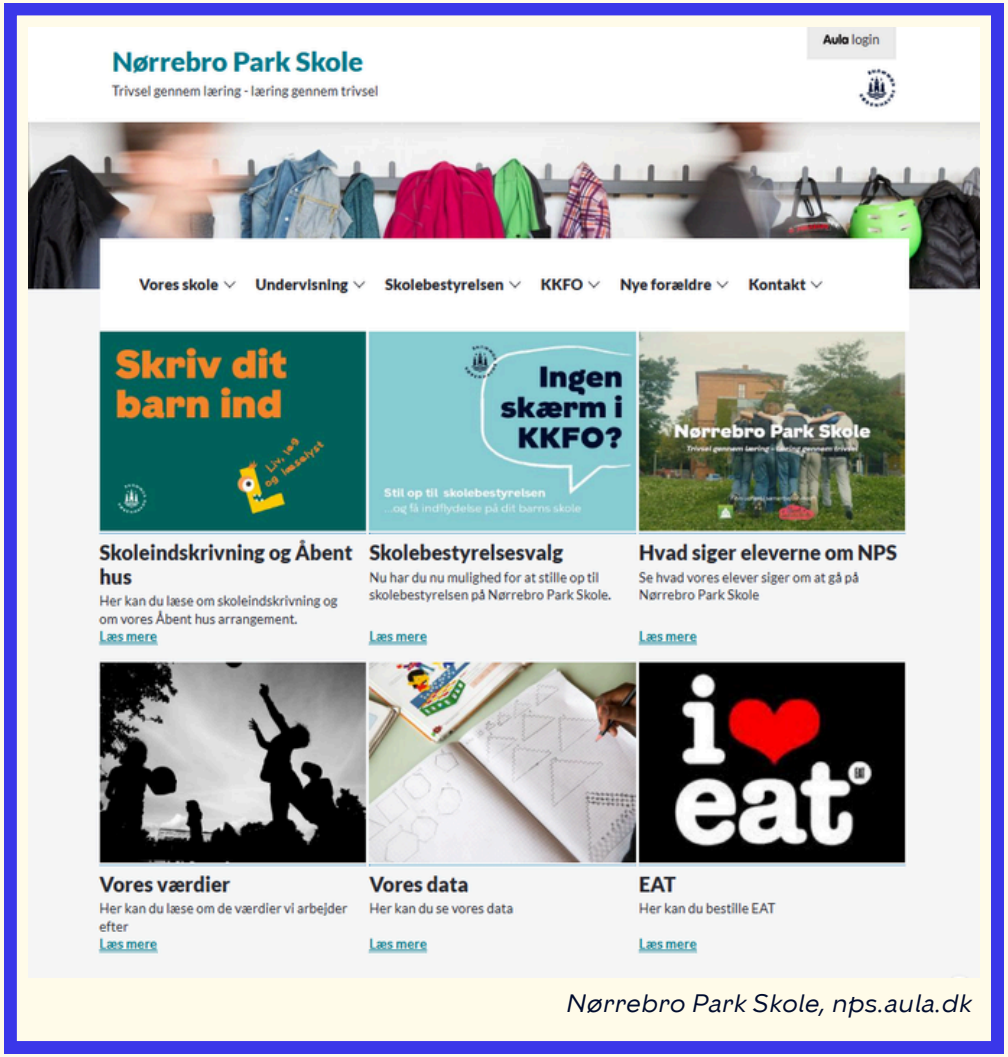
Sådan omsætter I guiden til indhold på jeres digitale kanaler

Eksempel 1 – Hjemmeside: Opbygning af forside på hjemmeside

Menuen
Overskuelig og simpel menu på én linje gør det lettere at navigere på siden.

Målgruppeorienterede punkter gør det nemt at finde relevant indhold (*"Nye forældre"*).

Teksten
Korte og letlæselige tekster gør det nemt at skimme og få overblik over indholdet.



Nørrebro Park Skole, nps.aula.dk

Valg af indhold
Fremhævet aktuelt indhold gør det let for besøgende at finde det, de leder efter (*"Skoleindskrivning og Åbent hus"* og *"Skolebestyrelsesvalg"*).

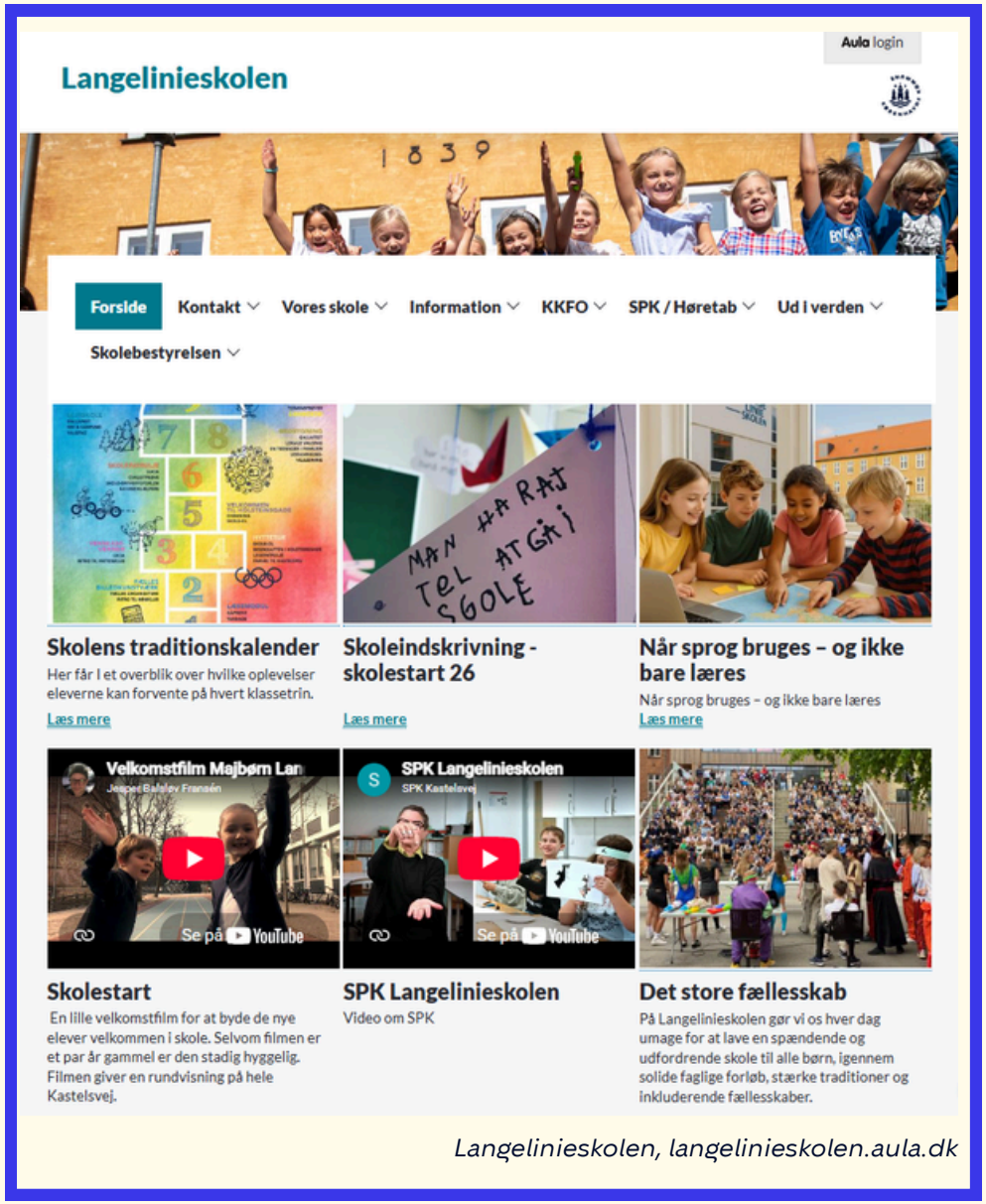
Besøgende får indblik i i dagligdagen på skolen (*"Hvad siger eleverne om NPS?"*).

Fængende billeder i god kvalitet gør hjemmesiden indbydende og giver besøgende lyst til at klikke sig videre.

Eksempel 2 – Hjemmeside: Opbygning af forside på hjemmeside

Valg af indhold
Målgruppeorienteret og aktuelt indhold gør det lettere for besøgende at finde det vigtigste indhold (fx *"Skoleindskrivning - skolestart 2026"* og *"Skolens traditionskalender"*).

Fængende billeder i høj kvalitet med mennesker på gør siden indbydende.



Langelinieskolen, langelinieskolen.aula.dk

Menuen
Overskuelig og simpel menu gør det lettere at navigere sig rundt på hjemmesiden.

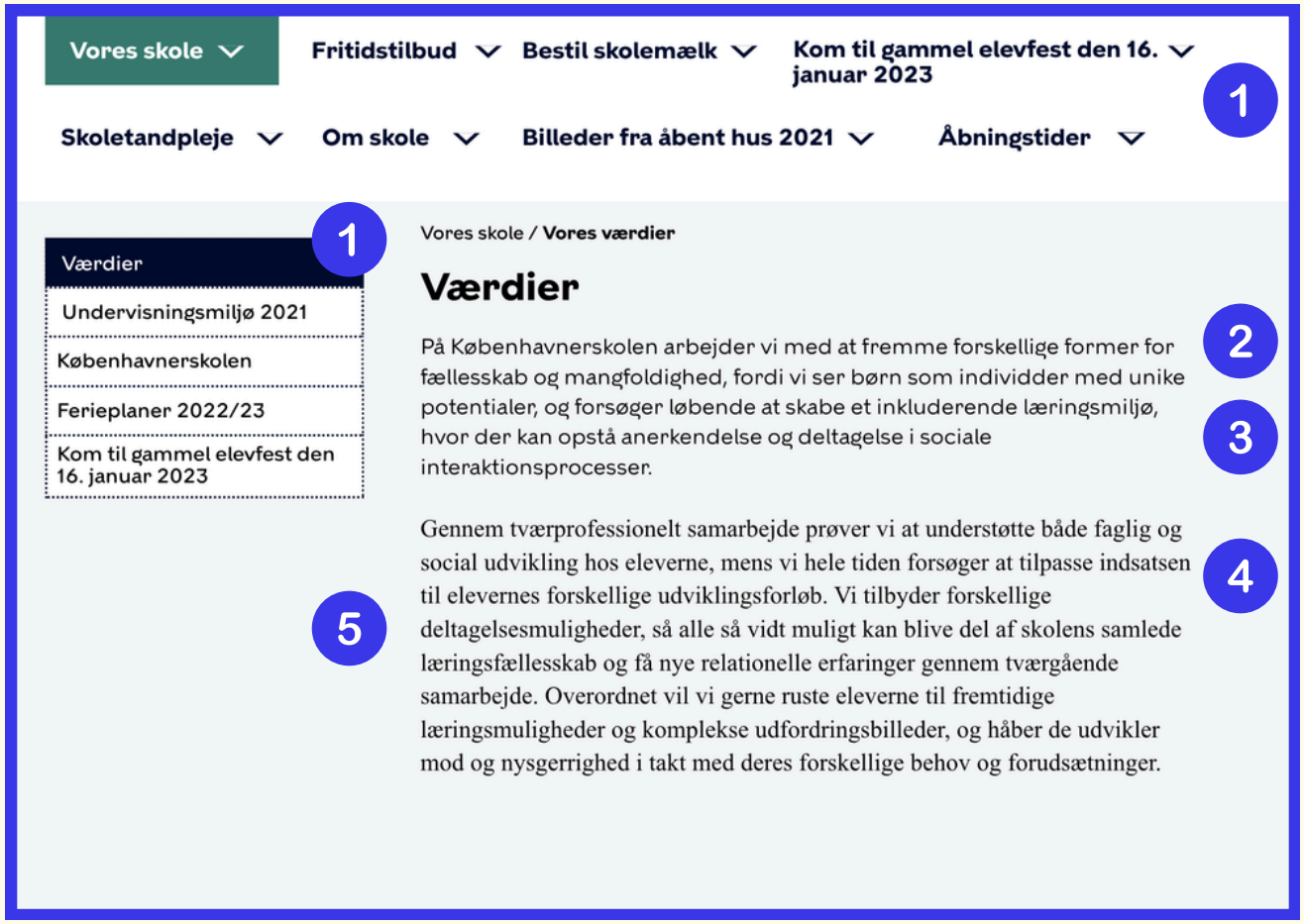
Det særlige ved skolen er fremhævet (*"SPK/Høretab"* - Skolen har en specialiseret supportenhed for børn og unge med høretab).

Valg af indhold
Besøgende får indblik i det dagligdagen og det faglige arbejde, der gør skolen særlig (fx *"Når sprog bruges"* og *"Det store fællesskab"*).

Eksempel 3 – Hjemmeside: Tekst på indholdssider 1/2

Et eksempel, hvor teksten fungerer mindre godt

På denne side har vi skrevet en tekst til en indholdsside om en fiktiv skole, Københavnerskolen. På næste side har vi brugt de ovenstående anbefalinger til gode webtekster.



1. **Kompleks og uaktuel menu**
   For mange menupunkter gør det svært for brugeren at navigere på siden. Forældet indhold bør slettes.

2. **Stavefejl**
   Stavefejl (fx "individder" og "unike") får teksten til at fremstå uprofessionel.

3. **Komplekst sprog**
   Lange sammensatte ord samt ukonkret og kompliceret fagsprog (fx "interaktionsprocessser") gør det svært for alle læsere at følge med.

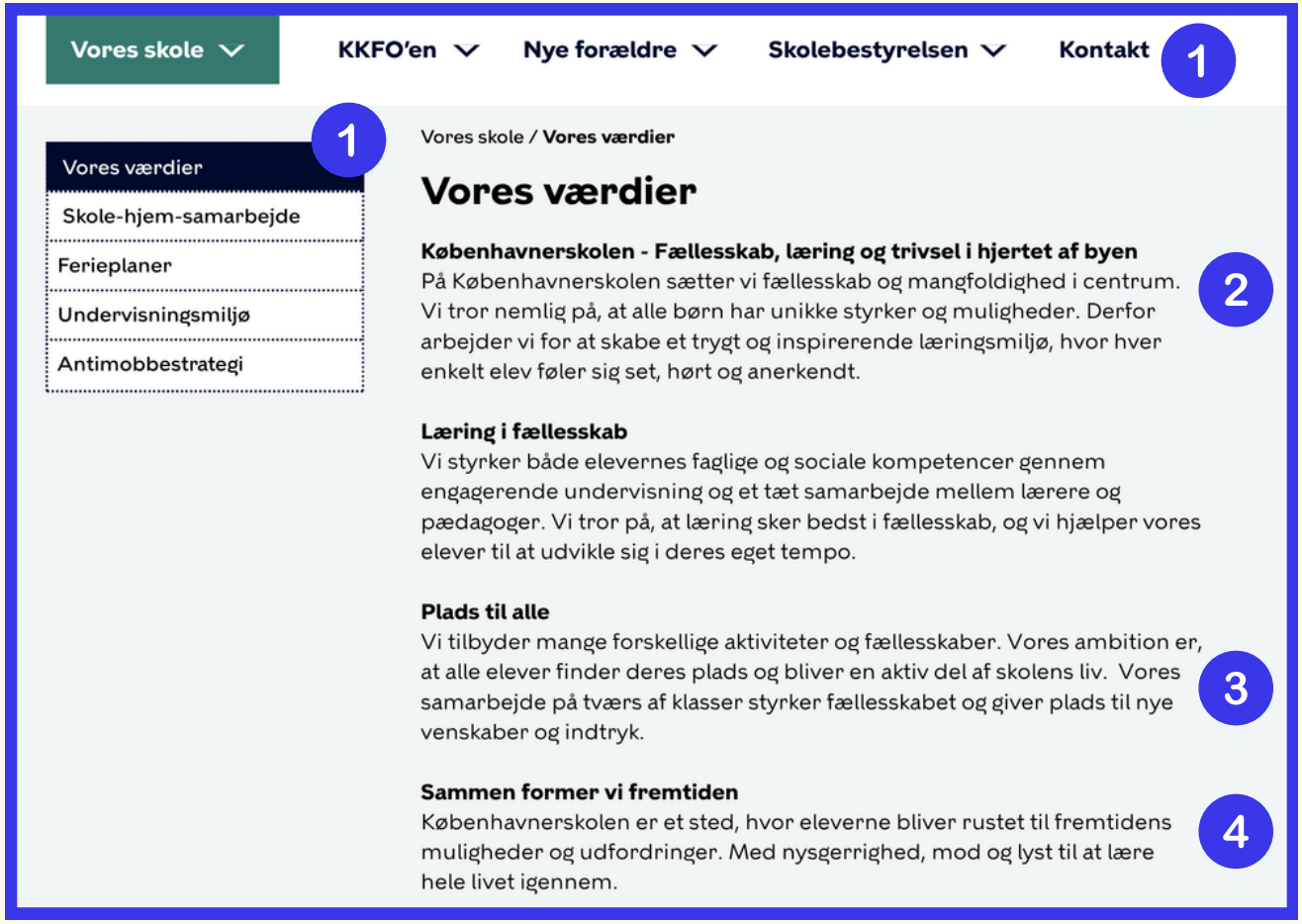
4. **Lange afsnit uden underoverskrifter**
   Store tekstmængder gør siden uoverskuelig og svær at læse og skimme på en skærm.

5. **Formattering**
   Teksten skifter skrifttype midt på siden. Det ser rodet ud.

Eksempel 3 – Hjemmeside: Tekst på indholdssider 2/2

Et eksempel, hvor teksten fungerer bedre

På denne side har vi gennemskrevet teksten om den fiktive skole, Københavnerskolen, med anbefalingerne til gode webtekster. På foregående side kan du se den oprindelige tekst.



1. **Simple menupunkter**
   En overskuelig mængde letforståelige og målgruppeorienterede menupunkter gør det lettere at navigere på siden.

2. **Korte sætninger i letforståeligt sprog**
   Teksten er skrevet i kort og letforståeligt sprog, som ikke kræver, at målgruppen har en masse faglig viden. Ét budskab pr. sætning. Alle stavefejl er fjernet.

3. **Konkrete budskaber**
   Teksten beskriver, hvordan skolen helt konkret arbejder - bl.a. med mangfoldige børnefællesskaber.

4. **Korte afsnit med underoverskrifter**
   Flere korte afsnit med sigende underoverskrifter gør siden mere overskuelig, forståelig, læsbar og let at skimme på en skærm.

Eksempel 4 – Facebook: Fortæl en historie, der viser skolens værdier

En tydelig begivenhed
Dimission er en begivenhed, mange forældre og elever kan spejle sig i.

Første linje
Starter med det vigtigste

"Dimission på Ellebjerg er noget helt særligt..."

Læseren ved med det samme, hvad opslaget handler om.

Billederne
Mange ansigter og variation

- elever
- medarbejdere
- forældre
- fællesskab

Det gør opslaget levende.



Ellebjerg Skole, Facebook, 24. juni 2026

Teksten
Stemning frem for referat
Opslaget fortæller ikke hele programmet.

I stedet beskriver det stemningen på dagen:

- taler
- sang
- grin
- tårer

Det giver et billede af oplevelsen.

Eksempel 5 – Facebook: Vis en elevhistorie

En personlig historie
Opslaget handler om Denys. Men det fortæller samtidig om skolens juniormesterlære, samarbejde med erhvervslivet og praktisk undervisning. Én elevs historie bliver indgangen til at fortælle om skolens arbejde.



Bellahøj Skole og KKFO, Facebook, 22. juni 2026

Billedet
Et menneske skaber interesse

Man stopper automatisk op, når man ser opslag med mennesker. Det giver historien et ansigt.

Samtidig kan man se, hvad han har arbejdet med.

Teksten
Teksten viser tydeligt: Vi er stolte.

Det giver varme og personlighed.

Det praktiske

GDPR og fototilladelser

Billeder og video af elever og medarbejdere er omfattet af GDPR-lovgivningen.

Vær ekstra opmærksom ved billede/video af børn
Når I deler billeder og video af børn, skal I være ekstra opmærksomme. Overvej altid:

- hvad I deler
- hvem der kan identificeres
- hvad billedet skal bruges til
- hvilken sammenhæng billedet indgår i.

Nogle elever kan kræve særligt hensyn. I kender eleverne bedst, og I skal derfor vurdere, om der er noget, der gør, at et billede eller video ikke bør deles.

Hvor deler I billeder/video?
Der er forskel på at dele billeder og video i et lukket forum – fx i Aula – og at offentliggøre dem på skolens hjemmeside eller sociale medier.

Offentliggørelse på internettet er som udgangspunkt mere indgribende og kræver at I vurderer, om der skal indhentes tilladelse fra forældrene.

Formål og brugssituation
Hvis I indhenter tilladelse eller samtykke, skal formålet og den konkrete brug fremgå. Det skal også fremgå, hvor længe billedet kan blive brugt til det formål. Er det fx en enkelt gang eller i hele barnets skoletid?

Gode billeder behøver ikke vise ansigter

I kan ofte fortælle en god historie uden at have enkelte personer i fokus. Det kan fx være billeder af:

- hænder, materialer og aktiviteter
- elevernes arbejde og produkter
- skolens omgivelser og læringsmiljøer
- detaljer fra en aktivitet, hvor eleverne ikke kan identificeres.

Husk, at et billede godt kan være en personoplysning, selv om det ikke viser et ansigt. Det afgørende er, om personen kan identificeres direkte eller indirekte ud fra andre elementer på billedet eller i den sammenhæng, billedet optræder i.

I tvivl om I må dele?
Det er skolen selv, der er ansvarlig for at vurdere, om et billede eller en video kan deles. Er I i tvivl, så undersøg reglerne, inden I deler - fx på Datatilsynets hjemmeside.

Læs mere hos Datatilsynet
Datatilsynets "Tjekliste ved skolers brug af billeder og video" kan hjælpe jer med at vurdere, hvad I skal være opmærksomme på.
Find den på www.datatilsynet.dk.

Få rådgivning om kommunikation

Kommunikation og Presse

I Kommunikation og Presse kan vi hjælpe jer med forskellige kommunikationsindsatser. Vi rådgiver bl.a. om:

✔️ Kommunikation på hjemmeside og sociale medier

✔️ Forældrekommunikation i bl.a. breve, foldere, web og fysiske møder

✔️ Forandringskommunikation, fx i forbindelse med nye arbejdsgange, større organisationsforandringer

✔️ Håndtering af kritiske sager

✔️ Kampagner og rekrutteringsindsatser

✔️ Visuel identitet, grafiske produkter, foto, video mv.

Kontakt os tidligt i processen

Jo før I involverer os, jo bedre. For jo tidligere, vi kommer med i arbejdet, jo bedre kan vi sikre at indsatsen giver jeres arbejde det løft, I har brug for.

Tag derfor gerne fat i os, inden I selv går i gang med at tænke i konkrete kommunikationsprodukter.

Så får vi de bedste resultater.

Kontakt os
Kontakt Kommunikation og Presse ved at sende en mail til kommunikation@kk.dk.