



Velkommen til webinar | 18. juni 2026

LÆS LIDT. GIV MEGET.

LÆSEKULTURI
FORANDRING

Sammen med folkebiblioteker og skolebiblioteker over hele landet, bibliotekschefforeningen, Skolebiblioteksforeningen, Landsforeningen skole & bøger, Danske museer, Center for Anvendt Skoleforskning, Nationalt videnscenter for læsning, SUMH (sammenslutningen af unge med handicap) m.fl.



INDSATSEN ER STØTTET AF



LÆSEKULTUR I
FORANDRING

LÆSEKULTUR I FORANDRING

Hvad sker der i indsatsen lige nu

Vi er i gang med at etablere fundamentet for indsatsen

- Partnerskabsaftaler med de nationale aktører færdiggøres
- Kommunale samarbejdsaftaler indgås
- Organisering, roller og samarbejdsstrukturer etableres
- Rammerne for de tre spor konkretiseres

Samtidig udvikles enkelte initiativer som en del af forberedelserne til indsatsen

PROGRAM

- Kampagnens budskab og formål
- Mød vores læsefamilie
- Kampagnens udtryk
- Materialer
- Hvilke platforme udkommer vi på?
- Lanceringstidspunkt
- Rettigheder
- 3 take-aways
- Spørgsmål

BUDSKAB OG FORMÅL

- **Læs lidt. Giv meget.** = Du (forælder) giver meget, hvis du læser lidt (for dit barn).
- Kampagnen vil understrege **forældrenes betydning** for deres børns læsekultur og der findes ikke én vej.
- Inspiration hentet i **Læselyst Rudersdal 2024**: hvad der sker i hjemmet har stor betydning for børns læseglæde og forældrenes rolle kan ikke understreges nok.



VORES "LÆSEFAMILIE"

- Julie Lundorff og Morten Kamuk som mor og far (influencer/skuespillere)
- De er begge aktive på sociale medier, hvor de laver sketch/satire
- To børn, der udsættes for deres mere eller mindre geniale indfald til at få læsning ind i et travlt familieliv.
- Produceret i samarbejde mellem Det digitale folkebibliotek og Super Poul (Adrian)

LÆS LIDT.
GIV MEGET.



LÆSEKULTUR I
FORANDRING

KAMPAGNENS UDTRYK

Fokus på **videoindhold** der skal performe godt og nå langt ud

- Forsøg på at nå **nye forældremålgrupper**, som:
 - ikke bruger bibliotekerne
 - “famler” i forsøget på at få læsningen ind
 - ikke nødvendigvis ved, at de **kan** gøre en stor forskel
 - Bruger (meget) tid på **sociale medier** (FB, IG og YT)
- **Humor/sketch** leverer budskabet
- Tone-of-voice: Balance i alvoren i budskabet, uden løftede pegefingre.
- Kh. Biblioteket



MATERIALER

- Videoer med undertekster – 3 lange (16:9), 5 korte (shorts)
 - Skriv til mig på ntk@fddf.dk hvis I vil have dem tilsendt.
- Skærmgrafikker - høj- og bredformat
- Print selv-plakater til biblioteksrummet
- SoMe-formater
- 4 artikler med udgangspunkt i kampagnens budskab + boglister + samling af flere artikler og børn og læsning
- Hvis I sidder med særlige ønsker/ideer til biblioteksrummet, fx noget der kunne være rart at kunne give til forældrene, så skriv det i chatten.

HVILKE PLATFORME UDKOMMER VI PÅ?

- Kampagneside på Delingstjenesten
 - Tags: Læs lidt. Giv meget. + Læsekultur i forandring
- YouTube via Bibliotekernes Nationale Redaktion
- eReolens Facebook
- eReolens Instagram
- Jeres platforme (hjemmesider, SoMe, biblioteksrummet)

LANCERINGSTIDSPUNKT

- Kampagnen lanceres den **8. september** på FN's læsedag, hvor forældrene er tilbage i hverdagen efter sommerferie - klar til nye læsevaner
- Det falder sammen med Read Hour og andre læsedagsaktiviteter
 - Hvis I allerede har en masse planlagt, så brug kampagnen fra den 9. september - vi kører annoncering en måned fra lancering
 - Hvis I mangler indhold i forbindelse med læsedagen, så brug gerne vores indhold - eller vis en af videoerne i forbindelse med et læsearrangement
- Materialerne vil ligge klar på Delingstjenesten fra ultimo uge 34 (21. august).

RÆTTIGHEDER

Flg. gælder for flg. parter: Det Digitale Folkebibliotek, kommunernes biblioteker, skolebiblioteker, Danmarks biblioteksforening, CFU, Central bibliotekerne, DGI og Tænketanken Fremtidens biblioteker (herefter parterne).

Alle materialer må lanceres fra **d. 8. september kl. 10.**

- Videoer i **det fysiske rum** må bruges **1 år fra lancering**. Skriv til os, hvis I vil have dem tilsendt.
- Alle **digitale filer** må benyttes **1 år fra lancering**. Altså ikke efter 8. september 2027.
- Alle fysiske print må bruges **6 mdr. fra lancering fx plakater**
- Alle digitale filer (videoer, skærmgrafik) må anvendes på div. platforme (nyhedsbreve, hjemmesider, apps og sociale medier) fra lanceringstidspunktet.
- Man må ikke redigere i billeder, video eller lign.
- De lokale biblioteker har ret til at tilføje informationer om lokale indsatser samt eget logo til det trykte materiale, såfremt der er en tydelig og relevant kobling til kampagnens formål.
- **Take-down på alt efter 3 år.**
- **Hvis I udgiver digitale selv på fx SoMe er det jeres ansvar at overholde takedown.**

Skriv til os, hvis I mangler et format, har et ønske eller er i tvivl.



3 TAKE-AWAYS

- Lancering 8. september
 - Materialer klar 21. august
- Sketch-videokampagne til “famlende” børnefamilier
- Meld ind med ønsker til materialer til jeres bibliotek fx en familie-læseliste

Vi håber, I vil være med!

SPØRGSMÅL

Nanna Taudahl, ntk@detdigitalefolkebibliotek.dk

Lærke Toftdahl, lmt@detdigitalefolkebibliotek.dk

LÆSEKULTUR I
FORANDRING



LÆS LIDT. GIV MEGET.

LÆSEKULTUR I
FORANDRING