



Scenario för aktiviteter inom ramen för Read for Real – inspiration och steg för genomförande med exempel

1. ORGANISATION AV #READFORREAL ONLINE READING ALOUD FESTIVAL

Mål:

Att främja högläsning genom digitala videomaterial som är tillgängliga internationellt.

Hur man gör det:

- Planera evenemanget i anslutning till den nationella högläsningsdagen (t.ex. i november).
- Skapa eller samla korta filmer med högläsning där lokala kändisar, författare, lärare eller läsambassadörer deltar.
- Dela materialet online (YouTube, sociala medier, utbildningsplattformar).
- Samarbeta med andra organisationer och partners från projektet Read for Real för att utbyta erfarenheter och marknadsföra varandras evenemang.

Exempel på effektivitet:

Den tyska organisationen Stiftung Lesen har sedan 2020 genomfört Online Reading Festival som ett digitalt svar på pandemirestriktionerna. Inom ramen för denna festival har över 33 filmer med högläsning av kändisar och författare skapats, som har nått över 1 miljon visningar.

2. ENGAGEMANG FRÅN OFFENTLIGA PERSONER OCH POLITISKT BESKYDD

Mål:

Att höja kampanjens prestige och räckvidd genom deltagande av myndigheter och offentliga personer.





Hur man gör det:

- Kontakta lokala eller nationella ledare (presidenten, kulturministern, borgmästaren).
- Föreslå att de blir beskyddare för evenemanget eller deltar i offentliga högläsningssessioner.
- Anordna "öppna dagar" eller möten på symboliska platser (t.ex. statsresidens, rådhus) där högläsning kommer att äga rum.
- Uppmuntra till att införa en årlig tradition med högläsning med deltagande av myndigheter och kända personer. Låt dem läsa sina favoritböcker.

Exempel på effektivitet:

Stiftung Lesen har sedan 37 år tillbaka Tysklands presidents beskydd. Varje år anordnas under de så kallade "öppna dagarna" i Schloss Bellevue offentliga läsningar med deltagande av presidenten och hans maka, kändisar och författare. Evenemanget åtnjuter stor prestige och medieintresse. Arrangörerna uppmuntrar Read.ForReal-partnerna att knyta liknande kontakter med myndigheterna i sina länder och att införa sådana traditioner.

I Polen har man i många år anordnat en nationell läsning under presidentparets beskydd.

3. UTNYTTJANDE AV BOKMÄSSOR OCH BRANSCH-EVENEMANG

Mål:

Marknadsföring av #ReadForReal på branschforum och internationellt.

Hur man gör det:

- Identifiera de viktigaste bokmässorna och litterära evenemangen i ditt land (t.ex. Frankfurt, Bologna, festivaler etc.).
- Föreslå att man anordnar diskussionspaneler eller workshops med deltagande av författare, förläggare, bokhandlare, bibliotekarier, lärare och internationella partners.
- Panelerna kan handla om inspiration kring #ReadForReal: hur man kan delta, hur det kan aktivera den lokala gemenskapen på ett fantastiskt sätt, hur enkelt det egentligen är.
- Uppmuntra partners från andra länder att delta på distans eller på plats för att öka räckvidden och utbytet av erfarenheter.

Exempel på effektivitet:

Stiftung Lesen samarbetar med de största tyska bokhandlarna och förlagen under de största bokmässorna, såsom Frankfurt, Warszawa och Paris. Där anordnar de diskussionspaneler om främjande av läsning och läsförmåga. Vi uppmuntrar Read.ForReal-partnerna att genomföra liknande aktiviteter på sina mässor och festivaler för att öka kampanjens internationella synlighet.



4. KAMPANJ I SOCIALA MEDIER MED DELTAGANDE AV BOKHANDLAR OCH KÄNDISAR

Mål:

Öka barns och ungdomars engagemang i #ReadForReal genom moderna kommunikationsskanaler.

Hur man gör det:

- Samarbeta med lokala eller nationella bokhandelskedjor som har sociala medier-profiler riktade till unga målgrupper.
- Planera en serie #ReadForReal-möten i dessa fysiska bokhandlar.
- Bjud in populära personer (kändisar, författare, influencers) att delta i kampanjen för att marknadsföra #ReadForReal-mötena på Instagram, TikTok eller YouTube.
- Skapa engagerande innehåll: utmaningar, läsning av bokutdrag, litterära frågesporter, livestreaming med läsning och hashtaggen #ReadForReal. Bjud in barn att delta i offline-möten i bokhandlarna.
- Uppmuntra mottagarna att delta och dela sina inspelningar med läsning.

Exempel på effektivitet:

I Tyskland samarbetar Stiftung Lesen med den näst största bokhandelskedjan Hugendubel, som har ett Instagram-konto riktat till barn ("kids insta account"). I kampanjerna deltar kändisar och författare som främjar högläsning på sociala medier. Partnerskapet bygger en bro mellan bokhandlar, kreatörer och läsare, vilket stärker engagemanget och kampanjens genomslagskraft.

