

# NÅR VALGFESTEN UDEBLIVER

– *en undersøgelse af årsager til ikke at stemme  
og forslag til, hvordan vi gør noget ved det.*

mandagmorgen

TÆNKETANKEN

# Indholdsfortegnelse

Om projektet	3
Sådan finder du rundt	3
Fakta: Hvem er det, som ikke stemmer?	4
Del 1: Sådan gjorde vi	5
Fakta: De seks fokusgrupper	8
Del 2: Udfordringer	9
Del 3: Idékatalog	20
Videnspersoner og eksperter	33
Slutnoter	34



*”Demokratiet er lidt som en kirke. Vi bliver alle født ind i demokratiet. Mange bliver døbt og konfirmeret, fordi det er en del af vores kultur. Men man skal være virkelig passioneret for at gide deltage i kirkens aktiviteter. Sådan er det også med demokratiet. Man skal virkelig være engageret for at gide deltage i demokratiet.”*  
- Erhvervsskoleelev

# Om projektet

Man siger at valgdage er demokratiets festdage, og den 16. november 2021 skal vi til det igen, når der afholdes kommunal- og regionsrådsvalg.

Det er dog ikke alle, der møder op og deltager i festen. Selvom vi har en høj valgdeltagelse, så er der grupper i samfundet, som ikke deltager i demokratiet, og hverken stemmer til folketingsvalg, lokale valg eller deltager i det helt nære demokrati i foreninger og civilsamfund.

På mange måder findes der et demokratisk A- og B-hold. A-holdet møder op hver gang og domineres af personer med lange uddannelser, personer i arbejde, personer med etnisk dansk baggrund og personer i alderen 40-79 år. Det demokratiske B-hold stemmer sjældent og domineres af personer med korte uddannelser, personer langt fra arbejdsmarkedet, personer med minoritetsetnisk baggrund og de unge, når de flytter hjemmefra. Der findes med andre ord en stor gruppe, som har vendt demokratiet ryggen, og som ikke deltager i det.

Efterhånden ved vi en del om, hvad der karakteriserer de grupper, som har valgt demokratiet fra. Til gengæld ved vi mindre om, hvorfor de ikke deltager.

Det forsøger dette projekt at tage de første skridt til at lave om på. Vi har nemlig været landet rundt og lavet fokusgrupper og interviews med nogle af de personer, som har valgt demokratiet fra. Med baggrund i disse fokusgrupper og interviews – samt drøftelser med en lang række eksperter – præsenterer vi i det følgende først de indsigter, vi er nået frem til, og derefter et idekatalog med forslag til initiativer, der kan øge valgdeltagelsen.

Idekataloget er særligt rettet mod kommuner, regioner, boligorganisationer, uddannelsesinstitutioner, foreninger og civilsamfundsorganisationer. Flere af initiativerne kan dog sagtens stables på benene af andre aktører også.

Projektet er et resultat af et samarbejde mellem Tænketanken Mandag Morgen, Dansk Ungdoms Fællesråd, Kommunernes Landsforening, Danske Regioner, BL – Danmarks Almene Boliger og Tuborgfondet.

Ansvar for publikationens indhold er alene Tænketanken Mandag Morgens.

# Sådan finder du rundt

Publikationen er delt i tre:

## 1. Sådan gjorde vi:

Her kan du læse om vores fremgangsmåde med særligt fokus på de afholdte fokusgruppesamtaler.

## 2. Udfordringer:

Her kan du dykke ned i årsagerne til, at nogle personer vender demokratiet ryggen.

## 3. Idékatalog:

Her kan du se vores forslag til initiativer, der kan øge valgdeltagelsen for den gruppe af mennesker, som har valgt demokratiet fra.

# Fakta: Hvem er det, som ikke stemmer?<sup>1</sup>

## **Køn:**

Vi ved, at køn har en betydning for stemmedeltagelsen. Mænd stemmer generelt lidt mindre end kvinder, men kvinder er til gengæld en mindre del af det "samtalende demokrati" og diskuterer og kommenterer f.eks. mindre på Facebook<sup>2</sup>.

## **Alder:**

Vi ved, at alderen har en effekt på stemmedeltagelsen. De hjemmeboende førstegangsvælgere har en større stemmedeltagelse end gennemsnittet. Fra 19-årsalderen ind til 29 år ser vi et fald, og fra 30 til 79 stiger den igen. De 40 til 79-årige har en stemmedeltagelse over gennemsnittet.

## **Etnicitet:**

Vi ved, at etnisk baggrund har betydning for stemmedeltagelsen. Personer med dansk etnisk baggrund har en større stemmedeltagelse end indvandrere og efterkommere fra ikkevestlige lande og nye europæiske lande. Efterkommere har en generelt højere stemmedeltagelse end indvandrere, men stadig markant under etnisk danske personer.

## **Uddannelse:**

Vi ved, at længden på uddannelsen har en effekt på stemmedeltagelsen. Folk med grundskole eller erhvervsskole har en lavere stemmedeltagelse end gennemsnittet, hvorimod folk med en kort, mellem eller lang uddannelse har en stemmedeltagelse over gennemsnittet.

## **Indkomst:**

Vi ved, at indkomsten har en effekt på stemmedeltagelsen. Folk, der tjener under 300.000, har en stemmedeltagelse under gennemsnittet, mens folk, der tjener under 100.000, har den laveste stemmedeltagelse. Bemærk, at denne effekt næsten forsvinder, når man kontrollerer for uddannelsesniveau.

## **Borgere uden for arbejdsmarkedet:**

Vi ved, at ens beskæftigelsesstatus har en betydning, men vi ved også, at det har en effekt, hvilken social ydelse man modtager. Folk på integrationsydelse, kontanthjælp, ressourceforløb og førtidspension ligger markant under gennemsnittet, hvorimod efterløn/folkepension og flexjobbere har en stemmedeltagelse over gennemsnittet.

## DEL 1

# Sådan gjorde vi

Tænketanken Mandag Morgen har afviklet i alt seks semi-strukturerede fokusgruppeinterviews med henblik på at få en dybere indsigt i de udvalgte gruppers motivation og demotivation i forhold til valgdeltagelse.

Alle fokusgruppeinterviews blev afviklet fra oktober til december 2020. I alt deltog 47 personer, fordelt på seks forskellige fokusgrupper.

Som opfølgning på fokusgrupperne blev der desuden gennemført dybde interviews med to af fokusgruppedeltagerne. Formålet med de opfølgende interviews var at få indsigt i mere fortrolige tematikker, som det ikke var oplagt at spørge ind til under fokusgruppeinterviews.

### Rekrutteringsparametre

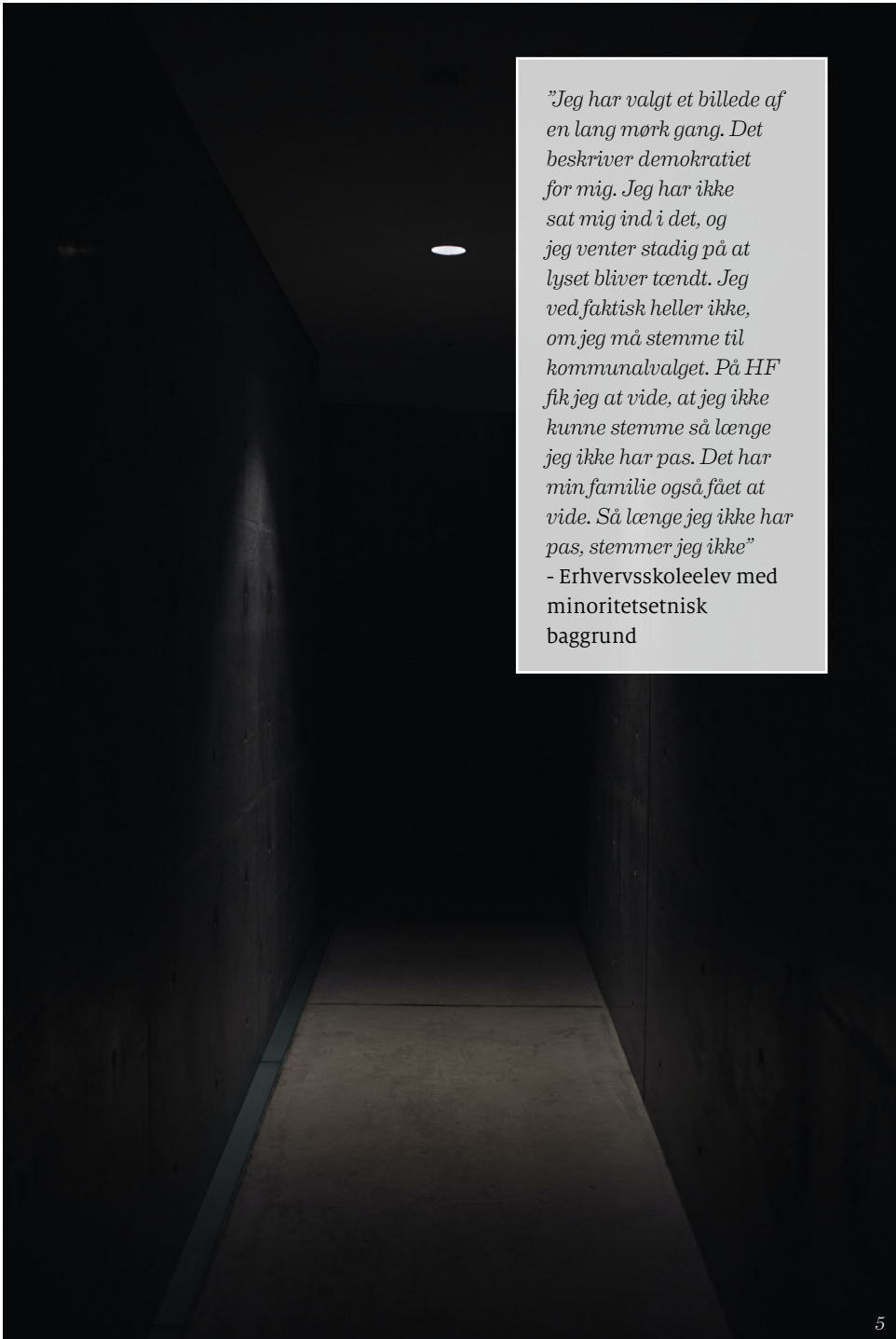
De seks fokusgrupper blev udvalgt i tæt dialog med projektets partnerkreds og blev sammensat, sådan at vi kom i dialog med forskellige grupper, som er underrepræsenterede, når det gælder valgdeltagelse (Se side 7).

Vi traf fra starten af et bevidst valg om, at vi ikke ville rekruttere målgrupper 1:1 i forhold til befolkningsgrupper med lavere stemmedeltagelse. I stedet besluttede vi at identificere nogle forskelligartede miljøer.

Følgende overordnede, overlappende befolkningsgrupper har været guidende for sammensætningen af de enkelte fokusgruppemiljøer.

- Indvandrere og efterkommere (ikkevestlig baggrund)
- Kortuddannede (f.eks. grundskole, erhvervsuddannelse)
- Unge mellem 19-29
- Borgere uden for arbejdsmarkedet

Hvad angår grupper af borgere uden for arbejdsmarkedet, gælder det, at nogle undergrupper faktisk stemmer mere end gennemsnittet, f.eks. SU-modtagere og efterlønnere. Dette var vi særlig opmærksomme på ift. den gruppe, som blev rekrutteret af Userneeds – se oversigt s. 6. Her indgik som udvælgelseskriterie, at deltageren skulle være på enten kontanthjælp, førtidspension eller i ressourceforløb.



*”Jeg har valgt et billede af en lang mørk gang. Det beskriver demokratiet for mig. Jeg har ikke sat mig ind i det, og jeg venter stadig på at lyset bliver tændt. Jeg ved faktisk heller ikke, om jeg må stemme til kommunalvalget. På HF fik jeg at vide, at jeg ikke kunne stemme så længe jeg ikke har pas. Det har min familie også fået at vide. Så længe jeg ikke har pas, stemmer jeg ikke”*  
- Erhvervsskoleelev med minoritetsetnisk baggrund



*"Jeg har valgt en  
ruchebande. Det beskriver  
demokratiet. Jeg synes alt  
kører op og ned og skifter  
retning hele tiden"  
- arbejdsløs mand i  
50'erne*

### **Køn, alder og geografi**

Deltagerne blev udvalgt med henblik på at sikre spredning på geografi og alder. Som følge af et lokalt covid-19-udbrud måtte vi dog aflyse en fokusgruppe fra Høje Taastrup og samle en fokusgruppe i Tingbjerg i stedet. Det betød, at vi havde lidt flere deltagere fra København end oprindelig planlagt.

Grupperne var sammensat, så der var en blandet kønsfordeling. Valget af en ligelig kønsfordeling beror på, at mænd er en smule underrepræsenterede i valgdeltagelse, mens at kvinder omvendt er underrepræsenterede i det samtalende demokrati<sup>3</sup>. En enkelt af grupperne, fokusgruppen i Tingbjerg, bestod dog primært af kvinder.

### **Demokratisk deltagelse**

Et sidste parameter for gruppesammensætningen omhandler deltageres demokratiske motivation og demotivation. Her har nogle grupper været sat sådan sammen, at de har bestået udelukkende af deltagere, som f.eks. ikke stemmer til valg, mens andre grupper har været sammensat sådan, at der både har været deltagere, som stemmer, og deltagere, som ikke stemmer. Ligeledes har grupperne været blandet i forhold til anden deltagelse i demokratiet, f.eks. deltagelse i foreninger, idrætsklubber eller debatmiljøer på sociale medier. Denne blanding er foretaget med henblik på at åbne op for, og identificere, forskellige sociale dynamikker.

Screeninger omkring motivation og demotivation ift. f.eks. valgdeltagelse blev i enkelte tilfælde foretaget af den lokale kontaktperson, der stod for at rekruttere fokusgruppen. I andre tilfælde foretog den lokale kontaktperson en vurdering uden at spørge direkte ind til demokratisk deltagelse forud for fokusgruppen. Alle fokusgrupper er undervejs i gruppeinterviewet blev spurgt om deres demokratiske deltagelse. En enkelt fokusgruppe – fokusgruppen i Kerteminde – viste sig at bestå udelukkende af deltagere, som stemmer. Fokusgruppeinterviewet fokuserede derfor primært på deltageres naboer og omgangskreds. Derudover brugte vi interviewet til at identificere eventuelle bemærkelsesværdige forskelle ift. de blandede grupper og de ikkedeltagende grupper. Fokusgruppeinterviewet har generelt vægtet mindre i analysen.

En enkelt fokusgruppe blev rekrutteret i samarbejde med Userneeds, og her blev deltagerne forud for gruppeinterviewet screenet ift. valgdeltagelse. Alle deltagerne havde således indikeret, at de ikke havde deltaget i Folketingsvalget 2019 og Kommunalvalget 2017.

## Metoder

Fokusgrupperne blev afviklet over to timer, og øvelserne var designet med henblik på tre overordnede tematikker:

- At forstå motivation og barrierer for deltageres (manglende) deltagelse i demokratiet, herunder særligt valgdeltagelse.
- At få indblik i hvilke initiativer deltagerne tror kunne øge deres egen (og naboers, medstuderendes) valgdeltagelse.
- At få indblik i deltageres kendskab og engagement i kommunal- og regionsrådsvalget.

Fokusgrupperne er blevet præsenteret for en række forskellige øvelser, som hjalp deltagerne med at åbne op for deres holdninger og følelser ift. politik, demokrati og valgdeltagelse. Forløbet blev designet, så grupperne fik mulighed for at sætte ord på forskellige barrierer ift. demokratisk deltagelse.

*”Når jeg tænker på demokratiet og på at stemme, så tænker jeg på at mødes. På fællesskab. Man mødes måske til noget mad, nogle øl og noget hygge.”*  
- Beboer i boligområde med lav stemmedeltagelse.



# Fakta: De seks fokusgrupper

FOKUS-GRUPPE-MILJØ	ERHVERVS-SKOLE-ELEVER	UNGE HJEMLØSE	BEBOERE FRA SYBERGS HAVE	BEBOERE FRA HÅNDVÆRKERPARKEN	BORGERE UDEN FOR ARBEJDS-MARKEDET	BEBOERE FRA TINGBJERG
GEOGRAFI	Sønderborg, EUC Syd	Valby, Hellebro	Kerteminde, Sybergs Have	Århus, Håndværkerparken	Storkøbenhavn, rekrutteret af Userneeds	København, Tingbjerg
ÅRSAG TIL VALG AF FOKUS-GRUPPE	Skole med lavest demokratiske selv-tillid målt af DUF. Skolen havde 14,9% ift. et lands-gennemsnit på 30,9 %.	Valgdeltagelsen hos udsatte grup-per såsom hjem-løse vurderes at være meget lav.	60 % har kort ud-dannelse i bolig-området. 35 % står uden for arbejdsmarkedet i boligområdet.	Boligområde med lav valgdeltagelse. 42 % står uden for beskæftigelse. 93 % har vestlig baggrund.	Deltagere blev rekrutteret af User-neds og var enten i ressourceforløb eller på førtids-pension eller på kontanthjælp.	Boligområde med lav valgdeltagelse og mange beboere med minoritetset-nisk baggrund.
DELTAGER-KARAKTE-RISTIKA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unge (18-30).</li> <li>• Primært etnisk dansk gruppe.</li> <li>• Blandet ift. køn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unge (18-30).</li> <li>• Forskellig etnicitet.</li> <li>• Blandet ift. køn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alder: 25-70.</li> <li>• Mange pensionister.</li> <li>• Deltagere med etnisk dansk baggrund.</li> <li>• Blandet ift. køn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alder: 30-70.</li> <li>• Deltagere med etnisk dansk baggrund.</li> <li>• Blandet ift. køn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alder: 30-50.</li> <li>• Deltagere med etnisk dansk baggrund.</li> <li>• Blandet ift. køn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alder: 17-50.</li> <li>• Borgere med minoritetsetnisk baggrund.</li> <li>• Primært kvinder som er uden for arbejdsmarkedet.</li> </ul>
VALGDEL-TAGELSE	Blandet ift. stemmedeltagelse.	Primært deltagere, der ikke stemmer.	Deltagere, som stemmer.	Blandet ift. stemmedeltagelse. Overvægt af delta-gere, som stemmer.	Deltagerne har ikke stemt ved de seneste to valg	Stemmer ikke. En enkelt deltager har stemt én gang i livet.



## Udfordringer

I det følgende afsnit præsenterer vi en række udfordringer, som hæmmer valgdeltagelsen. Udfordringerne udspringer af de forskelligartede årsager til ikke at stemme, som vi har hørt om i vores gruppeinterviews, og som siden er blevet gennemgået systematisk, grupperet og kondenseret.

I det følgende præsenteres udfordringerne adskilt, men i virkelighedens verden er der sjældent én tydelig årsag til, at man ikke stemmer. Som med alt andet menneskelig adfærd, så er der mange faktorer på spil samtidig.

For overblikkets skyld har vi inddelt udfordringerne i tre grupper.

---

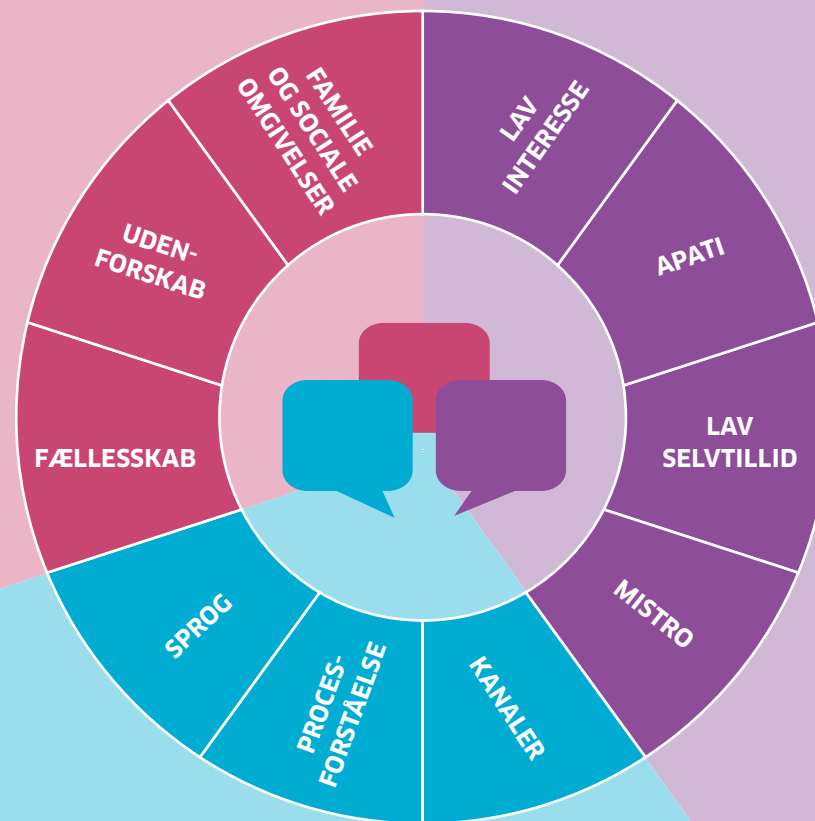
De lilla udfordringer består af holdninger og følelser. Her findes f.eks. de udfordringer, der omhandler negative holdninger til politikere og over for politik, samt følelsen af usikkerhed på egen viden om politik.

---

De blå udfordringer omhandler kontekst. Her forstået som både den fysiske og informationsmæssige kontekst. Her findes f.eks. udfordringer omhandlende tilgængeligheden af valgstedet samt karakteren af den eksisterende information.

---

De røde udfordringer omhandler det sociale. Her forstået som de udfordringer, der skyldes, at man mangler det rette sociale fællesskab. Her findes f.eks. udfordringer omkring at mangle nogen at følges med eller at komme fra en baggrund, hvor man ikke er vant til at stemme.



## LAV INTERESSE

# Politik er ikke vedkommende

Mange fokusgruppedeltagere oplever ikke, at politik har den store betydning i deres hverdag, og derfor er det ikke noget, som de interesserer sig for. De oplever ikke, at politikerne forandrer ret meget, og hvis politikerne alligevel forandrer noget, så er det ikke noget, der har betydning for deres hverdag. En konsekvens heraf er også, at stemmeafgivning ikke føles vigtigt nok i forhold til det besvær, som er forbundet med at komme ned at stemme.

*"Jeg følger generelt ikke med i politik. Det har jeg aldrig gjort. Jeg kan ikke overskue alt det der. Jeg ved heller ikke, hvem jeg skal stemme på, og jeg vil heller ikke gå hen og stemme, når jeg ikke ved det (...) Jeg tænker ikke over det eller følger særlig meget med i det. Politik er ikke en del af min tilværelse."*

– Arbejdsløs i 50'erne

*"Jeg har ikke sat mig ind i kommunalvalg. Jeg syntes, det kører meget godt. Jeg tænker, folk har styr på det."*

– Beboer i Håndværkerparken

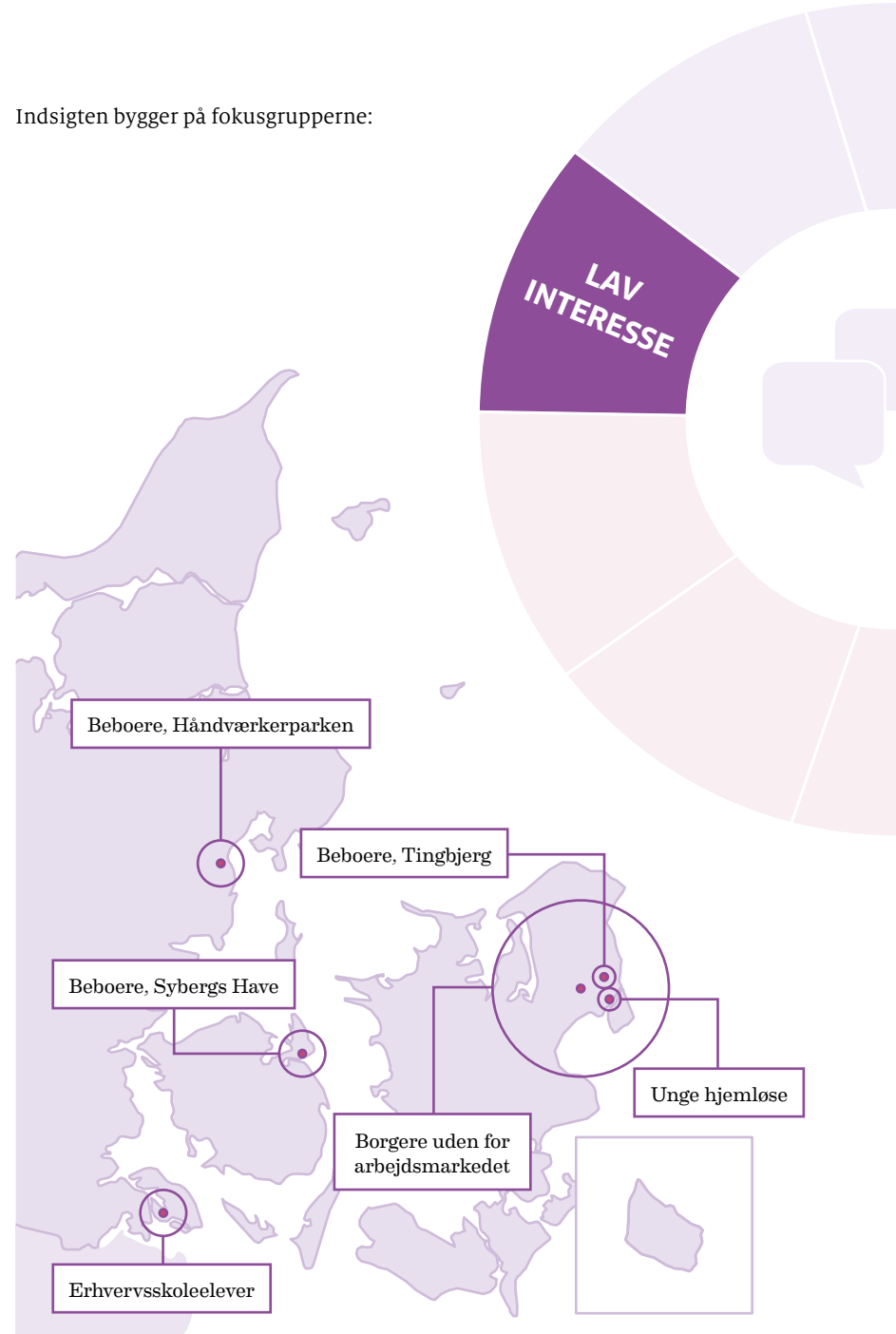
*"Politikerne snakker om mange sager, der ikke er vigtige. De ser et eller andet problem i samfundet, som ikke er der. I stedet kunne de jo få taget fat i nogle vigtige problemer."*

– Ung hjemløs

*"Jeg har aldrig rigtig interesseret mig for kommunalpolitik, og det skyldes blandt andet, at det egentlig kører helt fint i min kommune. Eller det er i al fald min opfattelse. Jeg er ikke sådan rigtig i kontakt med det kommunale system, da jeg f.eks. ikke har børn i daginstitutioner eller modtager overførselsindkomst."*

– Beboer i Håndværkerparken

Indsigten bygger på fokusgrupperne:



## APATI

# Man kan ikke forandre noget

Apatien er stor blandt mange af fokusgruppedeltagerne. De føler, det er spild af kræfter at deltage i demokratiet ved f.eks. at afgive sin stemme, da ens deltagelse alligevel ikke forandrer noget. Følelsen af apati knytter sig ikke kun til valgdeltagelsen, men også til andre måder at engagere sig på.

*"Jeg har mange kammerater, som ikke stemmer, fordi de siger, at de bare er et nummer ud af flere millioner."*

– Ung erhvervsskoleelev

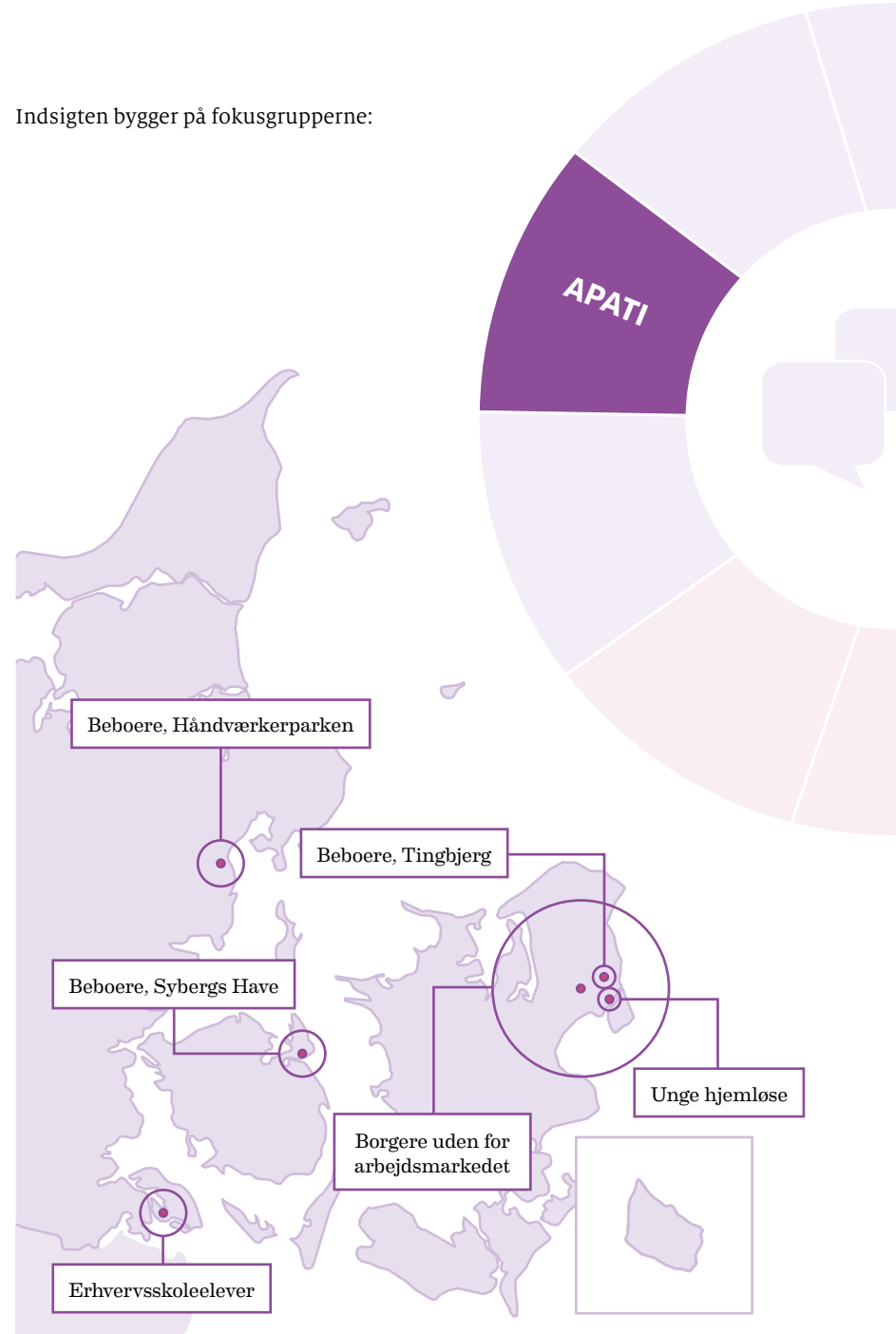
*"Det er svært at sætte sig ind i noget, der ikke giver mening for en. Jeg føler ikke, at min stemme ville gøre særlig meget. Jeg ville nok stemme, hvis der var nogen, jeg syntes, der var værd at stemme på."*

– Ung hjemløs

*"For at være ærlig, så må jeg indrømme, at her de sidste par år, så er jeg begyndt at tænke, at det alligevel ikke nytter. Jeg føler ikke, at de lytter, så selvom jeg har noteret, at valg er vigtige, så synes jeg også, at de er nytteløse."*

– Pensionist fra boligområde med lav valgdeltagelse

Indsigten bygger på fokusgrupperne:



## LAV SELVTILLID

# Jeg ved ikke nok om politik til at stemme

Er man overhovedet kvalificeret til at stemme? Hvor sikker skal man være på sine valg? Hvordan bliver man sikker på, hvad de politiske partier står for, og hvilket politisk parti der afspejler ens egne holdninger? Fokusgruppedeltagere, som primært ikke stemte til valg, gav udtryk for en lav selvtillid omkring politik og politisk viden. De tror ikke, at de ved nok om politik og er kvalificerede nok til at stemme. Den lave selvtillid afspejler dog ikke altid gruppens reelle viden om politik. Deltagerne udtrykker f.eks. politiske holdninger og kendskab til politiske emner, samtidig med at flere forsøger at sætte sig ind i politikområder gennem f.eks. besøg på politiske hjemmesider og brug af valgtests.

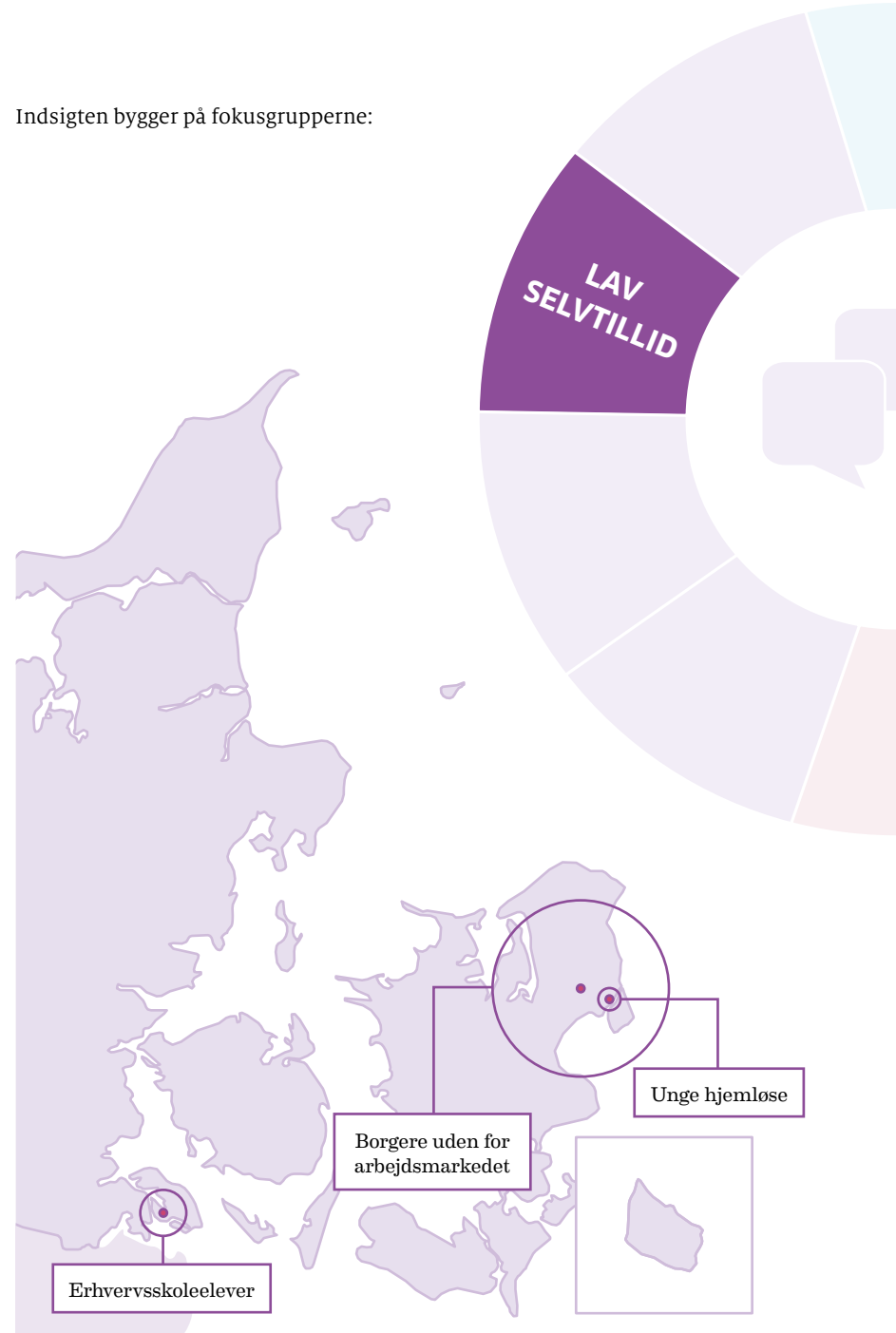
*"Politikernes sprogbrug er på et meget højt plan. De bruger sådan nogle fine ord. Vi kan ikke helt komme op på deres plan. De bliver nødt til at komme ned til os."*  
– Ung erhvervsskoleelev

*"Hvis jeg ikke er tæt på 100 % enig, så stemmer jeg ikke."*  
– Arbejdsløs i 40'erne

*"Jeg føler ikke, jeg passer ind i nogen af partierne. Der er nemlig ikke et eneste parti, som jeg er fuldstændig enig med."*  
– Ung hjemløs

*"Jeg ved ikke nok om det. Jeg kan ikke gå op at stemme, fordi jeg ikke ved, hvad de forskellige står for."*  
– Arbejdsløs i 50'erne

Indsigten bygger på fokusgrupperne:



MISTRO

## Politik er meningsløs mudderkastning

Mange i målgruppen nærer en dyb mistro til politik og politikerne. De oplever, at politikerne bruger tiden på at sværte hinanden til og varetage deres egne interesser. Den oplevelse får mange til at konkludere, at politik er et beskidt taktisk spil. Selvom følelsen af mistro ofte blev nævnt blandt folk, som ikke stemte, så var følelsen også udbredt hos nogle af dem, som både stemte og var aktive i demokratiet på anden vis.

*"Jeg stoler ikke på dem, og jeg forstår dem ikke. For mig virker det mest som et spil, hvor det handler om tælle til 90, og de gør ikke altid, hvad de siger."*

– Ung erhvervsskoleelev

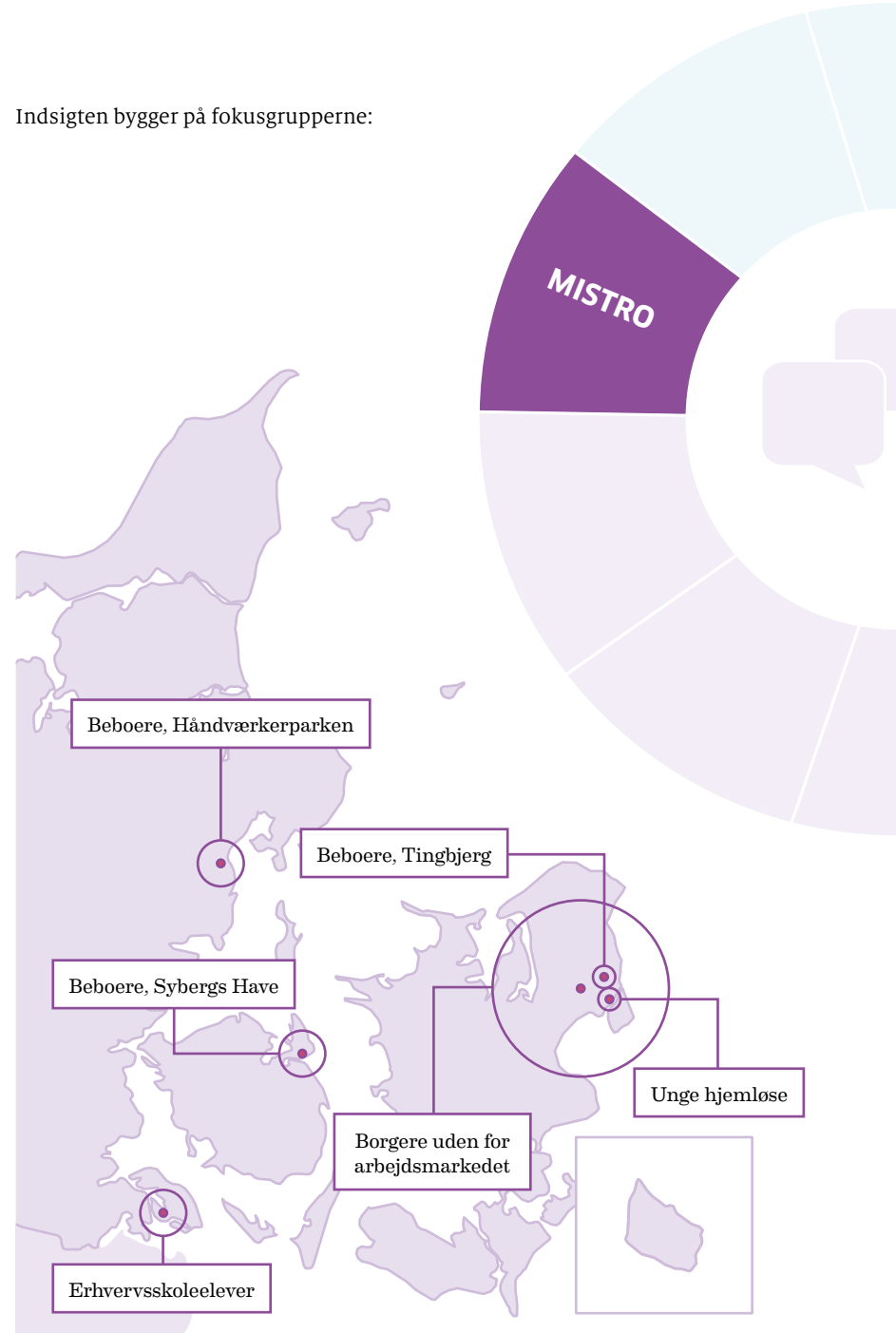
*"Det er en kolbottefabrik. De sidder der kun for at hytte deres egen skind. De vil bare være ministre et år, så de kan leve resten af livet på ministerpension."*

– Beboere i Håndværkerparken

*"I gamle dage var der forskel på partierne. Nu er de er alt for tæt på hinanden. Og der er så mange ministre, der bliver taget med fingrene i hyttefadet. Hvor fanden er deres moral henne?"*

– Beboere i Håndværkerparken

Indsigten bygger på fokusgrupperne:



## KANALER

# Vi møder ikke relevant information, der hvor vi normalt færdes

Mange af de unge i fokusgrupperne oplever ikke, at der findes relevant og tilstrækkelig information om politik, som er målrettet dem og deres hverdag. De møder ikke politik i deres hverdag, hvor de færdes, og de oplever, at eksisterende information og nyheder er irrelevante for dem. I stedet efterspørger de relevant viden formidlet på de platforme, hvor de befinder sig.

*"Det ville hjælpe på interessen, hvis vi hørte om det og stødte på det i vores hverdag. Når jeg ikke støder på det, så tænker jeg ikke over det."*

– Ung Hjemløs

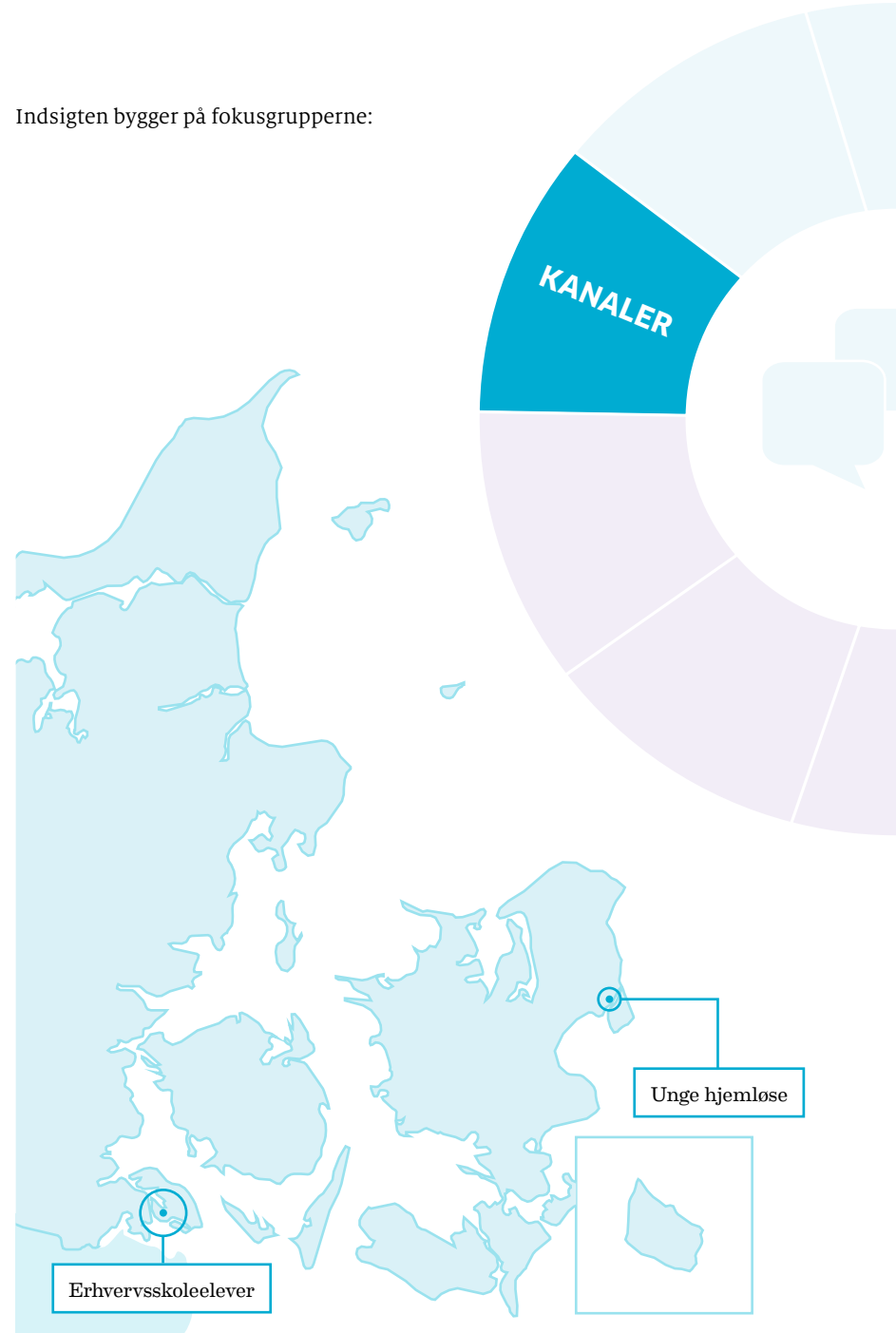
*"Det handler jo også om manglen på information. Det kan gøre det svært. Der mangler noget, som er målrettet de unge. F.eks. folkeskolevalget. Det var først med det, at jeg begyndte at sætte mig ind i det. Før gik jeg bare lidt rundt i mørket."*

– Ung erhvervsskoleelev

*"Hvis man brugte andre kanaler, så kunne det hjælpe med at få unge ud at stemme. YouTube er f.eks. et medie, vi bruger, men det bliver slet ikke udnyttet af politikere. Det er et medie, som for eksempel (Rasmus) Paludan bruger. Jeg vil aldrig stemme på ham. Men der er jo en grund til, at alle unge ved, hvem han er."*

– Ung hjemløs

Indsigten bygger på fokusgrupperne:



## PROCESFORSTÅELSE

# Manglende basal viden om valghandlingen

De konkrete elementer og skridt i en valgrejse opleves som forvirrende og svære at aflæse. Hvordan kan jeg se, om jeg må stemme? Hvorfor er der så mange navne på stemmesedlen? Hvor mange krydser må man sætte? Hvordan brevstemmer man? Mange ikkevælgere er uvidende om elementære elementer i en valgdeltagelse. I flere gruppeinterviews rejste en gennemgang af "valgrejsen" mange spørgsmål til de enkelte elementer. Mange i fokusgrupperne pegede også på, at sygdom, angst, indlæggelse eller gangbesvær kunne komme i vejen for stemmeafgivelse, og der manglede viden om de hjælpemuligheder, man kan benytte.

*"Hvad er et valgkort? Hvor mange kryds må man sætte?"*

– Ung Erhvervsskoleelev

*"Hvordan får jeg et valgkort?"*

– Ung hjemløs

*"Min mand og jeg tog ned for at stemme på den lokale skole for første og eneste gang. Vi blev begge meget forvirrede, da vi så valgkortet. Jeg fandt senere ud af, at vi begge ved en fejl havde stemt på Pia Kjærsgaard."*

– Beboer fra Tingbjerg

*"Jeg ved faktisk ikke, om jeg må stemme til kommunalvalget. På HF fik jeg at vide, at jeg ikke kunne stemme, så længe jeg ikke har pas. Det har min familie også fået at vide. Så længe jeg ikke har pas, stemmer jeg ikke."*

– Ung erhvervsskoleelev

Indsigten bygger på fokusgrupperne:



## SPROG

# Sproglige barrierer gør dansk politik svært tilgængelig

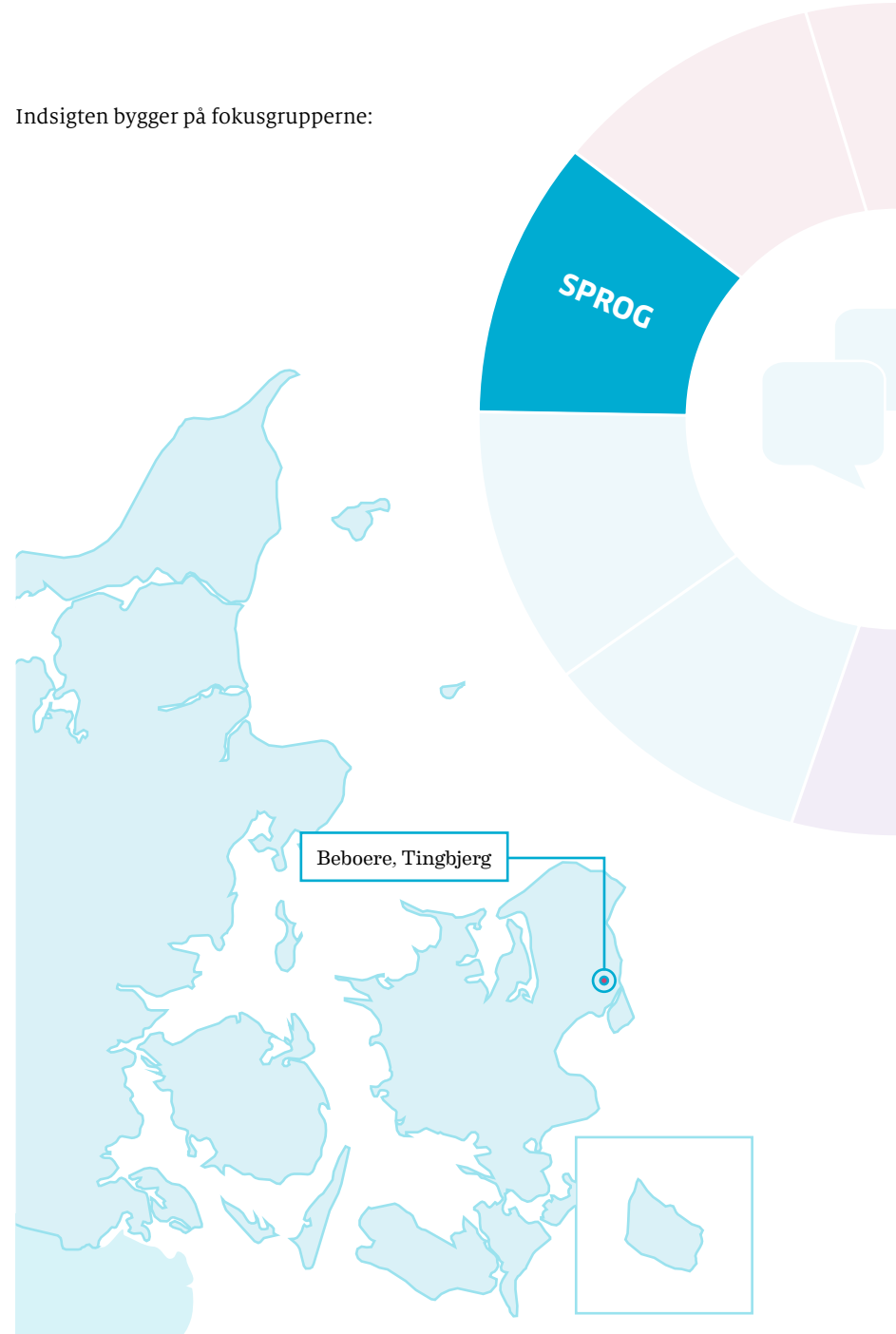
Fokusgruppen i Tingbjerg viste, at sproglige barrierer gør dansk politik svært tilgængelig, både hvad angår kendskab til valgdeltagelse og indblik i de politiske partier. Det manglende sprog er dog ikke udtryk for manglende interesse i politik. Mange i gruppen orienterer sig i stedet mod politik og politiske nyheder fra deres oprindelsesland, hvor de forstår den politiske kontekst, og sproget ikke er en forhindring for at kunne følge med. Derudover viste gruppen også interesse i emner som eget nærområde, tryghed, kriminalitet, ghettolov og arbejdsløshed.

*”Det er svært, når man ikke forstår dansk så godt, og når man så snakker politik, så er det virkelig svært. Jeg følger politik i mit eget land, men ikke her i Danmark.”*  
– Beboer fra Tingbjerg

*”Det ville hjælpe, hvis man kunne lave en hjemmeside, hvor man kunne vælge sprog. Nu læser jeg jo farsi, og det kunne også være fedt at læse plakater på mit eget sprog.”*  
– Beboer fra Tingbjerg

*”Der er mange unge på gaden, som gør en masse dumt. Jeg er bange. De går rundt med kniv og ryger hash. Deres forældre skal sige, de skal komme hjem. De sidder og planlægger, hvad de skal stjæle og mere. De går også og tisser i vaskeriet.”*  
– Beboer fra Tingbjerg

Indsigten bygger på fokusgrupperne:





## FÆLLESSKAB

# Det opleves som intimiderende at skulle stemme alene

Det kan opleves intimiderende at skulle stemme og tage til valgstedet alene – især når man ikke har prøvet det før. Folk, der ikke stemmer, kommer ofte fra familier, hvor man ikke drøfter politik, og mange har ikke oplevet at være med til at afgive stemme sammen med f.eks. forældre i løbet af deres opvækst. Som med alt andet i livet kan det føles mere trygt at afprøve nye og ukendte oplevelser sammen med andre. Selve valgreisen kobles derfor til en række sociale triggere:

*”Det her med at stemme – det ser jeg lidt som en rutsjebane. Hvis du ser en megafed rutsjebane, så kan det nogle gange være svært at stille sig i kø til den. Men det bliver lettere, hvis du har en kammerat med, som siger: Nu tager vi fandme den her rutsjebane sammen.”*

– Ung erhvervsskoleelev

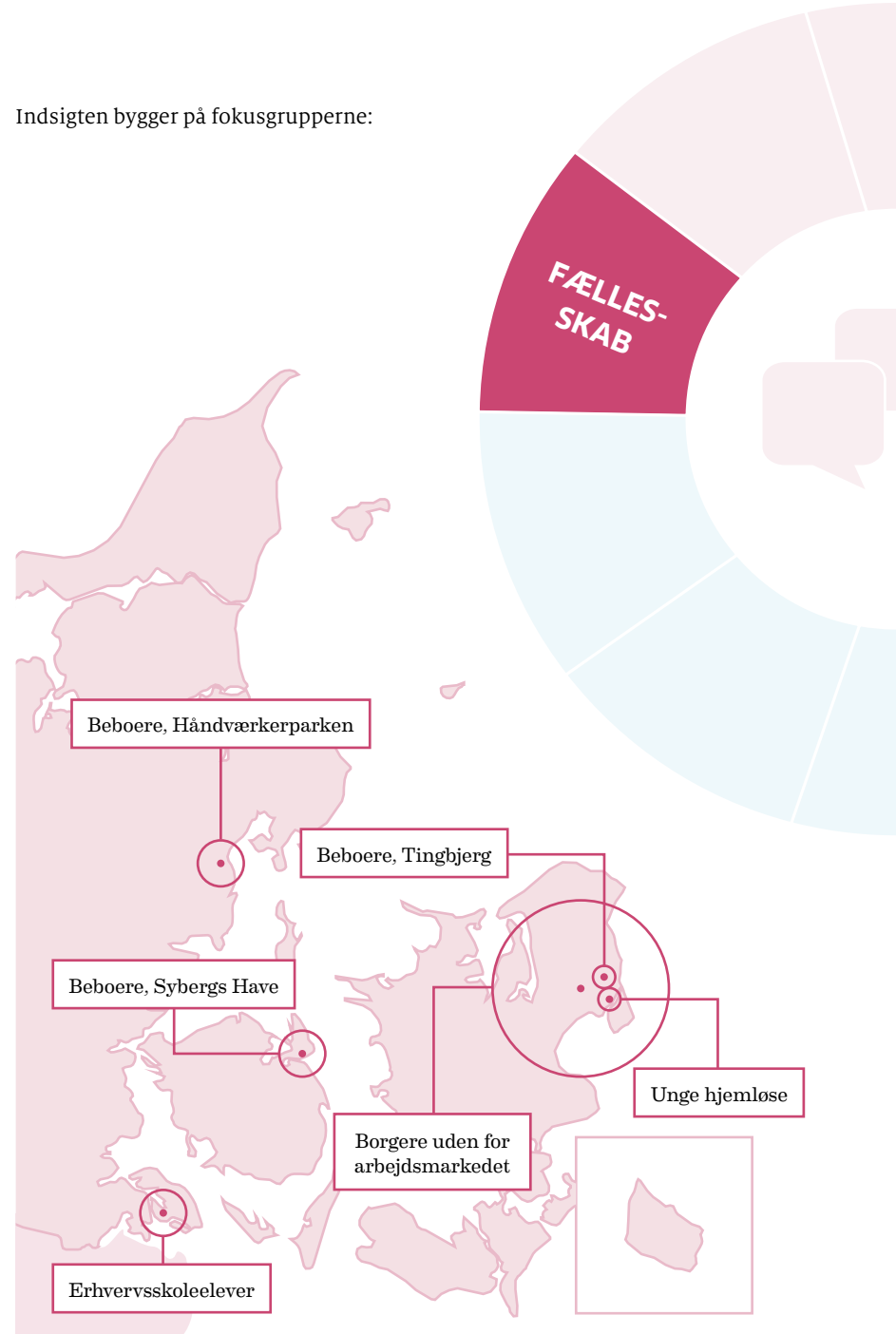
*”Jeg tror, det ville hjælpe, hvis foreninger kunne samle folk op. Nu er jeg jo lige blevet halvtreds, så i mit tilfælde kunne det være Ældre Sagen, der arrangerede en gåtur, hvor man gik op og stemte i samlet trop.”*

– Arbejdsløs i 50'erne

*”Jeg stemmer næsten altid sammen med venner og bekendte. Det hjælper, at man er sammen om det.”*

– Beboer i Håndværkerparken

Indsigten bygger på fokusgrupperne:



## UDENFORSKAB

# Mine problemer er slet ikke en del af det politiske spektrum

Fokusgrupperne i Tingbjerg og Hellebro giver udtryk for en følelse af at stå uden for resten af samfundet. Det afspejler deres holdning til demokrati og valgdeltagelse. De føler ikke, at politik og valgdeltagelsen ændrer grundlæggende på deres livsvilkår, og de oplever derfor heller ikke, at det gør nogen reel forskel, om de stemmer eller ej. Deres fokus er på nære og akutte problemstillinger, som de ikke oplever er en del af det politiske spektrum: Får jeg tag over hovedet? Får jeg nogensinde et job? Bliver mit boligområde sikkert?

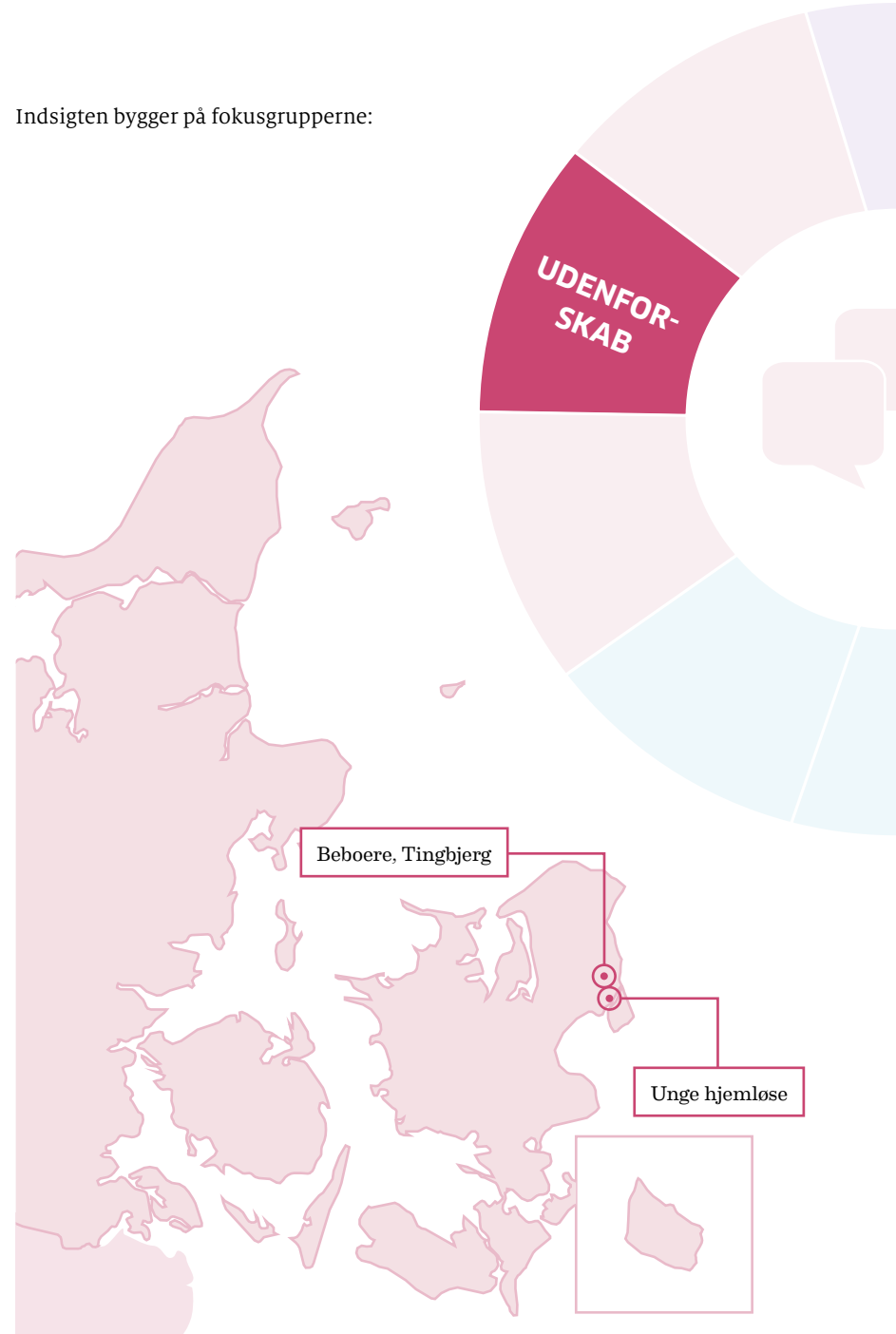
*"Jeg tænker ikke på at stemme. Jeg tænker på, hvor jeg skal sove i nat, eller hvad jeg skal spise. Jeg kunne ikke være mere ligeglad med valg, når jeg er i den situation."*  
– Ung hjemløs

*"Det er svært at finde ud af de forskellige partier. Hvis der var et parti, der gik op i flere jobs og ikke bare praktik, så ville jeg måske stemme."*  
– Beboer i Tingbjerg

*"De forstår os ikke. Når jeg ser det der billede [et billede af et vælgermøde med en række hvide politikere], så tænker jeg på Dansk Folkeparti. De forstår os ikke. De har ikke oplevet vores problemer. Jeg ville ikke møde op. For mig er det vigtigt, at jeg kan spejle mig i dem."*  
– Beboer i Tingbjerg

*"Politik er fjernt og ligegyldigt. De arbejder ikke med ting, som er relevante for os. Alle skulle have ret til bolig. Man skulle ikke bo på gaden. Men det ændrer sig ikke, uanset hvem der vinder."*  
– Ung hjemløs

Indsigten bygger på fokusgrupperne:



## FAMILIE OG SOCIALE OMGIVELSER

# Familie, venner og omgangskreds deltager ikke i demokratiet

Mange af de deltagere, som ikke stemmer, kommer også fra familier, som aldrig har stemt. Politik er ikke en del af den sociale verden, og mange giver udtryk for, at de heller ikke er aktive i foreningslivet, på sociale medier eller i andre sociale sammenhænge, hvor man lærer om politik og udtrykker politiske holdninger. Samtidig giver alle fokusgrupper udtryk for, at den sociale faktor er meget vigtig ift. at motivere demokratisk interesse:

*"Hvis ens familie ikke stemmer, så er det svært at få noget information om valget. Jeg mangler den her information fra min familie."*

– Ung erhvervsskoleelev

*"Vi snakkede aldrig om politik i min familie. Overhovedet ikke. Jeg aner ikke, om de andre stemte, jeg ved ikke engang, om de tager afsted."*

– Arbejdsløs i 50'erne

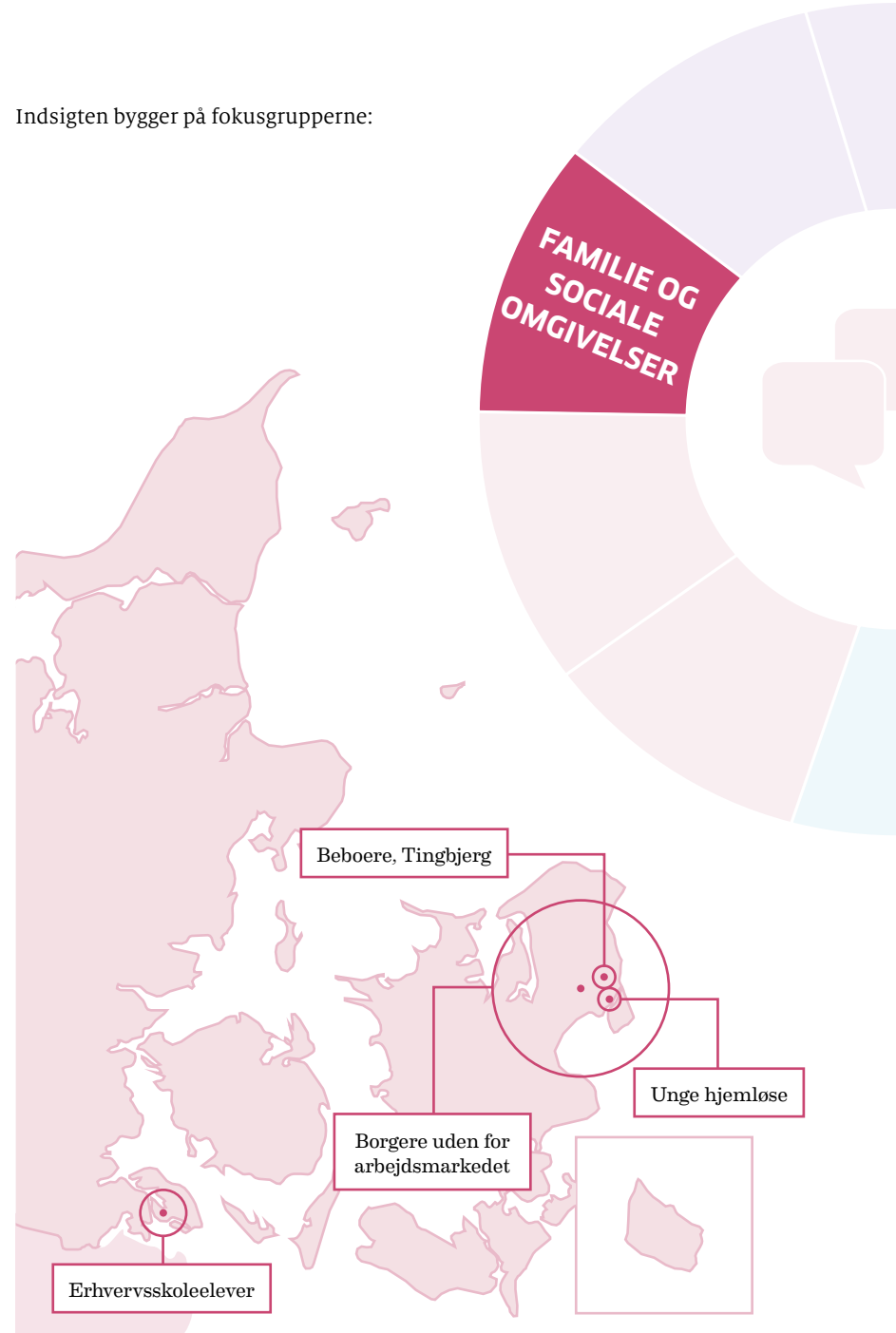
*"Jeg lærte først om politik, da jeg var 16 og gik i niende klasse. Det var på slagteriskolen, jeg hørte om de forskellige partier for første gang. Her skulle vi finde ud af, hvem vi ville stemme på. Det var en rigtig god oplevelse, for her lærte man, hvor man lå henne politisk."*

– Arbejdsløs i 30'erne

*"Vi taler ikke om dansk politik. Mine forældre kigger på deres egne nyheder fra der, hvor de kommer fra. Der er mange af dem, der går op i politik, men det er ikke dansk politik."*

– Beboer i Tingbjerg

Indsigten bygger på fokusgrupperne:



## Idékatalog

I det følgende idekatalog præsenterer vi 12 idéer til initiativer, som, vi tror, kan øge valgdeltagelsen. Initiativerne er udviklet gennem en digital rundbordssamtale med en lang række eksperter, som er blevet forelagt de 10 udfordringer fra vores fokusgruppeinterviews. Desuden er initiativerne inspireret af og kvalificeret gennem opfølgende interviews med eksperter samt research. Den endelige udvælgelse og beskrivelse af initiativer er foretaget af Tænk tanken Mandag Morgen.

### Initiativer virker

Kommunal- og regionsrådsvalget i 2009 var en lokaldemokratisk mavepuster af dimensioner. Med en valgdeltagelse på bare 66 pct. havde valget den laveste tilslutning i 36 år<sup>4</sup>. Det satte gang i en imponerende mobilisering, hvor et væld af aktører gennem mangeartede initiativer forsøgte at øge valgdeltagelsen frem mod kommunal- og regionsrådsvalget i 2013. En indsats som lykkedes og var medvirkende til en stor fremgang i valgdeltagelsen, som i 2013 endte på godt 72 pct. Ved valget i 2017 faldt valgdeltagelsen lidt til 71 pct. - et fald som blandt andet er blevet kædet sammen med, at der var mindre opmærksomhed på valget<sup>5</sup>. Læringen fra de seneste valg viser altså tydeligt, at en høj tilslutning ikke kan tages for givet.

### Vores idekatalog

Med andre ord er der brug for initiativer, der kan øge valgdeltagelsen ved kommunal- og regionsrådsvalg, og i dette idékatalog præsenterer vi 12 forslag til initiativer. Nogle af idéerne er store og omfattende idéer, mens andre ikke kræver meget at igangsætte. Gennem vores fokusgruppeinterviews, opfølgende interviews og rundbordssamtale med eksperter er der kommet rigtig mange idéer frem, og ikke alle er endt i dette idékatalog. I udvælgelsen har vi fokuseret på:

- om initiativet svarer på en eller flere af de ti udfordringer fra vores fokusgruppeinterviews.
- om vi tror på, at initiativerne er realistiske at gennemføre. Vores vurdering af dette spørgsmål har f.eks. betydet, at digital stemmeafgivning med NEM-ID ikke indgår, selvom det var et stort ønske blandt de interviewede<sup>6</sup>.
- om indsatser, der er afprøvet eller delvist afprøvet, har haft en målbar effekt.

Endelig har vi begrænset vores idékatalog til indsatser, der primært er knyttet til at øge valgdeltagelse og ikke de mange aktiviteter mellem valg, der også styrker borgernes interesse i demokratiet.

Under hvert initiativ har vi listet, hvilke udfordringer, som vi vurderer, initiativet er særligt velegnet til at modvirke. I virkelighedens verden, så kan initiativernes effekt dog ikke begrænses til de oplyste udfordringer.

### Behov for et nationalt demokrati-laboratorie?

Vores arbejde med idékataloget har tydeliggjort fraværet af overblik på dette område. I Danmark er der et væld af aktører, som laver initiativer for at øge valgdeltagelsen. Både kommuner, stat, regioner, frivillige foreninger, boligforeninger, fonde og mange flere spiller en rolle. Det er absolut positivt, at flere bidrager, men det betyder også, at der ikke findes noget komplet overblik over de mange initiativer, der igangsættes, og hvilke der virker. Det er ærgerligt, fordi det betyder, at vellykkede initiativer ikke udbredes, og at initiativer uden effekt fortsætter valg efter valg. Hvis vi skal blive endnu bedre til at igangsætte de rette initiativer og følge op på dem, så forudsætter det, at der findes et overblik.

Det rejser spørgsmålet, om der er behov for et initiativ af mere overordnet karakter? Kunne man etablere et nationalt demokrati-laboratorie måske med en valgfond tilknyttet, der kan uddele midler, udvikle nye initiativer og opsamle viden? Laboratoriet skulle fungere som en motor i forhold til innovation ved at teste og udvikle valginitiativer med forskellige målgrupper både op til og imellem valgene. Samtidig ville laboratoriet understøtte videndeling af både danske og internationale initiativer og sikre overblik over de mange initiativer, der igangsættes, og hvilke der virker. Det er en overvejelse og diskussion, der er værd at starte, hvis vi i samlet flok skal få løftet valgdeltagelsen til de næste mange valg i Danmark.

Vi håber, at vi med de følgende idéer kan inspirere til en lang række initiativer, der kan øge valgdeltagelsen til det kommende valg.

## INITIATIV 1

# Kommunalt fokuserede kandidattest

Hvis man har lav politisk selvtillid og ikke synes, at politik er særligt vedkommende, kan det godt være svært at finde ud af, hvor man skal sætte sit kryds. Kandidattest målrettet den enkelte kommune kan lette denne opgave og tydeliggøre, hvad de lokale kandidater står for. Flere fokusgrupper viser interesse i de nære og lokale emner, og det er lettere at forholde sig til noget i ens egen kommune, der har direkte betydning for ens hverdag, end noget som er langt væk. Det kan være en ny havneplan, en cykelsti eller renoveringen af lokalskolen. Der findes allerede mange kandidattest, hvor man ved at svare på en række holdningsspørgsmål får at vide, hvilke politikere man er mest enig med. Disse test indeholder dog oftest brede politiske spørgsmål. For mange i vores undersøgelse har de eksisterende test været en stor hjælp ved tidligere valg, men der har også været et ønske om at få et mere fokuseret blik på de lokale politiske tiltag<sup>7</sup>.

**Målgruppe:** Initiativet skal hovedsageligt hjælpe borgere med lav politisk selvtillid, som ikke føler, at (lokal og regional) politik er vedkommende.

**Primære aktører:** Mediehuse og lokale medier.



For nogle brugere af valgtest er resultatet svært at forstå og kan i værste fald bidrage til mere forvirring. Derfor skal det tydeliggøres, at resultatet skal forstås som en indikation, og at man f.eks. ikke skal være 100 pct. enig for at sætte sit kryds. Der skal også altid vises vej til sider med mere information.



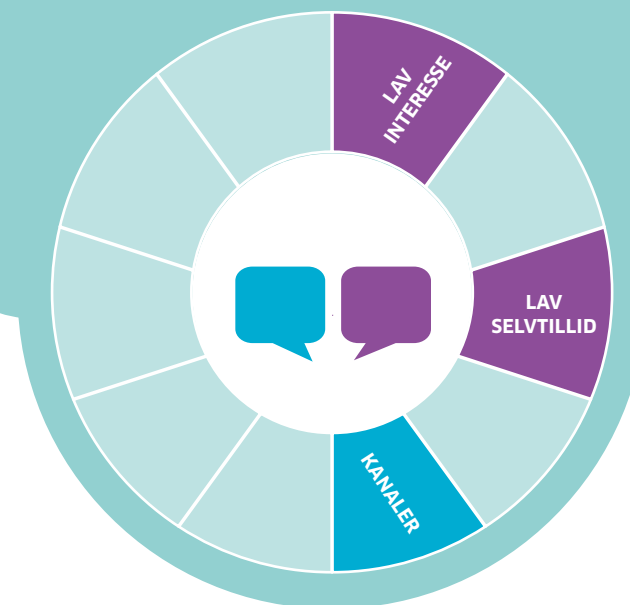
Spørgsmålene kan også tilpasses aldersgrupper i både sprog og indhold. Ungemediet Spektrum udformede f.eks. en valgtest rettet mod unge i forbindelse med EU-parlamentsvalget i 2019.



Det er vigtigt, at målgruppen møder testen, der hvor de er. Er målgruppen f.eks. meget på de sociale medier, så skal de naturligvis også kunne finde testen der.

## Formålet med initiativet er:

- At gøre det lettere for folk at træffe en beslutning om, hvor de skal sætte deres kryds.
- At styrke den politiske selvtillid ved at gøre folk mere sikre på, hvor de vil sætte deres kryds og kvalificere deres beslutning herom.
- At formidle betydningen af politik gennem spørgsmål om emner, som er tættere på en selv.



## INITIATIV 2

# Skab en valgfond, og lad de lokale ildsjæle sætte skub i sagerne

Der er et uudnyttet potentiale i Danmarks vidtforenede foreningsliv i forhold til at øge valgdeltagelsen. Landets frivillige organisationer har ofte bedre kontakt til og forståelse for mange af dem, som ikke stemmer, end det offentlige har. De fællesskaber skal udnyttes, og der skal skabes bedre muligheder for at søge midler til valgdeltagelsesarrangementer. I nogle kommuner og hos nogle civilsamfundsorganisationer er det også muligt at søge om midler til afviklingen af sådanne arrangementer. Men det er ikke alle organisationer, som har muligheden for at søge, endsige få fingre i, disse midler. Ved at oprette en valgfond kan man sikre, at alle relevante frivillige organisationer og fællesskaber, som vil gøre noget for valgdeltagelsen i lokalområdet, har mulighed for at søge midler igennem en fond. Denne fond kan både drives nationalt, eller man kan stille penge til rådighed fra national side til kommunale fonde.

De konkrete aktiviteter og samarbejdsformer skal naturligvis tage form efter situationen og viden om målgruppen. Dermed kan de frivillige organisationer både opfinde valgdeltagelsesaktiviteter og søge midler til disse, men kommunen kan også tilbyde en række initiativskabeloner, som den frivillige organisation kan søge midler til, tilpasse og afholde.

**Målgruppe:** Initiativet kan tilrettes mange målgrupper.

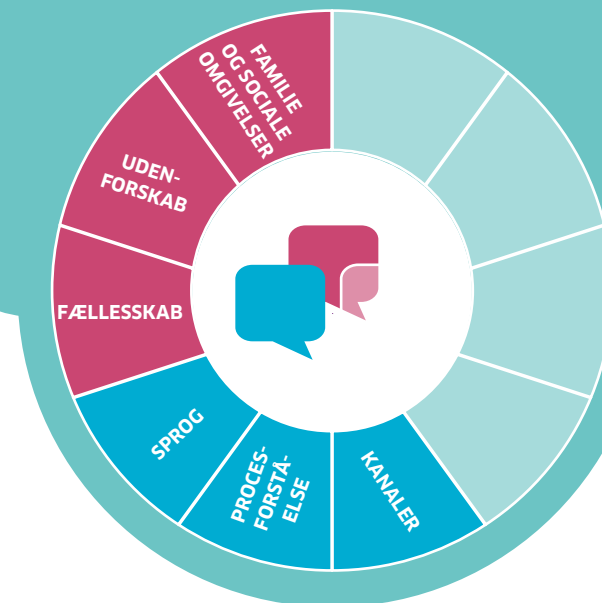
**Primære aktører:** Kommuner, regioner og frivillige foreninger med kontakt til de grupper som ikke stemmer.



De fleste frivillige organisationer og fællesskaber har allerede en række planlagte aktiviteter (fodboldtræning, bankoarrangementer osv.). Det kan være en god idé at placere de relevante politiske aktiviteter i forlængelse af foreningens almindelige aktiviteter.

## **Formålet med initiativet er:**

- At udnytte de allerede eksisterende fællesskaber, der har den tætte kontakt.



### INITIATIV 3

## Informationspakker til nålestiks-kampagner

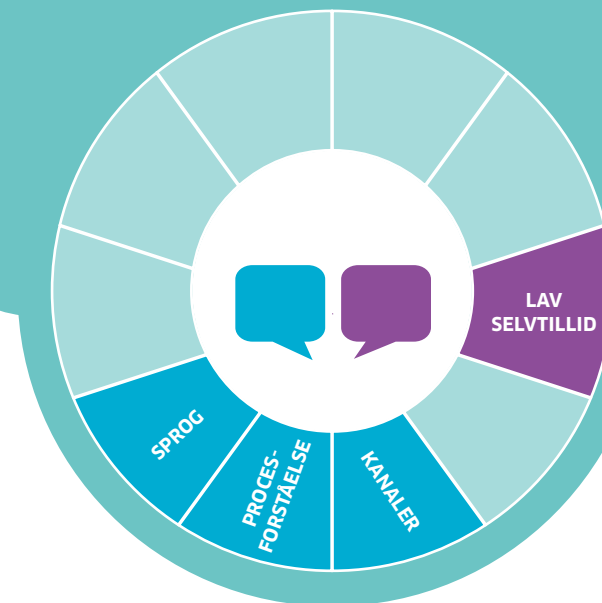
I dag findes der information om valget på flere sprog<sup>8</sup>, basal information om valgprocessen<sup>9</sup> og hvordan man stemmer samt information om de tilbud, der er rettet mod borgere, som har svært ved at forlade deres hjem<sup>10</sup>. Men vores fokusgruppe-interviews viser, at informationen ikke altid når frem. Vi anbefaler derfor at udvikle tre forskellige "informationspakker" med grundlæggende information om kommunal- og regionalvalg til de grupper, som mangler denne information mest: Førstegangsvælgere, indvandrere/efterkommere og borgere med sygdom eller psykisk sårbarhed.

- Førstegangsvælgere: behov for en forklaring af, hvordan man helt basalt bærer sig ad med at stemme. Man har tidligere set en positiv effekt ift. valgdeltagelse ved at bruge humor og sende unge vælgere en tegneserie, som forklarer valghandlingen<sup>11</sup>.
- Borgere med sproglige udfordringer: behov for mere basal viden om valg i Danmark på flere sprog, og især hvornår man må stemme.
- Borgere med psykisk/fysisk sygdom/handicap: behov for oplysning om mulighederne for at få hjælp til at afgive ens stemme.

De tre informationspakker skal formidle informationen simpelt og intuitivt med forståelse for målgruppen og gennem de rette kanaler. Derudover anbefales det, at der etableres et samarbejde med relevante aktører eller ambassadører, der kan sikre, at informationerne kommer ud til f.eks. væresteder, lokale foreninger, jobcentre, sprogskoler eller lignende.

### **Formålet med initiativet er:**

- At den relevante information samles, udvikles, tilpasses og når frem til målgruppen.



**Målgruppe:** Initiativet er særligt relevant for personer som enten mangler basal forståelse for valghandlingen, har svært ved sproget eller har behov for hjælperedskaber grundet sygdom, sårbarhed eller handicap.

**Primære aktører:** Kommuner, regioner, foreninger og civilsamfundsorganisationer.



I nogle tilfælde kan plakater, der angiver tid og sted for valghandlingen også give god mening at inkludere i informationspakken. Sådanne tiltag har vist sig at have en effekt blandt nydanskere<sup>12</sup>.

## INITIATIV 4

# Halvvejs på trappen – opgangsambassadører i alment boligbyggeri

Initiativet handler om at aktivere lokale "opgangsambassadører", der stemmer, til at tage et ansvar for at hjælpe naboer i opgangen med hen til valgstedet og afgive deres stemme. Initiativet er inspireret af "Auf Halber Treppe" ("Halvvejs oppe ad trappen") og er en pop-up-café, der dukker op på trappeopgange i Berlin og skaber nye mødesteder og naboskaber. Opgaven som opgangsambassadør er let og enkel. Hvis man er interesseret i at være opgangsambassadør, får man tilsendt et skilt (à la "do not disturb"), som man kan hænge på sit dørhåndtag. Opgangsambassadøren hænger herefter skiltet på sin dør med budskabet "Jeg stemmer. Skal vi følges?" samt angivelse af tidspunkt og sted.

**Målgruppe:** Initiativet skal hjælpe beboere fra boligområder med lav stemmeprocent, som ikke stemmer og heller ikke er en del af sociale fællesskaber, hvor der er en etableret norm om at stemme. Derudover skal initiativet nå borgere, som primært opholder sig hjemme på valgdagen, fordi de f.eks. ikke har et arbejde.

**Primære aktører:** Boligselskaber, civile organisationer, foreninger i udsatte boligområder, lokale opgangsambassadører.



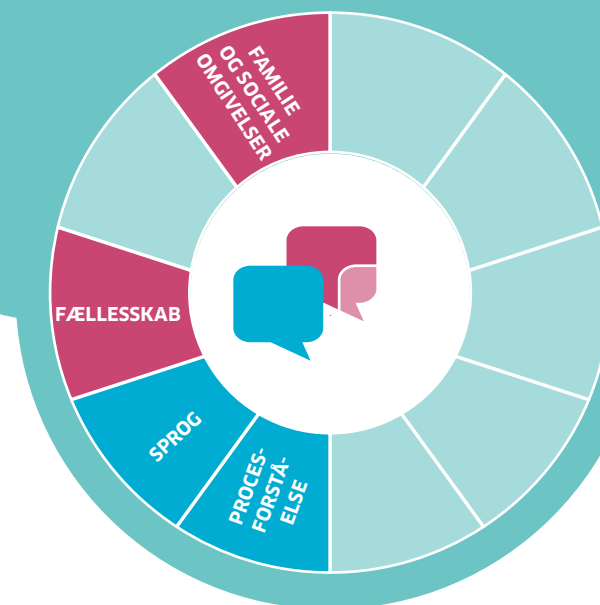
Teksten til "Jeg stemmer. Skal vi følges?"-skiltet kan oversættes til flere sprog. På den måde kan lokale opgangsambassadører nå ud til grupper med minoritetsetnisk baggrund, der ikke mestrer det danske sprog endnu.



"Halvvejs på trappen"-initiativet kan afsluttes med en lokal valgfest i boligområdets fælleslokaler med livesending af valget samt mad og drikke.

## Formålet med initiativet er:

- At række ud til de beboere i boligområder med lav stemmedeltagelse, som deltager i valget, og aktivere et socialt ansvar i forhold til at hjælpe opgangens naboer med ned til stemmeboksen.
- At skabe rammer for øget fællesskab og naboskab omkring valgdeltagelse i boligområder med lav valgdeltagelse.
- At nå ud til beboere som opholder sig i hjemmet på valgdagen.





## INITIATIV 5

# Forældre-kampagnen

Det er vigtigt, at børn i en tidlig alder får indblik i valg handlingen og forbinder den med noget positivt. Det medfører en større sandsynlighed for, at de vil stemme som voksne. I samarbejde med kommunens skoler og daginstitutioner skal forældre opfordres til at medbringe deres børn på valgdagen. Silkeborg Kommune har f.eks. gennem flere år opfordret forældre til at tage deres børn med på valgdagen, så de får konkret indblik i, hvordan det foregår, og samtidig opdrages de til at være aktive borgere, der tager et demokratisk medansvar. Opfordringen kan ligesom i Silkeborg ske gennem skolernes kommunikationsværktøj Aula, hvor forældre op til et kommende valg modtager en besked fra f.eks. skolechefen. Brevet for skolechefen kan samtidig fremhæve betydningen af at introducere børn til valgdeltagelse samt opfordre forældre til snakke med deres børn om valgdeltagelse, og hvorfor det er vigtigt.

**Målgruppe:** Børn, unge og forældre.

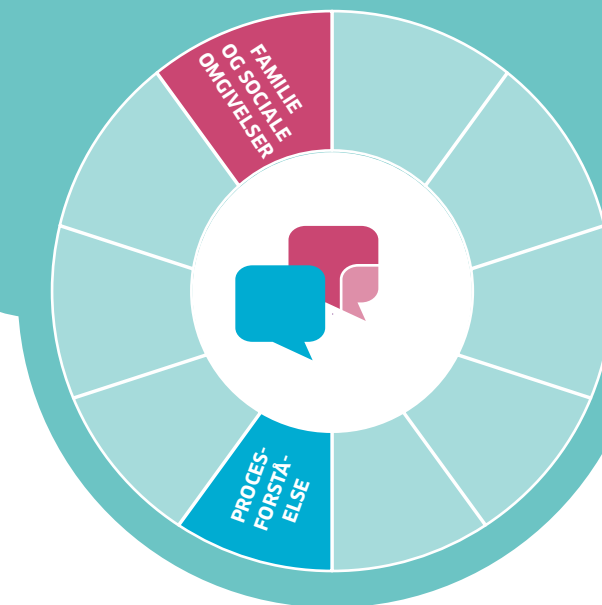
**Primære aktører:** Kommuner, daginstitutioner, vuggestuer og skoler.



Ved at lave en tegnekonkurrence på valgstedet kan man gøre det endnu mere attraktivt for børn at deltage. Det har man tidligere gjort i f.eks. Skanderborg<sup>13</sup>, hvor børnene afleverede deres tegning på valgstedet, hvorefter de blev bedømt, og der til sidst blev kåret en vinder<sup>14</sup>.

## Formålet med initiativet er:

- At give børn en god oplevelse med valget og lægge grundstenen til en livslang vane med valgdeltagelse.



## INITIATIV 6

# Synliggør værdien af kommunal- og regionalpolitik på en let og nærværende måde

For mange af dem, som ikke stemmer, er den umiddelbare opfattelse af kommunal- og regionalpolitik umiddelbart, at det er fjernt og uinteressant. Graver man lidt i den opfattelse og præsenterer dem, der ikke stemmer, for konkrete lokalpolitiske emner, så udtrykker de fleste dog en stor interesse i disse. Det viser os, at der er et behov for at synliggøre, hvad borgeren kan påvirke ved kommunal- og regionalvalg. Sørg for, at formidlingen gøres så konkret og nærværende som muligt, f.eks. "Sådan påvirker kommunen eller regionen 'dit lokale boligområde', 'din familie og dine venner' eller 'vejen fra dit hjem til din skole'". Der er allerede mange gode eksempler på, hvordan man kan vise, at politik har en indflydelse på den enkeltes hverdag. Det kan være videoer, animationer eller interaktive grafiske formater, der gør politik konkret og nærværende. Op til EU-valget opbyggede DR Ultra f.eks. et digitalt børneværelse, hvor man kunne klikke på konkrete elementer og få svar på, hvordan EU påvirker de enkelte elementer<sup>15</sup>.

**Målgruppe:** Der kan være mange målgrupper for indsatsen, men det er vigtigt at tilpasse indsatsen den enkelte målgruppe.

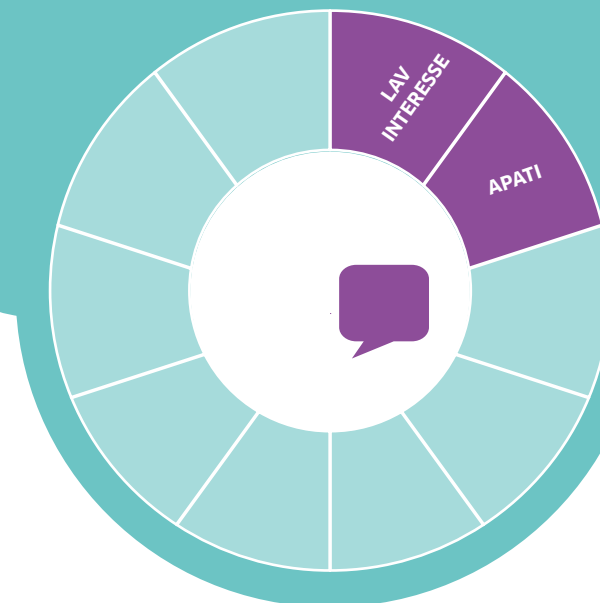
**Primære aktører:** Mediehuse, lokale medier, kommuner og regioner.



Borgerprocesser mellem valgene kan styrke dialogen mellem politikere og borgere og højne interessen i lokal- og regionalpolitik - fra opgaveudvalg, borgersamlinger, borgerbudgetter, borgerråd til nye digitale møder, samskabelse, co-creation-processer og rådsmøder, som rykkes ud i lokal- og regionalområdet.

## Formålet med initiativet er:

- At vise, at kommunal- og regionalpolitik gør en konkret forskel på områder, som er vigtige for målgruppen. Dette vil kunne fjerne apati og eventuelt øge en interesse for kommunalpolitik.



## Gentænk valgdebatten

Alt for ofte gentages de samme debatformer, som i mange vælgeres opfattelse præges af mudderkastning, afbrydelser og en hård tone. Dette mindsker mulighederne for, at borgerne bliver klogere på de enkelte partier, kandidater og deres politiske forskelligheder.

Derfor bør man supplere de traditionelle valgdebatter med flere formater.

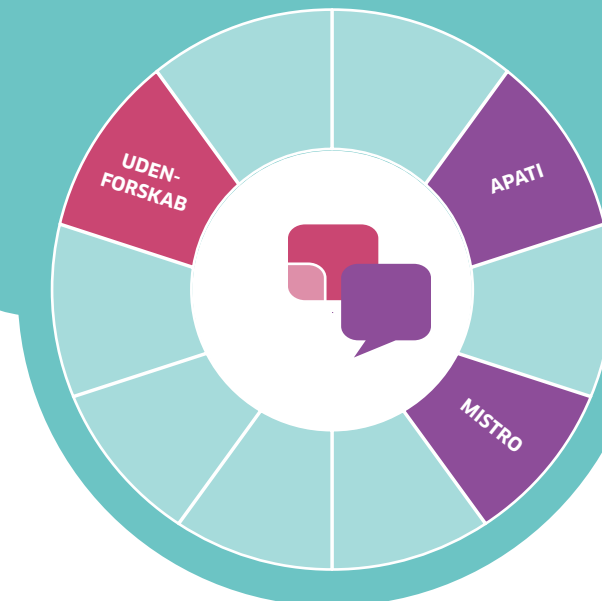
- Man kan afholde en frirumsdebat. Frirumsdebatter er initieret af friskolerne, efterskolerne og højskolerne. Her flyttes fokus fra konflikten til holdningsforskelle. Frirumsdebatter har tre runder. Først gives plads til konflikten centrale uenigheder. I runde to forholder parterne sig til modstandernes argumenter, egen tvivl og problemets kompleksitet. I sidste runde forsøger parterne at finde fælles løsninger.
- Man kan udvikle en række alternative debatregler, som sikrer, at folk ikke føler sig marginaliserede. Det kan være møder, hvor en repræsentant for forskellige borgergrupper har mulighed for at slukke for en politikers mikrofon, eller ringe med en klokke hvis han/hun ytrer sig nedladende.
- Man kan afholde omvendte vælgermøder, hvor det f.eks. er udsatte og hjemløse, der sidder i panelet, mens f.eks. politikerne får en mere spørgende og nysgerrig rolle.
- Man kan skabe nye mødesteder mellem politikere og borgerne. I Vordingborg Kommune har man arbejdet med pop-up-møder, hvor organisationer kan bestille en politiker til at diskutere et emne, som organisationen bestemmer<sup>16</sup>.

**Målgruppe:** Der kan være mange målgrupper for indsatsen, men det er vigtigt at tilpasse indsatsen den enkelte målgruppe.

**Primære aktører:** Arrangører af valgdebatter.

### **Formålet med initiativet er:**

- At gøre politiske debatter mindre konfliktoptrappende og give plads til tvivl og kompleksitet.
- At styrke tilliden til politikere og oplevelsen af at blive hørt og set.



## INITIATIV 8

# Politiker for en dag

Mange unge ved ikke, hvad et byråd eller et regionsråd laver, og hvilke områder af deres liv der påvirkes af rådernes beslutninger. Flere kommuner arbejder allerede med demokratidage, hvor lokalpolitik formidles på en engagerende og nærværende måde. Et eksempel kan være demokratidagen i Middelfart, hvor alle 9.-klasselever i kommunen gennem leg, rollespil og konkrete øvelser får indblik i, hvad politik er i praksis. Brug kreative løsninger, og lad de unge tage stilling til konkrete eller tænkte byrådsbeslutninger. Skal kommunens penge f.eks. bruges på bredere cykelstier, flere træer og natur eller bedre fremkommelighed for biler? Etablér dagen i samarbejde med en lokal ungdomsorganisation, så formidlingen er i øjenhøjde og emnerne relevante.

**Målgruppe:** Unge, der ikke interesserer sig for lokal- og regionalpolitik. Ved at arrangere dagen på skoler og uddannelsesinstitutioner får man samtidig fat i unge, der ikke i forvejen er engagerede i foreninger eller lignende.

**Primære aktører:** Kommuner, skoler, uddannelsesinstitutioner og frivillige organisationer.



'Politiker for en dag' kan også ske i forlængelse af eller før 'Skolevalget', som er en god måde at introducere folkeskoleeleverne til valgets forskellige facetter. Selvom mange skoler i dag afvikler skolevalg, er der fortsat skoler, som ikke er en del af ordningen.



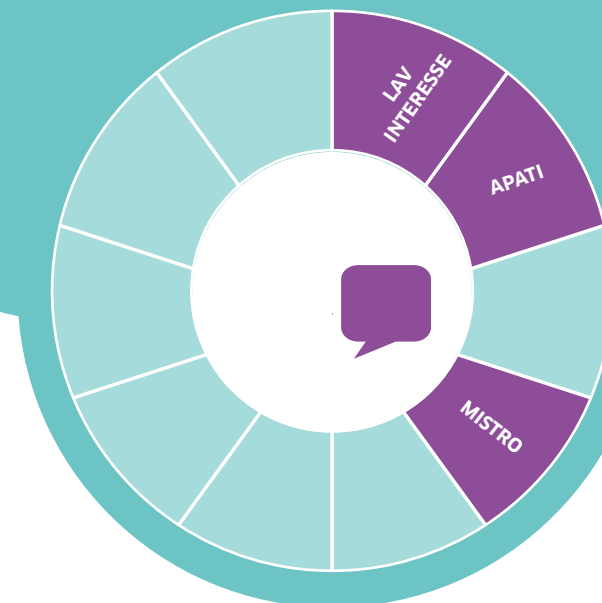
Initiativet kan iværksættes op til et valg og kombineres med et efterfølgende vælgermøde. Debatten og spørgsmålene fra salen kunne styrkes ved, at deltagerne er klædt på gennem interaktionen med konkrete dilemmaer og rollespil omkring konkrete politiske problemstillinger.



Initiativet kan også målrettes boligområder med lav valgdeltagelse, hvor man i samarbejde med boligforeninger og øvrige lokale organisationer kan tilpasse spillet lokalområdets beboere og problematikker.

## **Formålet med initiativet er:**

- At gøre lokal- og regionalpolitik nærværende for unge og vise, at valgdeltagelse gør en forskel.
- At tydeliggøre værdien af det kommunal- og regionalpolitiske arbejde.
- At tydeliggøre de politiske valg og forskellen på de forskellige partier.
- At vise kompleksiteten i den politiske hverdag og dermed mindske mistro og politikerlede.



## INITIATIV 9

# Styrk fællesskabet omkring valgdeltagelsen

Vi kalder det godt nok demokratiets festdag. Men hvor festligt er det egentlig at møde op i en gymnastiksal, få et bolsje, sætte et kryds og gå hjem igen? For at ændre på dette og sørge for, at valghandlingen i højere grad forbindes med fællesskab, kan der i forlængelse af valghandlingen laves lokale arrangementer, der inviterer folk til at blive hængende, tage en snak og få en bid mad. Kort fortalt handler det om at gøre valghandlingen til noget, man markerer i fællesskab. Det er selvfølgelig vigtigt at sikre en balance, så demokratiet ikke tivoliseres, eller valget fremstår useriøst.

**Målgruppe:** Dette initiativ henvender sig særligt til folk, som efterspørger mere fællesskab omkring valghandlingen.

**Primære aktører:** Kommuner, regioner og frivillige organisationer.



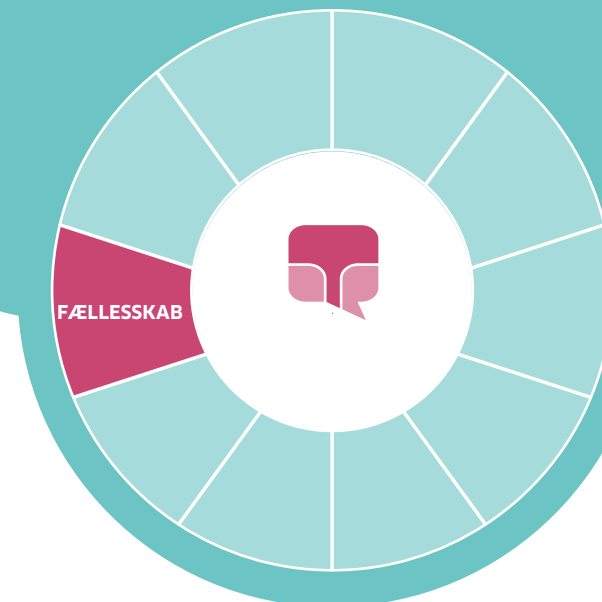
Man kan eventuelt indgå et samarbejde med lokale restauranter eller barer, som kan lægge hus til et valgarrangement og tilbyde en "gulerod" for ens valgdeltagelse.



Et valgarrangement kan med fordel organiseres af områdets frivillige foreninger og tilpasses foreningens specifikke målgruppe. I 2017 lokkede den lokale pensionistforening i Hune f.eks. med julefrokost, efter at man havde stemt. Et initiativ der tilsyneladende tiltrak pensionister i "hobetallet"<sup>17</sup>.

## **Formålet med initiativet er:**

- At stable arrangementer på benene, som samler folk omkring valghandlingen og dermed henvender sig til dem, som efterspørger mere fællesskab.



## INITIATIV 10

# Gør valgdagen til en fest for alle aldersgrupper

I dag er traditioner omkring valget forbeholdt folk med stemmeret. Dette initiativ handler om at gøre valgdagen til en mærkedag for alle og opbygge nogle stærke traditioner – også for dem, som er for unge til at stemme. Det handler grundlæggende om at gøre valget til noget naturligt, så tidligt i livet som muligt. Derfor foreslår vi, at man igangsætter og udvikler initiativer, der også inviterer yngre aldersgrupper med til demokratiets festdag.

- Man kan få de yngste skoleklasser til at stå for udsmykning af valgstederne og udsmykning, der viser vej til valgstederne. På den måde kan de yngste skolebørn også lokke deres forældre - potentielle ikkevælgere - ned på valgstedet, hvor de kan vise deres udsmykning frem.
- Man kan arrangere et digitalt valg for folkeskolens ældste klasser, eventuelt i kombination med et undervisningsforløb om lokaldemokratiet. I 2013 afholdt Aarhus Kommune f.eks. et særligt unge-valg, hvor 16-17-årige kunne stemme – uden gyldighed, naturligvis. Stemmerne blev afgivet elektronisk, og derfor forelå resultatet allerede kort efter kl. 20, hvor den daværende rådmænd for Børn og Unge kunne læse resultatet op for pressen på rådhuset.
- Man kan lade 1.-årsstuderende på ungdomsuddannelserne være valgtilfornede som en del af deres uddannelse.

**Målgruppe:** Børn og unge under 18 år.

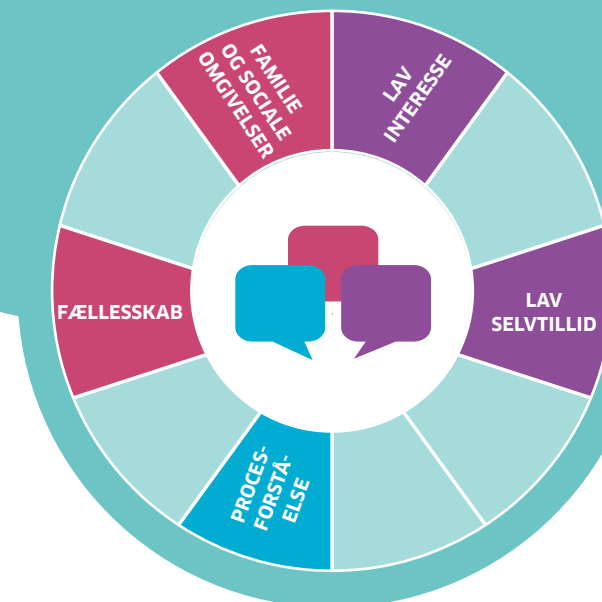
**Primære aktører:** Kommuner, folkeskoler og ungdomsuddannelser.



Udsmykningen af valgstederne kan laves til en national konkurrence om, hvilken skoleklasse i landet, der pynter valgstedet på den bedste måde? Vinderen kunne annonceres i lokale medier i løbet af valgdagen.

## **Formålet med initiativet er:**

- At styrke den demokratiske dannelse og skabe nye valgtraditioner.
- At afmystificere valghandlingen for børn og unge allerede i folkeskolen.
- At skabe en god oplevelse med valget allerede i børnealderen.



## INITIATIV 11

# Hvis I sætter krydset, sørger vi for transporten

Mange førstegangsvælgere synes, det er svært at tage af sted til valgstedet alene. Det gælder særligt de førstegangsvælgere, som kommer fra familier og en social kontekst, hvor valgdeltagelse ikke er normen. I vores fokusgruppeinterview med erhvervsskolelever blev forslaget om at lave valgopsamlingsbusser bragt op. Busserne kunne køre på valgdagen og understøtte fællesskab omkring valgdeltagelsen. Gratis kørsel på valgdagen er ikke et nyt initiativ, det er f.eks. allerede set i Lolland Kommune (kv13)<sup>18</sup>, med Fynsbus (FV15)<sup>19</sup>, i Helsingør Kommune (FV19)<sup>20</sup> og Fredericia Kommune (EP19)<sup>21</sup>. Det nye i dette initiativ er, at transporten arrangeres i samarbejde med uddannelsesinstitutioner og foregår sideløbende med undervisningen.

**Målgruppe:** Initiativet kan implementeres på erhvervsskoler, men andre ungdomsuddannelser er også relevante.

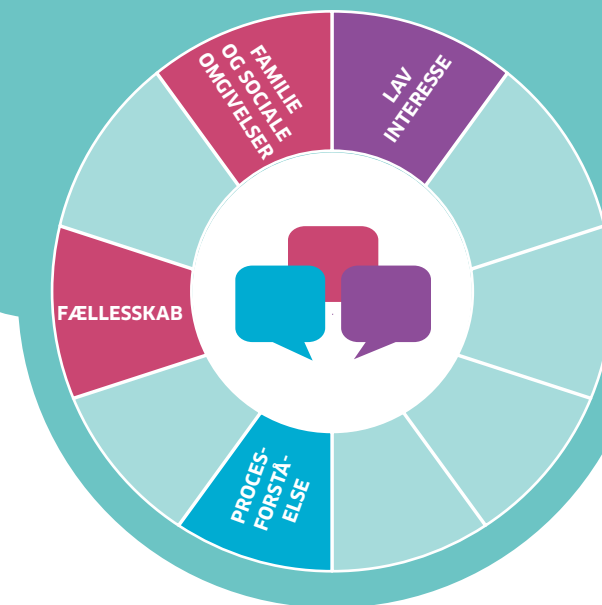
**Primære aktører:** Erhvervsskoler, kommuner, busselskaber.



Man kunne også oprette valgopsamlingsbusser til andre grupper i samfundet, som ikke normalt møder op i stemmeboksen. Man kunne f.eks. lave et samarbejde med herberger, almene boligorganisationer eller lignende.

## **Formålet med initiativet er:**

- At unge mennesker kan stemme i fællesskab.
- At starte en tradition om at deltage i valg blandt unge mennesker hurtigst muligt i livet.
- At lette besværet ved at afgive sin stemme.



## INITIATIV 12

# Skab opmærksomhed på valgdagen

Vi ved, at simple påmindelser kan øge valgdeltagelsen. En sms-påmindelse tæt på valget kan f.eks. have en positiv effekt på valgdeltagelse. Vi ved også at opmærksomhedsskabende plakater kan have en positiv effekt<sup>22</sup>. I udlandet har man set positive resultater ved at lave samarbejder med sociale medier, der ved hjælp af deres brede brugerflade udbreder budskabet om, at man skal huske at sætte sit kryds på valgdagen<sup>23</sup>.

Opmærksomheden kan skabes på mange måder, f.eks. kan man:

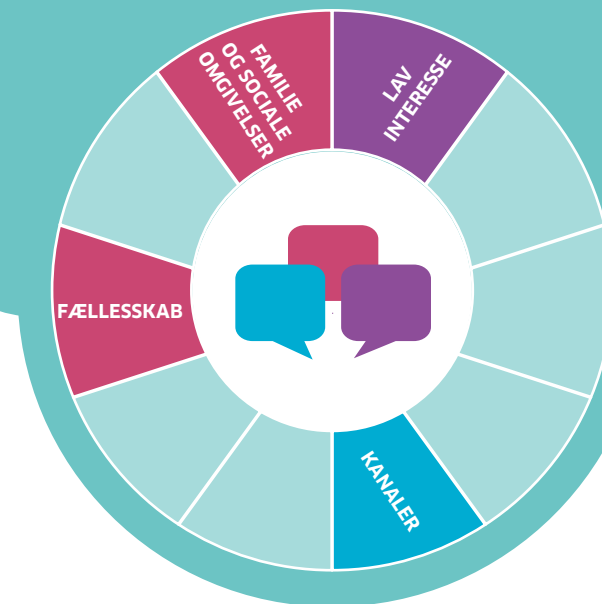
- Lave et samarbejde med sociale medier, hvor der øverst i ens feed står spørgsmål såsom: "Har du husket at stemme i dag?", "Ved du, hvem du vil stemme på den 16. november?". Dette vil skabe opmærksomhed og synlighed om valget for f.eks. de 65 pct. af danskerne, som dagligt bruger Facebook, og 30 % af danskerne (primært de unge), der dagligt bruger Instagram<sup>24</sup>.
- Lave et samarbejde med valgambassadører/influencere, der reklamerer på de sociale medier fra f.eks. valgstedet og husker folk på vigtigheden af at stemme.
- Lave virtuelle valgreklamer på sociale medier (Instagram, YouTube, TikTok), podcast og radio.
- Lave fysiske valgreklamer, som vi allerede ved virker. Gør det kreativt, og brug bybilledet til at udbrede kendskabet til valget.
- Uddele valgbadges, der markerer, at man har stemt. På den måde kan man lave en fysisk markering af valgfællesskabet og tydeliggøre, hvor mange som deltager.

**Målgruppe:** Initiativet kan tilrettes mange målgrupper og kan ramme store dele af dem, som har valgt demokratiet fra. Det er dog vigtigt at tænke den specifikke målgruppe ind i udførelsen af initiativet. Brug de kanaler, hvor den ønskede gruppe allerede befinder sig.

**Primære aktører:** Kommuner, regioner, sociale medier og mediehus.

## **Formålet med initiativet er:**

- At skabe opmærksomhed omkring valget gennem nye kanaler.





## Disse videnspersoner og eksperter har vi talt med:

Nadja Pass, Stifter, Borgerlyst

Lene Munch-Petersen, Formand for integrationsrådet, Furesø kommune

Ingrid Kjærgaard, Forkvinde, Danske Gymnasieelevers Sammenslutning

Mogens Christen Gade, Borgmester, Jammerbugt Kommune

Hans Mogensen, Kommunikationschef, Silkeborg Kommune

Chris Borup Preuss, Formand, Dansk Ungdoms Fællesråd (DUF)

Kasper Møller Hansen, Professor, Københavns Universitet (SAMF)

Jonas Lieberkind, Lektor, Aarhus Universitet

Carsten Schürmann, Forsker, IT-universitetet

Oliver Asmund Bornemann, Formand, Landssammenslutningen af handelsskoleelever

Eva Seyfert, Konsulent, BL - Danmarks almene boliger

Mathias Findalen Bickersteht, Sekretariatsleder & daglig leder, Rappolitics

Silas Femerling Harrebye, Lektor & Studieleder, RUC (SAMF & Erhverv)

Gert Korvig, Leder for helhedsplan, FSB Tingbjerg

Natasha Al-Hariri, Direktør, Dansk Flygtningehjælp Ungdom(DFUNK)

Jane Østgaard Sørensen, Kommunikationsmedarbejder, BL- Danmarks almene boliger

Daniel Honore Jensen, Projektleder, Dansk Ungdoms Fællesråd (DUF) og Demokratikommisionen

Olav Hesseldahl, Direktør, Ungdomsbureauet

Astrid Haug, Stifter, Astrid Haug Bureau

Søren Stauning, Projektleder i Statens valgenhed, Økonomi og indenrigsministeriet.

Vibe Klarup, Formand, Folkemødet

Benjamin Elberth, Direktør, Elberth Kommunikation

Eva Riedel, Stifter og Direktør, Hellebro

## SLUTNOTER

<sup>1</sup> Følgende gennemgang baserer sig på tal fra det seneste kommunal- og regionsrådsvalg, der blev afholdt i 2017. Til dette valg afgav 71 pct. af alle stemmeberetigede deres stemme. Alle tal på valgdeltagelsen i afsnittet kommer fra: Kasper Møller Hansen (2018). Valgdeltagelsen ved kommunal- og regionsvalget 2017.

<sup>2</sup> Daniel Honoré Jensen (2020). Demokratikommisionens baggrundsnotat 6: Danskernes demokratiske deltagelse – hvem deltager mindst?

<sup>3</sup> Daniel Honoré Jensen (2020). Demokratikommisionens baggrundsnotat 6: Danskernes demokratiske deltagelse – hvem deltager mindst?

<sup>4</sup> Økonomi og Indenrigsministeriet (2013). Op af sofaen – anbefalinger til lokaldemokratiet.

<sup>5</sup> KL (2017). Inspirationskatalog – kommunalvalg 2017; Kasper Møller Hansen (2020), 'Den kommunale valgdeltagelse' kapitel 11 i bogen; KV17-analyser af et kommunalvalg.

<sup>6</sup> For en beskrivelse af udfordringerne ved digitale valg se f.eks.: Vibeke Arildsen (2019). Derfor Stemmer vi ikke via nettet. Itu.dk; Teknologirådet (2011). Baggrundsrapport, E-valg – et valg for fremtiden? Dertil tyder erfaringer på, at digitale valg ikke øger den samlede valgdeltagelse, se f.eks.: Adrien Petitpas, Julien M. Jaquet & Pascal Sciarini (2020). Does E-Voting Matter for Turnout, and to Whom? Electoral Studies.

<sup>7</sup> I blandt andet Silkeborg kommune har man ved tidligere valg forsøgt sig med en lokalt fokuseret kandidattest.

<sup>8</sup> Se f.eks. denne folder fra 2019-valget. Folderen opdateres frem mod hvert valg: Rådet for etniske minoriteter (2019). Det er dit valg 2019.

<sup>9</sup> Se f.eks. her: Social- og Indenrigsministeriet - valg.sim.dk (2021). Hvordan stemmer jeg?

<sup>10</sup> Borger.dk (2021). Brevstemme til kommunale og regionale valg.

<sup>11 & 12</sup> Yosef Bhatti m.fl. (2014). Kan man øge valgdeltagelse? Analyse af mobiliseringstiltag ved kommunalvalget den 19. november 2013.

<sup>13</sup> Skanderborg-lokalavisen.dk (2013). Næsten 10 procent flere stemmer på Skanderborgs største valgsted.

<sup>14</sup> Evalueringer viser at tiltag med tegnekonkurrencer og quizzer ikke øgede valgdeltagelsen direkte, men at de umiddelbart tages positivt imod. Se: Yosef Bhatti m.fl. (2014). Kan man øge valgdeltagelse? Analyse af mobiliseringstiltag ved kommunalvalget den 19. november 2013.

<sup>15</sup> DR Ultra (2014). PÅ OPDAGELSE: EU hjemme hos dig. Dr.dk – Ultra.

<sup>16</sup> Vordingborg.dk (2021), "Pop up møder med politikerne".

<sup>17</sup> Tv2nord.dk (2017). Julefrokost lokker hobetal af pensionister i stemmeboksen.

<sup>18</sup> Dr.dk (2013). KØR gratis til dit valglokale i Lolland kommune.

<sup>19</sup> Fynsamtsavis.dk (2015). Gratis bus på valgdagen.

<sup>20</sup> Helsingør.dk (2019). Transport til valgsted.

<sup>21</sup> Danskekommuner.dk (2019). Kommunen sørger for gratis transport på valgdagen.

<sup>22</sup> Jonas Hedegaard Hansen & Kasper Møller Hansen (2018). Mobiliseringseksperimenter ved kommunalvalget 2017. (Working Paper).

<sup>23</sup> Vox.com (2014), "Facebooks 'I voted sticker' was a secret experiment on its users.

<sup>24</sup> Danmarks Radio (2020), "Medieudviklingen 2020".

*Denne analyse er udarbejdet af Tænk tanken Mandag Morgen med finansiering fra Tuborgfondet, Dansk Ungdoms Fællesråd, BL - Danmarks Almene Boliger, Kommunernes Landsforening og Danske Regioner. Analysens indhold samt initiativforslag er Mandag Morgens ansvar.*