



## Idékatalog

### Folketingsvalget 2015

*Baggrund og inspiration til initiativer,  
som kan styrke unges valgdeltagelse ved  
Folketingsvalget 2015.*

## Indhold

<b>Indledning .....</b>	<b>2</b>
Unge valgdeltagelse .....	2
Løft af valgdeltagelsen ved Folketingsvalget 2015 .....	2
Partnerskaber om initiativer .....	3
Rådgivning .....	3
<b>Initiativer til at styrke unges valgdeltagelse ved Folketingsvalget 2015 .....</b>	<b>4</b>
Valgdeltagelsesmarkering – kampagne på sociale medier .....	4
Valgdeltagelsesmarkering – fysisk .....	5
Valgafstener .....	5
Vælgermøder/debatter .....	6
Vejvisere til valgsteder .....	6
Følges til valgstederne: "Vi stemmer sammen" .....	6
Mobile/fleksible brevstemmesteder .....	7
<b>Baggrund og yderligere viden .....</b>	<b>8</b>
International Get Out the Vote (GOTV)-inspiration .....	8

## Indledning

### Unge valgdeltagelse

Den 18. juni 2015 afholdes der valg til Folketinget. Folketingsvalg er traditionelt det valg, der samler flest vælgere, og ved det seneste valg i 2011 var den generelle valgdeltagelse på 87,7 procent. Analyser af valgdeltagelsen ved kommunal- og Europa-Parlamentsvalg viser, at unges valgdeltagelse typisk er mellem 20 og 25 procent lavere end den generelle valgdeltagelse. Særligt nogle grupper af unge har en foruroligende lav stemmeprocent. For eksempel var der 21 procentpoints forskel i valgdeltagelsen hos unge, der var i gang med hhv. en erhvervsuddannelse og gymnasial uddannelse ved Kommunalvalget 2013, samtidig med at blot 38 procent af unge nydanske vælgere med dansk statsborgerskab stemte ved Kommunalvalget 2013 mod 57 procent af unge etnisk danske vælgere.

Den generelt lavere valgdeltagelse blandt unge er et problem, for nok er politisk engagement andet og mere end valgdeltagelse, men en høj valgdeltagelse er forudsætningen for det demokratiske systems legitimitet. En anden grund til bekymring er, at stemmer man ikke, første gang man har muligheden, så stemmer man også mindre resten af livet.

Op til Kommunal- og Regionsrådsvalget i 2013 og Europa-Parlamentsvalget i 2014 gennemførtes en række aktiviteter for at styrke unges valgdeltagelse. Aktiviteter blev igangsat i forlængelse af Valgrets Kommissionens betænkning "Demokrati for fremtiden", der påpegede, at unges valgdeltagelse var foruroligende lav, men at den kunne løftes gennem en målrettet indsats, og ikke mindst at indsatserne skulle fortsætte gennem en årrække for at få etableret en stærk norm for valgdeltagelse hos fremtidens vælgere.

### Løft af valgdeltagelsen ved Folketingsvalget 2015

Erfaringerne fra Kommunalvalget 2013 og Europa-Parlamentsvalget 2014 viser, at det med en målrettet indsats er muligt at løfte valgdeltagelsen. Forskning i vælgeres valgdeltagelse peger på, at valgdeltagelse i høj grad er betinget af adfærden i ens sociale netværk. Stemmer ens netværk, stemmer man også selv – og omvendt. Ligesom forskningen viser, at valgdeltagelse er en vane og norm, der grundlægges tidligt i karrieren som vælger.

Med afsæt i denne viden, og ud fra DUFs løbende analyse af unges tilgang til demokratisk deltagelse, er det vurderingen, at aktiviteter, der arbejder med følgende indsigter, vil have en positiv effekt på valgdeltagelsen og engagementet i demokratiet:

1. Aktiviteter, der direkte påvirker den enkelte til at stemme og deltage i demokratiet.  
For eksempel SMS-udsendelser med opfordring til at stemme ved valget.
2. Aktiviteter, der påvirker den enkelte gennem dennes netværk og arbejder med den sociale påvirkning i det at stemme ved valgene.  
For eksempel "Get Out the Vote"-kampagner på sociale medier, hvor man markerer, at man har stemt, og som derved skaber et indirekte pres på venner og kontakter til at gøre det samme.

3. Aktiviteter, der understøtter det sociale aspekt i valgdeltagelse.  
For eksempel valgaftener på skoler og ungdomsuddannelser mv., som anbefalet af Valgretskommissionen.
4. Aktiviteter, der gør det lettere at stemme.  
For eksempel opsætning af vejvisere til valgsteder og "gå-busser", hvor man i et område følges til valgstedet.

### **Partnerskaber om initiativer**

For at sikre unges opbakning til – og involvering i – initiativerne anbefales det at lave samarbejder/partnerskaber mellem en eller flere af følgende aktører: kommunen, uddannelsessteder, foreninger og medier. Det vil kunne bidrage til øget ungeinvolvering i initiativerne, hvis de udføres i samarbejde med især uddannelsessteder og foreningslivet.

### **Rådgivning**

Med henblik på et samlet overblik og en tværgående vidensdeling om initiativer vil DUF gerne orienteres om påtænkte aktiviteter. DUF stiller sig generelt til rådighed med viden og sparring i forhold til udformning af initiativer.

#### *Kontaktoplysninger:*

Politisk konsulent Jens Nygaard Nielsen, tlf. 60 20 14 11, mail: [jnn@duf.dk](mailto:jnn@duf.dk)

Politisk konsulent Cecilie Melin, tlf. 60 20 14 18, mail: [cem@duf.dk](mailto:cem@duf.dk)

## Initiativer til at styrke unges valgdeltagelse ved Folketingsvalget 2015

Herunder følger en oversigt med konkrete forslag til initiativer, der vurderes at kunne øge unges valgdeltagelse ved Folketingsvalget 2015, og et bud på, hvem der kan iværksætte dem. En nærmere beskrivelse af de enkelte initiativer findes på de følgende sider.

Forslag til initiativer	Initiativtager/aktør
1. Valgdeltagelsesmarkering/kampagne på sociale medier	Foreninger, partier og offentlige aktører
2. Valgdeltagelsesmarkering – fysisk	Foreninger, partier og offentlige aktører
3. Valgafstener	Foreninger og uddannelsessteder
4. Vælgermøder/debatter	Offentlige aktører, foreninger, uddannelsessteder og partier
5. Vejvisere til valgsteder	Foreninger, kommuner, partier og beboerforeninger
6. Følges til valgstederne: "Vi stemmer sammen"	Kommuner, uddannelsessteder, foreninger og beboerforeninger
7. Mobile/fleksible brevstemmesteder	Kommuner og uddannelsessteder

### Valgdeltagelsesmarkering – kampagne på sociale medier

Et digitalt mærke/badge til brug i digital kommunikation, særligt på sociale medier, vil skabe synlighed og øget opmærksomhed om, hvem der stemmer ved valget, og derigennem påvirke andre i det sociale netværk til at gøre det samme.

Forskningsresultater fra andre lande viser, at især personbårne henvendelser på sociale medier har stort potentiale og effekt på mobiliseringen. Eksempler på dette i en dansk demokratisammenhæng er unge danskeres reposting af Obamas kampagnemateriale og sympatimarkeringer med norske flag efter Utøya-tragedien i Norge.

*Formål:* At skabe en social bevægelse for at stemme blandt unge på sociale medier.

*Implementering:* Initiativet kan udmøntes i to tempi – én i god tid op til valget med budskabet: "Jeg stemmer til Folketingsvalget 2015" og én under valget med budskabet: "Jeg har stemt". Den første del af initiativet kan med fordel være udformet som personbårne opfordringer/henvendelser til at stemme via sociale medier. Dvs. udarbejdelse af et personificerbart budskab. Den anden del af initiativet skal være nemt og hurtigt at tilføje sin standardkommunikation, eksempelvis profilbillede/væg/e-mailsignatur.

*Planlagte aktiviteter:* Facebook Norden har i forbindelse med Folketingsvalget annonceret, at der på Facebook vil være mulighed for at klikke på en "Jeg har stemt"-markering. Alle Facebook-brugere vil desuden få en besked om, hvem af den pågældendes Facebook-venner, der har stemt.

Folketinget ruller desuden en kampagne ud på de sociale medier særligt rettet mod førstegangsvælgere under hashtagget #huskditkryds. Et par dage efter valget er udkrevet, kan man læse mere om kampagnen på huskditkryds.dk.

*Erfaring:* Initiativet indgik i den landsdækkende kampagne "Tænk dig om, før du ikke stemmer!" ved Kommunalvalget 2013. Et amerikansk forsøg i 2010 viste, at en opfordring til at stemme, der samtidig viste, hvem af vælgerens venner der havde stemt, havde en klar signifikant effekt på valgdeltagelse (såkaldt 'social besked', se billede nedenfor).



### **Valgdeltagelsesmarkering – fysisk**

Et fysisk mærke/badge – klistermærke, badge eller anden form, der kan bæres af den enkelte i tiden op til valget, vil som med de digitale markeringer skabe synlighed og øget opmærksomhed om, hvem der stemmer ved valget. Mærket kan påvirke andre, som vælgeren møder på sin vej, til at gøre det samme.

Til forskel for de digitale markeringer vil sandsynligheden for at ramme andre uden for vælgers primære netværk være større ved at bære et fysisk mærke i det offentlige rum.

*Formål:* At skabe en social bevægelse blandt vælgerne for at stemme.

*Implementering:* Initiativet kan udformes og gennemføres på mange forskellige måder, eksempelvis ved gadeuddeling, omdeling i skoleklasser, uddeling ved deltagelse i vælgermøder osv. Hovedessensen er at designe og udforme materialet på en sådan måde, at det appellerer til, at man vil bære det.

*Erfaring:* Initiativet indgik i den landsdækkende kampagne "Tænk dig om, før du ikke stemmer!" ved Kommunalvalget 2013 og Europa-Parlamentsvalget 2014. Det er vurderingen, at initiativet sammen med de øvrige valgdeltagelsesinitiativer løftede valgdeltagelsen.

### **Valgafstener**

Forskning i vælgeres valgdeltagelse peger på, at valgdeltagelse i høj grad er betinget af adfærden i ens sociale netværk. Stemmer ens netværk, stemmer man også selv – og omvendt. Afholdelse af valgafstener/-fester på valgdagen, hvor man sammen følger resultaterne af optællingerne i landet, understøtter den sociale effekt.

Valgafstener arrangeret på skolen af elevrådet/skolen, ungdomsrådene eller foreningslivet (eller i et samarbejde mellem alle tre) forventes at understøtte, at de unge har stemt, inden de deltager til det sociale valgafstenerarrangement.

*Formål:* At understøtte det sociale netværks effekt på valgdeltagelsen.

*Implementering:* En eller flere organisationer eller elevråd arrangerer en valgafstener,

der annonceres i god tid inden valget.

*Erfaring:* Enkelte ungdomsuddannelser afholdt valgfester i forbindelse med Folketingsvalget i 2011 og Kommunalvalget i 2013.

### **Vælgermøder/debatter**

Afholdelse af vælgermøder for/med unge på uddannelsessteder mv. med politiske oplæg/debatter. Selvom det er en klassisk indsats, er det væsentligt, at unge møder den politiske debat. Unge har en lav demokratisk selvtillid set i forhold til den øvrige befolkning, som kommer til udtryk ved, at de stiller (for) store krav til, hvor meget de skal vide, førend de stemmer.

Erfaringerne fra Skolevalget 2015<sup>1</sup> viser, at de unge engageres meget af et forløb, hvor de først skal forholde sig til egne holdninger og formulere et forsvar for eller imod en bestemt mærkesag – og dernæst eksponeres for en politisk debat.

*Formål:* At styrke vælgernes viden om og forståelse for deres egne politiske holdninger og den politiske debat.

*Implementering:* Afholdelse af ungevalgsmøder med to eller flere politikere, gerne ungdomspolitikere. DUF, LO-Ungdom og Erhvervsskolernes Elevorganisation har udarbejdet et undervisningsmateriale, særligt rettet mod unge der er i gang med en erhvervsuddannelse. Undervisere fra andre uddannelsesinstitutioner og andre aktører kan lade sig inspirere af materialet fra Skolevalg eller materialet til erhvervsskolerne. Materialet kan downloades på [www.duf.dk](http://www.duf.dk) -> Materialer -> Unge og demokrati.

*Erfaring:* Evalueringen af Skolevalget offentliggøres i juni 2015. Foreløbige resultater er meget positive. Der er flere tegn på, at forløbet har styrket unges politiske selvtillid og motiveret dem til at stemme ved valgene.

### **Vejvisere til valgsteder**

Erfaringen viser, at for nogle vælgergrupper kan det være en stor barriere at finde frem til valgstedet. Ved Kommunalvalget 2013 var der forsøg med at opsætte plakater og uddele flyers, som viste vej til valgstederne. Et forsøg, der havde en positiv effekt, særligt for nydanskere, på 14 procentpoint.

*Formål:* At oplyse målrettet om, hvor man skal afgive sin stemme, og dermed mindske den praktiske barriere i forhold til at stemme.

*Implementering:* Opsætning af plakater og uddeling af flyers med kort, som viser vej til nærmeste stemmested.

*Erfaring:* Bør særligt implementeres i områder, hvor der bor mange unge og nydanskere.

### **Følges til valgstederne: "Vi stemmer sammen"**

Valgdeltagelse er i høj grad en social handling, der er betinget af valgdeltagelsen i ens familie og øvrige sociale netværk. Stemmer ens familie og netværk, stemmer man

---

<sup>1</sup> Et forløb i grundskolen for landets 8. og 9. klasse elever, der afsluttedes med en landsdækkende prøvevalg.

også selv. Der er også en stor mobiliseringseffekt i at gøre det muligt at følges med andre vælgere og dermed stemme sammen ved valgstedet.

*Formål:* At understøtte det sociale netværks effekt på valgdeltagelsen og samtidig nedbryde den praktiske barriere, som handler om usikkerhed omkring, hvor valgstedet er, og hvordan man kommer derhen.

*Implementering:* Kan implementeres helt ned i mikroskala, hvor flyers/opslag/plakater/social medie-kampagner opfordrer til, at man stemmer sammen med andre. Det kan også være opslag eller lignende, der inviterer til at følges ad til valgstedet, eksempelvis: "Vi mødes her kl. 17.00 og følges til valgstedet". Alt efter geografiske forhold kan kommune, skoleledere, elevråd og andre arrangere "Klassen cykler til valg" eller lignende aktiviteter.

Initiativet kan kobles med valgfester, hvor man efterfølgende mødes til en fælles valgaften – eller initiativet kan udformes, således at man først følges til valgstedet og derefter mødes til fællesspisning og valgaften. Det kan arrangeres i boligforeningen, fælleslokalerne, på kollegiet, erhvervsskolen osv.

*Erfaring:* Erfaringerne med at gøre udflugten til valgstedet social er endnu ikke afprøvet med følgeforskning, men den sociale effekt har en væsentlig mobiliseringsfaktor i forhold til stemmeafgivning.

### **Mobile/fleksible brevstemmesteder**

Ved at bruge brevstemmemuligheden mere strategisk og placere brevstemmesteder hvor unge færdes, kan der skabes større opmærksomhed omkring valget hos unge og en stigning i valgdeltagelsen blandt unge ved at gøre det muligt for dem at stemme sammen med deres kammerater.

Samtidig kan brugen af mobile stemmesteder nedbryde den barriere, transporten til stemmestedet udgør.

*Formål:* At gøre det nemmere for unge og øvrige vælgere at stemme og åbne for, at de kan stemme samtidig med deres sociale netværk.

*Implementering:* Kommuner kan oprette brevstemme-afstemningssteder på ungdomsuddannelsesinstitutioner, ved transportknudepunkter og andre steder, hvor kommunens unge færdes, for eksempel ved kollegier eller ungdomsboliger. Det er vigtigt at opretholde valgets autenticitet og seriøsitet, og derfor skal brevstemmemuligheden målrettet unge for så vidt muligt udformes som ved en traditionel valghandling. Der kan foruden oprettelse af fleksible brevstemmesteder på ungdomsuddannelser mv. afvikles andre initiativer og oplysningsarbejde om valget, omend disse skal holdes tydeligt adskilt fra valghandlingen.

*Erfaring:* Brugen af mobile/fleksible brevstemmesteder blev afprøvet af en række kommuner ved Kommunalvalget 2013. Effekten heraf er kortlagt af et forskningsprojekt ved Københavns Universitet. Vurderingen er, at flere unge end tidligere har brevstemt, men det er ikke muligt at udelukke, at disse borgere ville have stemt på normal vis som et resultat af de mange andre stemmekampagner ved Kommunalvalget 2013.

## Baggrund og yderligere viden

Analyser af unge og demokrati: [www.duf.dk/analyser](http://www.duf.dk/analyser)

Valgretskommissionen (2011): *"Demokrati for Fremtiden"*, Valgretskommissionen, København. Yderligere information om Valgretskommissionen findes på [www.valgretskommissionen.dk](http://www.valgretskommissionen.dk)

Franklin, Mark N. (2004): *"Voter Turnout and the Dynamics of Electoral Competition in Established Democracies since 1945"*, Cambridge University Press, Cambridge.

Bhatti, Yosef og Hansen, Kasper Møller (2011): *"Valgdeltagelsen blandt danske unge"* i Valgretskommissionen (2011): *"Demokrati for fremtiden – Valgretskommissionens betænkning om unges demokratiske engagement"*, Valgretskommissionen, København.

Bhatti, Yosef et al. (2014): *"Hvem stemte og hvem blev hjemme? Valgdeltagelsen ved Kommunalvalget 19. november 2013. Beskrivende analyser af valgdeltagelsen baseret på registerdata"*, Institut for Statskundskab, København.

Bhatti, Yosef et al. (2014): *"Kan man øge valgdeltagelsen? Analyse af mobiliseringstiltag ved Kommunalvalget den 19. november 2013"*, Institut for Statskundskab, København.

Bhatti, Yosef et al. (2014): *"Hvem stemte til EP-valget 2014? Valgdeltagelsen ved Europa-Parlamentsvalget 25. maj 2014. Beskrivende analyser af valgdeltagelsen baseret på registerdata"*, Institut for Statskundskab, København

Bhatti, Yosef et al. (2014): *"Mobilisering via SMS til Europa-Parlamentsvalget 25. maj 2014"*, Institut for Statskundskab, København.

### **International Get Out the Vote (GOTV)-inspiration**

Ud over ovennævnte forslag til initiativer findes der i udlandet en del inspiration til, hvordan man kan mobilisere og øge unges valgdeltagelse:

Rock the Vote: <http://www.rockthevote.com/>

Non-profit Vote: <http://www.nonprofitvote.org/all-resources/>

University of Texas Austin: <http://moody.utexas.edu/strauss/ut-votes/gotv-strategies>

AIGA: <http://www.aiga.org/get-out-the-vote/>