


Tygelsjö
Rosengård
Lindeborg
Kulladal
←


Limhamn
Kroksbäck →

**Kunskapsunderlag för
arbetet att öka
valdeltagandet i Malmö 2022**



För att förstå hur vi kan öka valdeltagandet har vi tittat på:

1. Omvärldsskeenden: Nationellt och globalt
2. Malmö: staden och dess invånare med fokus på områden med lågt valdeltagande
3. Barriärer och framgångsfaktorer för att öka valdeltagandet
4. Minska gap – kom närmare



Malmö stad

Intervjuade våren 2022

- **Adonay E. Kidane** – Drivande i Ideella föreningen 127 röster, aktiv i valet 2018
- **André Hounsounou** – Aktiv i ungdomshuset Bricks
- **Georgina Simicic** – Tf sektionschef på enheten för förebyggande fritid, tidigare aktiv i ungdomshuset Bricks
- **Ibrahim Taha** – Ideella föreningen ZigZag, aktiv i valet 2018
- **Ivar Scotte** – Verksamhetsledare Malmö Ideella
- **Pieter Bevelander** – Professor i Internationell Migration och etniska relationer på Malmö Universitet
- **Rafi Farouq** – Verksamhetschef på Flamman, aktiv i valet 2018

Rapporter och publikationer

Debatten och opinionen mars 2022, Demoskop

Fakta för förändring – En rapport om Sveriges 61 utsatta områden
GENERATION Z 2022, Ungdomsbarometern

Jag röstar! En studie om projekt för ökat valdeltagande, MUCF

Lokala resurscenter för demokratisk delaktighet 2018 – Återrapportering av
MUCF:s bidrag till Lokala resurscenter för beviljade projekt 2016, MUCF

Nya svenska väljare, Henrik Oscarsson & Sören Holmberg

Perspektiv 2020 med särskilt fokus på unga vuxna – En undersökning
genomförd av Novus på uppdrag av Stiftelsen The Global Village

Perspektiv 2021 – En undersökning genomförd av Novus på uppdrag av
Stiftelsen The Global Village

Rock The Vote – 2018 Annual Report

Rätt att rösta! – Diskussionsunderlag inför dialogmöten, Sveriges Kommuner
och Landsting

Rätt att rösta! – Hur kommuner och landsting kan arbeta för att öka
valdeltagandet, Sveriges Kommuner och Landsting

Röster för ett jämlikt valdeltagande – Återrapportering av MUCF:s bidrag till
projekt för ökat valdeltagande i de allmänna valen 2018, MUCF

Svenskarna och internet: Valspecial 2022, Internetstiftelsen

Svenska väljare, Henrik Oscarsson & Sören Holmberg

Ungar & medier 2021 – En statistisk undersökning av ungas medievanor och
attityder till medieanvändning, Statens Medieråd

UNG IDAG 2021: Goda levnadsvillkor för många, men inte för alla, MUCF

Varje röst är viktig – Så fördelades stödet för ökat valdeltagande supervalåret
2014, MUCF

Vilja att förändra – Drivkrafter, hinder och utmaningar för ungas
sambandsengagemang FOKUS 21, MUCF

Väljare – Svenskt väljarbeteende under 50 år, Henrik Oscarsson & Sören
Holmberg

Youth and satisfaction with democracy, Centre for Democracy, University of
Cambridge

Media och webbsidor

Svenska

Media

- Altinget
- Dagens Nyheter
- Expressen
- Göteborgs-Posten
- Mitt i
- Sveriges Radio
- SVT Nyheter
- Vox Vigor
- Vårt Göteborg

Webbsidor

- Göteborgs Stad
- Forskning.se
- Statistiska Centralbyrån
- Valforskningsprogrammet, Göteborgs universitet

Internationella

Media

- The Local Denmark
- The Telegraph
- The Washington Post
- Politico
- Wired

Webbsidor

- V-Dem Institute

ANALYS

1. Omvärldsskeenden som påverkar valdeltagandet

Demokrati på nedgång

De globala kriserna
accelererar utvecklingen

Polarisering och misstro

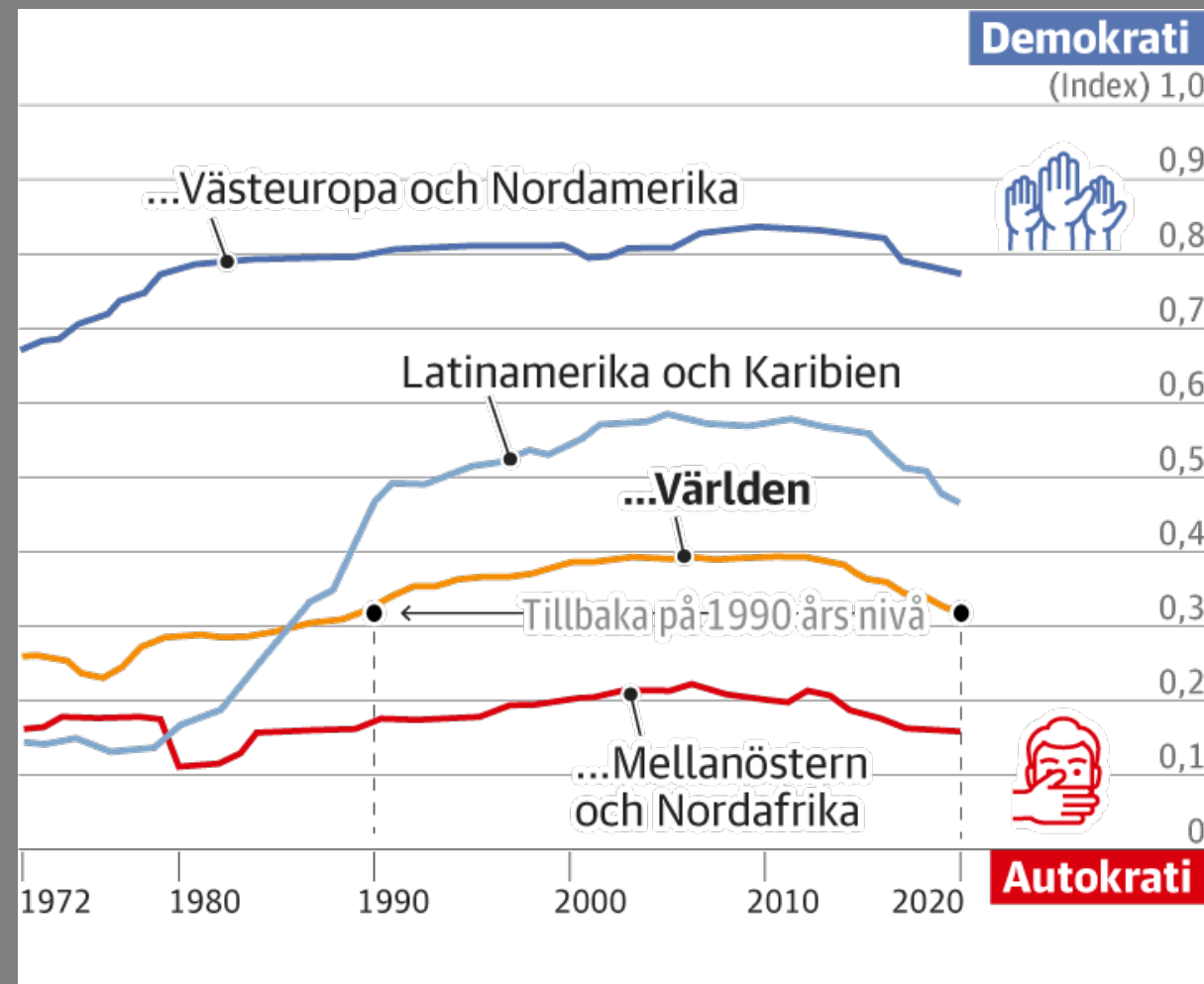




1. ANALYS Omvärld

Den demokratiska världen krymper:

Antal demokratier i världen liknar nivån år 1989



Källa: V-dem institute

*Indexet visar i vilken grad världens länder styrs enligt demokratiska principer

Globala kriser medför förändringar i demokratin



Inskränkningar i friheten



Censur av ryska medier



Indragna tillstånd

Andra makter vill påverka vår demokrati

2022-02-14

Säpo: Desinformation i sociala medier ökar



En metod för att sprida desinformation eller extremistisk propaganda är att lägga informationen i kommentarsfält i till synes harmlösa inlägg.

KULTUR

Rysslands "Google" anklagas för att dölja information om kriget

UPPDATERAD 2022-05-20 PUBLICERAD 2022-02-14

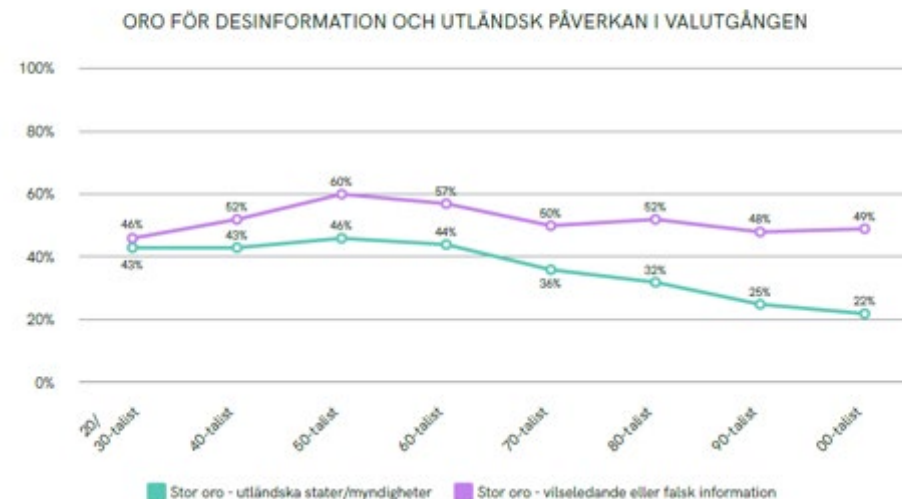
Bannlyst konspiratorisk tv-kanal sänder i Öppna kanalen – "Kremls narrativ"

UPPDATERAD 2022-05-06 PUBLICERAD 2022-05-06



Den direkta påverkan på våra medier är tydligare

Diagram 3.8, Bas: Internetanvändare 18+ år, Fråga: Vilken oro känner du för att ..utländska stater eller myndigheter kommer att använda internet för att påverka valutgången i Sverige nästa höst? / ..falsk eller vilseledande information på nätet kommer att användas för att påverka valutgången i Sverige nästa höst? Andel som känner stor oro (netto - mycket eller ganska stor oro), Valspecial 2022

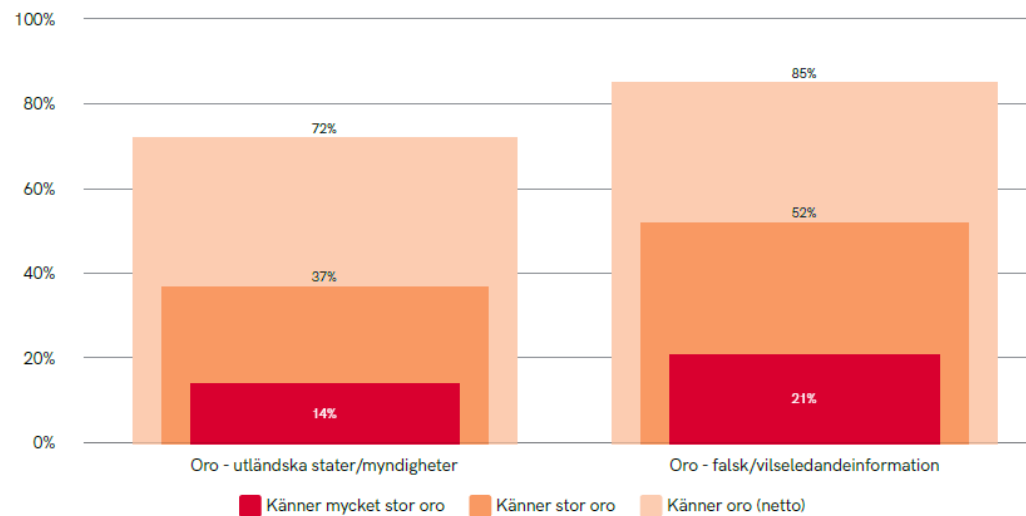


Oron för utländsk påverkan på valet ökar

Vilseledande information – Vad är sant?

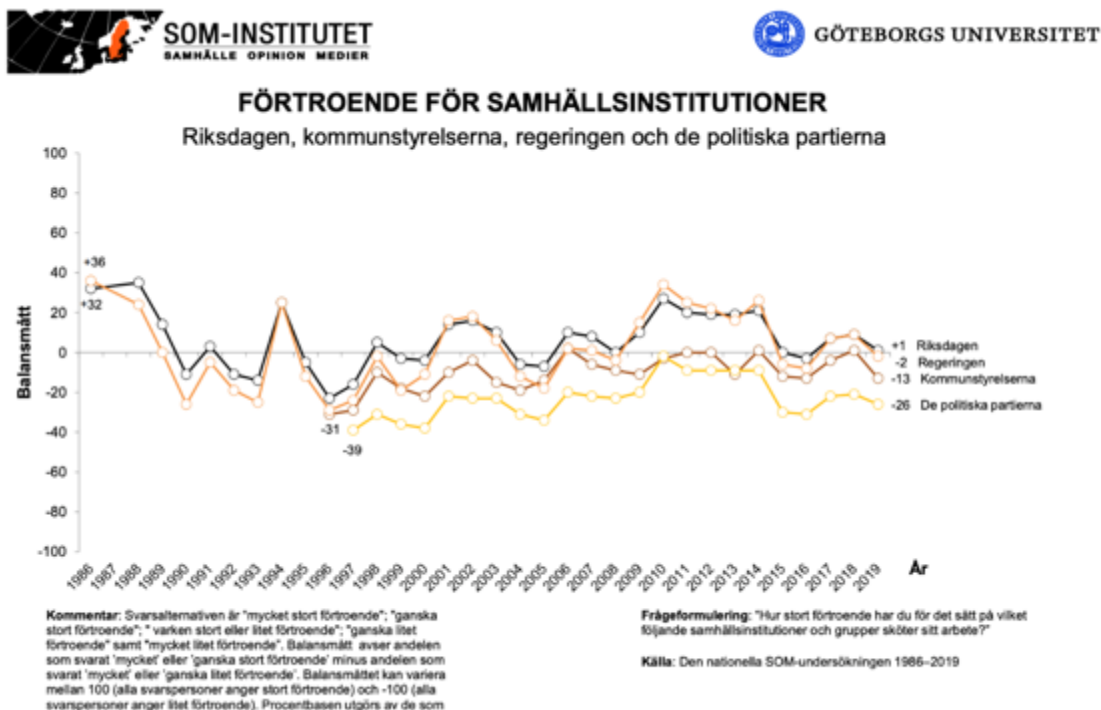


Diagram 3.7, Bas: Internetanvändare 18+ år, Fråga: Vilken oro känner du för att... utländska stater eller myndigheter kommer att använda internet för att påverka valutgången i Sverige nästa höst? / ...falsk eller vilseledande information på nätet kommer att användas för att påverka valutgången i Sverige nästa höst? (Känner oro = mycket stor/ganska stor/Viss oro, Stor oro = mycket/ganska stor oro), Valspecial 2022



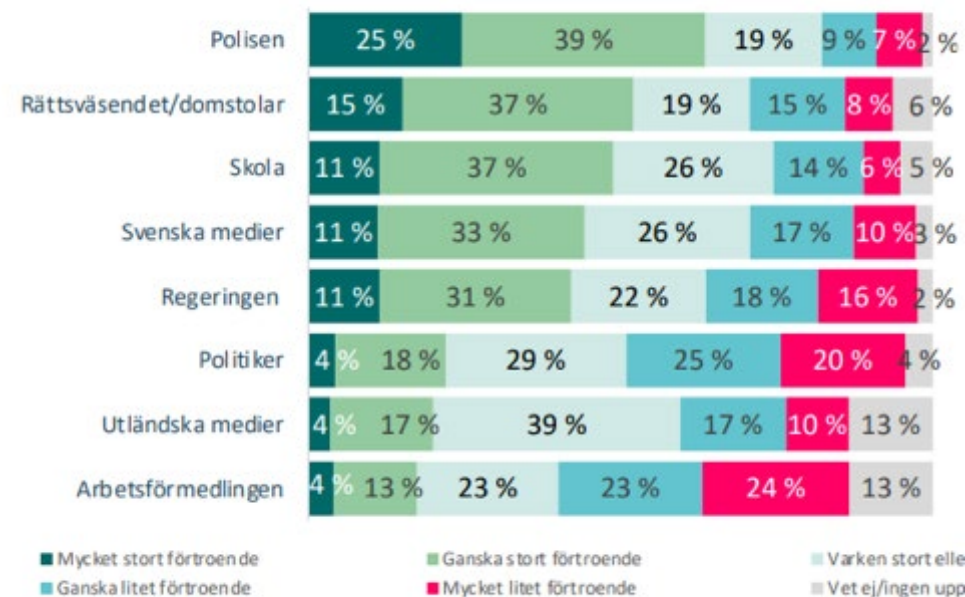
Oro för vilseledande information

Lågt förtroende för politiker



Förtroendet för politiker har sjunkit de senaste åren bland allmänheten

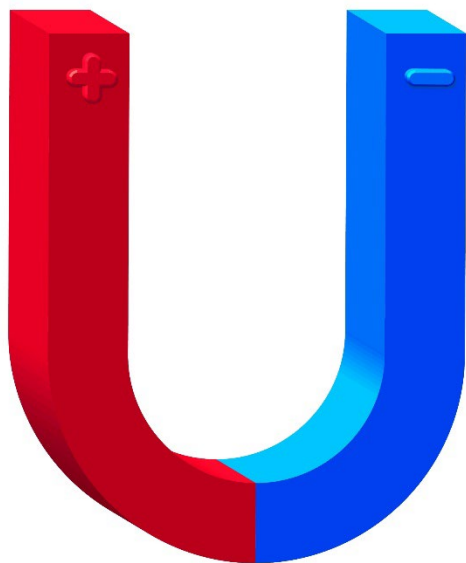
I vilken utsträckning har du förtroende för följande:



Bas: Sam

Nästan hälften av personer i utsatta områden har litet förtroende för politiker

Ökande polarisering påverkar demokratin



Polarisering av det politiska samtalet



Polarisering på grund av digitalisering

“Right across the world, we are seeing an ever widening gap between youth and older generations on how they perceive the functioning of democracy”

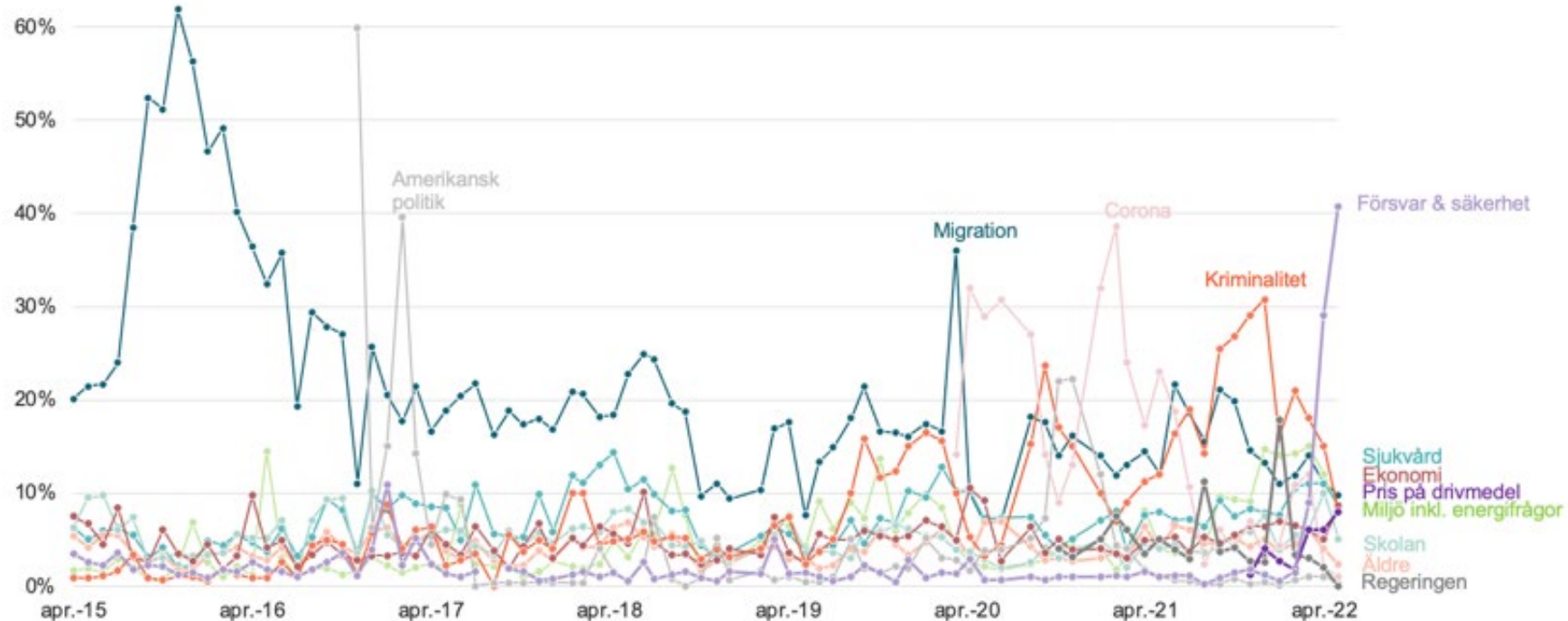
Dr Roberto Foa





**Nya partier växer fram som
"förstår" målgruppen bättre**

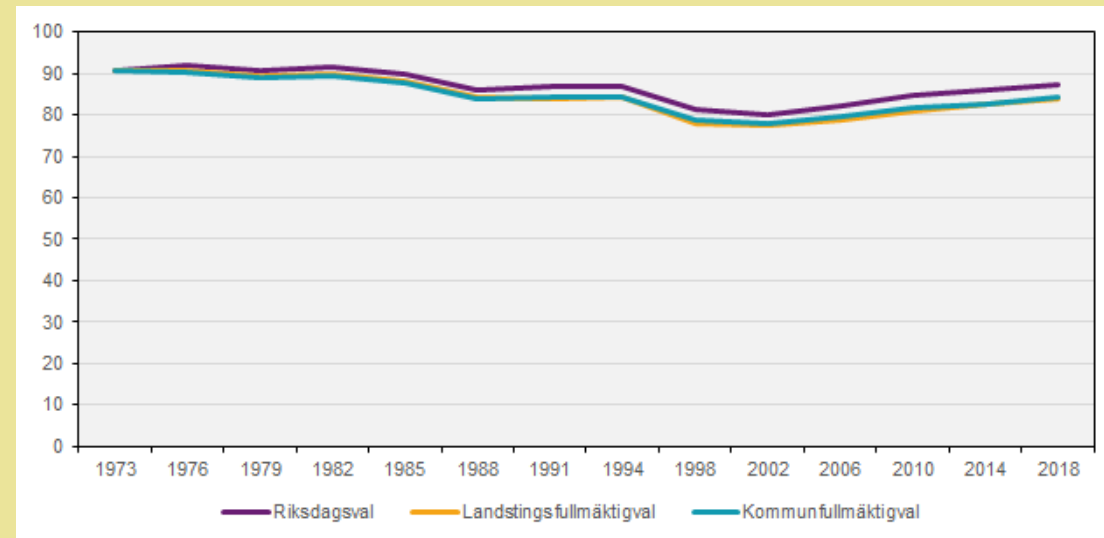
Drastisk ändring av det politiska samtalet hos allmänheten





1. ANALYS Omvärld

Valdeltagandet ökade i Sverige 2018 i nästan alla områden



Högsta valdeltagandet sedan 1985



Ökning även i många utsatta områden

Målgrupper med ett lägre valdeltagande 2018

Unga män och äldre kvinnor

6%

Färre i gruppen unga män röstade än unga kvinnor. På samma sätt röstade 6% färre äldre kvinnor än äldre män.

Lågutbildade (förgymnasial utbildning)

15%

Färre i gruppen med förgymnasialutbildning än mot gruppen med eftergymnasial utbildning. (80% med förgymnasialutbildning mot 95% i gruppen med eftergymnasial)

Utrikesfödda

16%

Färre i gruppen utrikesfödda mot gruppen inrikesfödda. (74% bland utrikesfödda mot 90% av inrikesfödda)

Funktionsvariation

Valdeltagande bland personer med funktionsnedsättning är 6 procentenheter lägre än i övriga befolkningen.

I riksdagsvalet 2018 röstade

66 %

av personer med rörelsenedsättning och

62 %

med hög grad av nedsatt rörelseförmåga jämfört med 90 % av de utan rörelsenedsättning

1. ANALYS Omvärld

Demokrati på nedgång
→ ändrade värderingar

De globala kriserna
accelererar utvecklingen
→ svårare att navigera

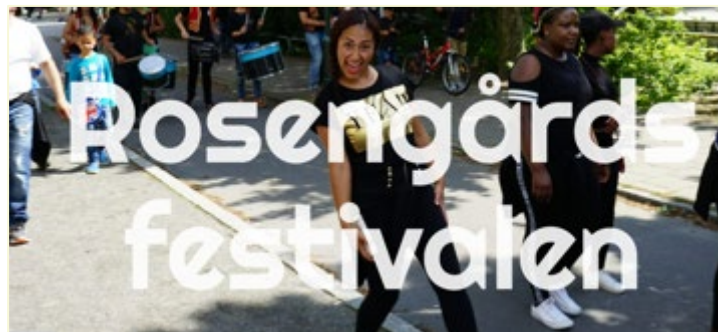
Polarisering och misstro
→ svårare att nå ut med
information

2. ANALYS - Malmö

Valdeltagandet i Malmö



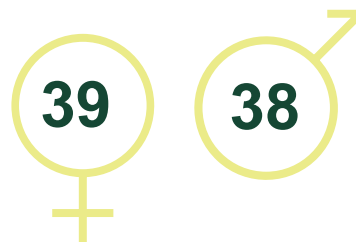
En stad med starkt civilsamhälle, kultur och föreningsliv - men också många utmaningar



Mer än 70 föreningar samlas för att öka valdeltagandet inför valet 2006

Stark förenings- och gräsrotsanda

SVERIGE
Så blev "Disneyland för de rika" en plats för alla



Medelåldern i Malmö

Modern, nytänkande och ung storstad



VÅLDSAMHETERNA I MALMÖ

Dialogpolis efter våldsamheterna: Tror på fortsatt dialog

Malmö

Allt fler lyckas hoppa av gängkriminalitet

Nyheter

Malmö: Så lyckas du med "Sluta skjut"

Aktivt arbete försöka inkludera samt motverka kriminalitet



Malmö hade lågt valdeltagande 2018

Haparanda	72,8
Södertälje	77,5
Botkyrka	78,2
Burlöv	80,8
Sorsele	80,8
Övertorneå	81,0
Pajala	81,4
Perstorp	82,0
Malmö	82,0
Gällivare	82,3

Kommuner med lägst
valdeltagande

4/10
valdistrikt med lägst
andel deltagare ligger
i Malmö



Valdeltagandet i Malmö ökade år 2018

79,3%

Röstade i riksdagsvalet 2014
i Malmö

85,8%

Röstade i riksdagsvalet 2014
i Sverige totalt

82%

Röstade i riksdagsvalet
2018 i Malmö

87%

Röstade i riksdagsvalet
2018 i Sverige totalt



Malmö hade lägre valdeltagande i de tre valen

82%

Valdeltagande i riksdagsvalet
2018 i Malmö

87,2%

Valdeltagande i riksdagsvalet
2018 i Sverige totalt

78,3%

Valdeltagande i landstingsvalet
2018 i Malmö

83,7%

Valdeltagande i landstingsvalet
2018 i Sverige totalt

78,6%

Valdeltagande i kommunvalet
2018 i Malmö

84,1%

Valdeltagande i landstingsvalet
2018 i Sverige totalt



Varierande utveckling i områden med lågt valdeltagande

Insatser kan ha påverkat resultatet i Hermodsdal

”Vi känner att det är jättekul, folk har uppmärksammat vårt arbete, speciellt i Hermodsdal där vi jobbade hela sommaren.”

Aya Akram, projektsamordnare för 100 demokratiambassadörer i Malmö

Hermodsdal 2014-2018

+10%

Törnrosen/Örtagården 2014-2018

-11%

Områden i Malmö med valdeltagande under 60 %



Törnrosen-Örtagården	47,54 %
Kryddgården S	54,43 %
Herrgården	57,01 %
Lindängen Ö	57,70 %
Augustenborg S	58,41 %
Hermodsdal	58,43 %
Heleneholm	58,78 %
Hermodsdal-Gullviksborg	59,11 %
Almhög Ö	59,72 %

Tre valdistrikt att fördjupa sig i

1. Hermodsdal 58,4 %

Lågt valdeltagande - positiv utveckling

2. Törnrosen/Örtagården 47,5 %

Lågt valdeltagande – negativ utveckling

3. Lindängen Ö 57,7 %

Lågt valdeltagande - geografisk spridning mot områdena ovan





Gemensamt för områden med lågt valdeltagande

Stor andel i arbetslöshet

- Endast mellan 28% (Herrgården) och 50% (Heleneholm/Almhög Ö) har sysselsättning i arbete.
- Exempel på återkommande sektorer för de som jobbar: Vård och omsorg, uthyrning och fastighetservice samt handel.

Stor andel med utländsk bakgrund

- Mellan 76% (Augustenborg S) och 96% (Herrgården) med utländsk bakgrund.
- Exempel på ursprungsländer: Irak, Syrien, Somalia, Jugoslavien, Libanon, Afghanistan, Etiopien.

Samband mellan vaccinationsgrad och valdeltagande

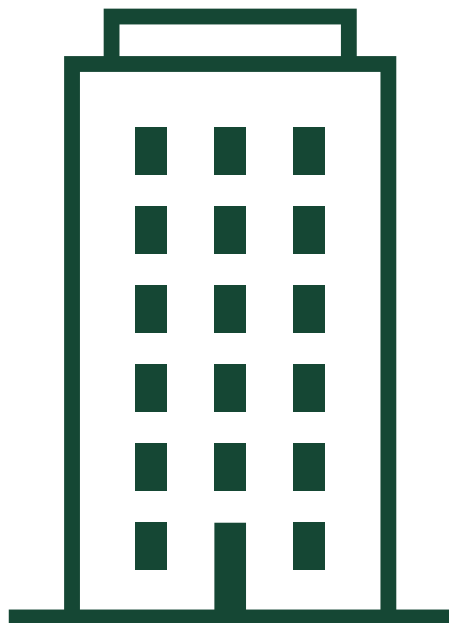
- Exempelvis Herrgården Norr: andel fullvaccinerade 43% respektive valdeltagande 58%

Utsatta områden

- Korrelation mellan lågt valdeltagande och polisens lista över utsatta områden som riskområden eller särskilt utsatt område.
- Exempelvis Nydala/Hermodsdal, Rosengård, Holma/Kroksbäck.



Hermodsdal 58,4 %



Hyresrätt
huvudsaklig
bostadsform

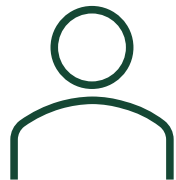
45%

Sysselsatta i arbete



85%

andel med utländsk
bakgrund



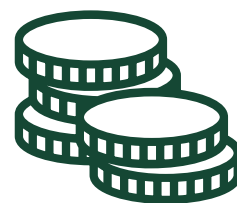
26%

Högskoleutbildade



9308

Medianinkomst

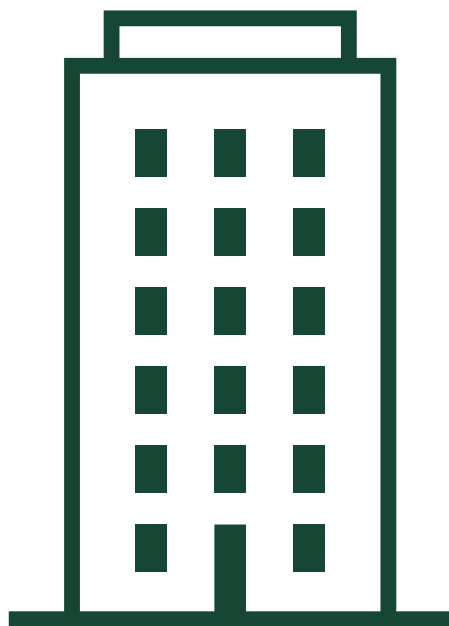


”Otryggheten har ökat i Hermodsdal, det tror jag hänger ihop med det politiska utanförskapet. De allra flesta Hermodsdalbor gillar sitt område, de vill vara kvar här och vara med och utveckla det.”

Arwin Sohrabi, lokal
Socialdemokrat om det låga
valdeltagandet



Törnrosen/Örtagården 58,4



Hyresrätt
huvudsaklig
bostadsform

39%

Sysselsatta i arbete



94%

andel med utländsk
bakgrund



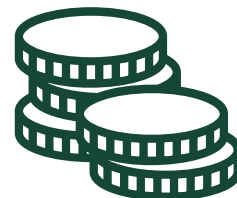
19%

Högskoleutbildade



8053

Medianinkomst

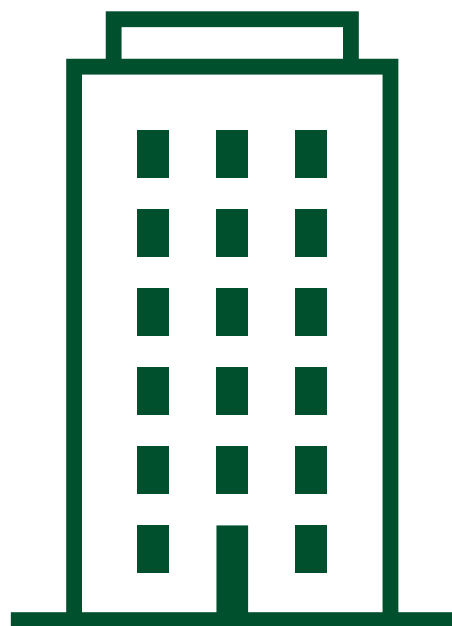


”Jag tycker att det är ganska dåligt att det finns så många här som inte röstar. De tror nog att deras deltagande inte spelar så stor roll. Så tänkte jag också innan, men jag har ju rätt att rösta. Jag är född här, jag bor ju här, det är min rätt, så varför ska jag inte ta vara på den?”

Anonym förstagångsröstare
Törnrosen/Örtagården



Lindängen Östra



Hyresrätt
huvudsaklig
bostadsform

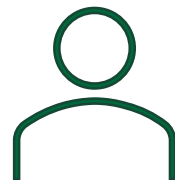
47%

Sysselsatta i arbete



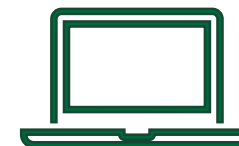
79%

andel med utländsk
bakgrund



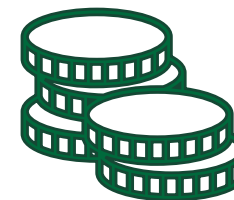
25%

Högskoleutbildade



11193

Medianinkomst



Malmö är en innovativ stad med en mångfacetterad kultur och ett aktivt arbete att motverka de utmaningar som finns i staden.

Stora skillnader i valdeltagande i staden med både positiv och negativ utveckling i de områden med lågt valdeltagande.

Liknade demografi i områden när det kommer till utbildningsnivå, sysselsättning, bakgrund och socioekonomiska förutsättningar.

3. Barriärer för valdeltagande Vilka skäl finns det till att inte rösta?

- Kunskapsmässiga
- Emotionella
- Praktiska

Men....barriärer går inte att studera var för sig –
Förståelse av samspelet är avgörande.

3. ANALYS - barriärer

”Vägen till en rikare förståelse av valdeltagandets mekanismer är att studera hur institutionella, kontextuella och individförklaringar samspelar med varandra.

Två medborgare som delar exakt samma individegenskaper kan nämligen mycket väl ha olika stor sannolikhet att delta beroende på karaktären på den pågående valkampen (kontextuell förklaring) eller vilket valsysteem de lever under (institutionell förklaring).

Denna insikt är helt nödvändig, inte enbart för forskare utan även för de många demokratipolitiker som vill utforma strategier för att höja valdeltagandet.”

Väljare – Svenskt väljarbeteende under 50 år,
Holmberg & Oscarsson

Kunskapsmässiga barriärer

Bristande kännedom om att man *får* rösta

Okunskap om *var, när* och *hur* man röstar

Okunskap om svenska valsystemet



Många saknar kännedom om att det ens är val och/eller att man *får* rösta



Siffrorna visar procent av de tillfrågade.

Från enkät bland 200 Blekingebor folkbokförda mer än tre år

Trots att man bott i Sverige länge känner man inte till sin rösträtt

Fler utländska medborgare får rösta i valet – alla känner inte till det



"Jag vill rösta, men behöver mer information" – hör boende i Angered om möjligheten att rösta i valet. Foto: SVT

Jag har hört att man måste ha medlemskap i ett parti för att få rösta.

Abdi Nour från Karlskrona

Många vet inte vad de har för rösträtt. I deras hemland var det kanske inte demokrati och man vet inte hur det fungerar här.

Said Abdullahi, Somaliska föreningen

Påverkade av valsystem från hemland

Okunskap om *när, var och hur* man röstar



Valmyndighetens information och röstkortet tolkas som reklam/ slängs



Förstår inte skillnaden mellan röstkortet



Okunskap om det svenska valsystemet hindrar motivationen att rösta

Vi vet genom väljarundersökningarna att kvinnor, äldre, svenskfödda, välutbildade, gifta/sammanboende, höginkomsttagare och sysselsatta röstar i större omfattning än män, yngre, utrikes födda, lågutbildade, ensamstående, låginkomsttagare och arbetslösa. Ju starkare socioekonomisk ställning och ju mer integrerad man är i samhället desto högre valdeltagande. Men än större betydelse har de enskilda väljarnas motivation. Motivation har en generell sett större tyngd än resurser som förklaring till att vissa människor röstar och andra låter bli att göra det.

Rätt att rösta! Diskussionsunderlag inför dialogmöten, SKL

Motivation större betydelse än resurser

Tabell 3.3 Motivation och valdeltagande 2014 (procent).

	procent		procent
Spelar roll vem som sitter vid makten		Valets viktighet	
1 Det spelar en roll	86	Bryr mig mycket om vem som vinner eller förlorar	91
2	93	Spelar inte så stor roll	57
3	80		
4	80	Politiskt intresse	
5 Det spelar inte någon roll	62	Mycket intresserad	89
Partiidentifikation		Ganska intresserad	89
Stark partiidentifikation	95	Inte särskilt intresserad	83
Svag partiidentifikation	83	Inte alls intresserad	65
Ingen partiidentifikation	85		
Ingen partipreferens	82	Lätt att se skillnader mellan partierna?	
Ideologisk extremism		mycket lätt	89
0/10 långt t vänsterhöger	86	ganska lätt	85
1/9	87	varken lätt eller svårt	85
2/8	93	ganska svårt	86
3/7	92	mycket svårt	88
4/6	83		
5 mitten	85		

Kommentar: Resultaten är hämtade från 2014 års valundersökning. Valdeltagandet är kontrollerat mot röstlängderna. Vi har viktat upp icke-röstare i undersökningen för att bättre reflektera det officiella valdeltagandet i 2014 års riksdagsval.

Uppfattningar om valets viktighet och meningsfullhet, om ideologiska skillnader mellan partierna och frågan om huruvida det spelar någon roll vem som vinner valet är centrala inslag i medborgarnas röstningskalkyler.

Svenska väljare, Oscarsson & Holmberg

Motivation påverkas av upplevelse av valets viktighet och meningsfullhet



På ABF Huddinge i Vårby gård centrum träffar vi Ahlam Al Rushdy och Golshan Abas. Båda två röstade i valet. Men vägen dit har inte varit enkel. Ahlam har bott i Sverige i tio år och Golshan sedan början av 90-talet, men fortfarande tycker de att det är svårt att sätta sig in i vad de olika partierna står för.

– Det går inte ens att jämföra Sverige med Irak som jag kommer ifrån. Där fanns inget annat val än att rösta på Saddam Hussein, säger Golshan.

Syn på valsystemet från hemland kan hindra motivation





3. ANALYS - barriärer

Särskilt utbredd är okunskapen om regionvalet – kallas av forskare för “det glömda valet”

Endast
48 %

vet vilket parti som styr i
regionen de bor

Endast
47 %

vet om att regionen har ansvar
för sjukvården

”I den forskning som jag
sysslar med brukar man prata
om regionval, eller det som
tidigare hette landstingsvalet,
som det gömda eller det
glömda valet. Väljarna har
våldigt lite kunskaper om vad
som sker där, vilka politikerna
är, vad de står för och så
vidare. Man röstar men
våldigt få vet vad de röstar
på.”

Bo Rothstein, seniorprofessor i
statsvetenskap vid Göteborgs
universitet

Få känner till regionens ansvar och
inflytande över viktiga frågor

Val som unga anser viktigast

77 % riksdagsvalet

11 % kommunvalet

4 % regionvalet

Unga anser inte att regionval är viktigt,
eller vill påverka lokalt men tror inte att de kan

Nästan

4 av 10

unga vill påverka i frågor som
rör deras kommun, men
knappt

2 av 10

upplever att de har möjlighet
att föra fram åsikter till
beslutsfattare i kommunen

Attitydsmässiga/ emotionella barriärer

Bristande intresse

**För stort gap mellan politiker och
medborgare**

Känsla av utanförskap

Brist på representation

Bristande framtidstro

Brist på långsiktighet

Erfarenhet av diskriminering



Bristande intresse för (svensk) politik och samhällsfrågor

Cirka
1 av 4
18-29 åringar som inte
röstade 2018 anger brist
på intresse för politik
som orsak

Ointresse främsta skäl att inte rösta
bland unga

”En del européer är mer inriktade på och engagerade i
politiken i sitt hemland.”

Pieter Bevelander

”Jag tror ointresset handlar om att man tillbringat en
stor del av sitt liv där man föddes. Politiken i Sverige
kan upplevas som tråkig, i andra länder är det mer
rakt på sak och händer mer grejer.”

Ibrahim Taha

En del utlandsfödda är mer engagerade av
politik i sitt hemland



3. ANALYS - barriärer

Bristande förtroende till politiker kan bero på en attityd präglad av hemlandets politiska system

”Ambassadörerna tror att valdeltagandet är lägre hos personer som är utrikes födda eftersom många kommer från länder med svag demokratisk tradition. Politik associerades med korruption och därför litar man inte på det demokratiska systemet. Ambassadörerna tror att personer som kommer till Sverige bär med sig denna syn på demokrati och därmed väljer de att inte engagera sig i politiken.”

Jag röstar!, MUCF



”Det finns många hinder här ute. Det största är språket. Ett annat är att många är uppgivna, andra helt ointresserade. Många saknar dessutom tilltro till politiska system över huvud taget, det har de med sig från sina hemländer.”

Ali Azahaf, ordförande i Tensta United



3. ANALYS - barriärer

Men till stor del handlar det om en utbredd upplevelse av att gapet mellan politiker och medborgare är för stort



Stor andel i utsatta områden upplever att avståndet mellan medborgare och politiker/politiken är för stort

Forskarna brukar beskriva det som att det finns en massa socialt kapital som hela tiden förräntas, även i de områden där valdeltagandet är lågt. Man talar om "den stora demokratin" och den "lilla". Lejla Bibežić och hennes jämnåriga vänner är ett talande exempel på just det:

– Rikspolitiken känns så stor, så långt bort. Den är som ett maskineri som lovar en massa saker de aldrig håller, det ekar tomt och känns meningslöst.

Lejla Bibežić.

"Den stora demokratin" känns långt bort och lovar mer än de håller



3. ANALYS - barriärer

Utbredd besvikelse kring integration och stark känsla av exkludering bland boende i utsatta områden

49 %

av personer i utsatta områden håller inte med om att Sverige har en bra integrationspolitik

40 %

anser inte att Sverige tar vara på erfarenheter och förmågor från människor med annan bakgrund än svensk

Bristande integrationspolitik

”Det som hände i de utsatta områdena under de högerextrema demonstrationerna i hela Sverige visar att det finns människor som befinner sig i ett stort utanförskap. Människor står långt ifrån arbetsmarknaden och en del identifierar sig inte som svenskar trots att de har bott här länge. De känner sig bortglömda, misstänkliggjorda och att de saknar möjligheter för sig och för sina barn i skolan och i samhället. En del känner sig motarbetade och känner att de lever i en parallellvärld utan större möjlighet att påverka sina liv.”

Rafi Farouq

Känsla av utanförskap och bristande möjlighet att påverka



3. ANALYS - barriärer

Varför ge sin tilltro eller röst till politiker när de aldrig besöker ens verklighet och inte lyssnar?

Politiker, nu passar det att visa er i Järva?

Publicerad 11 jun 2017 kl 07:00



”Det är otroligt viktigt att lyfta initiativ som dessa, som tar makten från Almedalens elitistiska kramkalas, ut till verkligheten. Det stör mig att ideella organisationer får springa politikernas ärenden. Våra folkvalda som ska fatta beslut för det samhälle vi lever i bör besöka oss oftare än när kameror är på plats. Uppenbarligen är vi som målgrupp inte intressanta, då frånvaron talar för sig och valdeltagandet blir konsekvensen.”

Melody Farshin,
komiker, krönikör och boende i Järva



– Vart fjärde år kommer det hit folk och pekar finger – varför röstar ni inte, varför tar ni inte ert demokratiska ansvar? Då tänker jag – högt – att om du inte har något jobb, det finns inga behöriga lärare i dina barns skolor, belysningen på väg till den knaggliga fotbollsplanen är sönderslagen och det tar tre veckor att få en läkartid på vårdcentralen – ja, hur stort förtroendekapital har man då som politiker? Förtjänar man ens en röst då?

Ali Kahlil, egentföretagare,
boende i Alby

”Politiker måste finnas och mötas med boende i den lokala kontexten som en del av dem gör väldigt bra. En del politiker drar sig för att bege sig ut till de utsatta områdena. Istället kan de vara nöjda med att skriva inlägg hemifrån. De undervärderar vikten av att lyssna. Att prata och möta människor. Det räcker inte att de kommer hit en gång om året utan de behöver vara väldigt aktiva i våra utsatta områden då de är förtroendevalda och människor vill gärna träffa dem.”

Rafi Farouq



3. ANALYS - barriärer

Brist på representation motverkar motivation att rösta samt förstärker känsla av utanförskap

35 %

av personer i utsatta områden håller inte med om att svenska partier har en bra representation av människor med annan bakgrund än svensk

”Känner man inte att det finns någon som för ens talan, att man inte är en del av det där samhället alla pratar om – ja, varför ska man ens rösta då?”

Ali Khalil, född och uppvuxen i Alby

”Representationen är en viktig faktor. Det är många som inte ser sina perspektiv och intressen representerade bland politikerna.”

Adonay e. Kidane



3. ANALYS - barriärer

Brist på kontinuitet och långsiktigt tänk spar på förtroendeförakt och riskerar få kontraproduktiv effekt

”Under ett utvärderingsmöte med de aktörer som genomfört valprojekt uttryckte flera att deras arbete behövde en fortsättning på något sätt. De hade bidragit till ett lokalt engagemang, ett intresse för politik och fungerande kanaler till politiker. Då detta arbete sällan har en chans att leva vidare utan finansiering finns en risk att medborgarna uppfattar arbetet inför valet som röstfiskeri och att politikerföraktet därmed stärks.”

Varje röst är viktig, MUCF

Kortsiktiga insatser riskerar att spä på politikerförakt



”Om folk inser att makten ligger någon annanstans istället så kan man nog ha hur mycket kampanjer som helst. Men sen är jag också emot det här med demokratin som kampanj. Jag tycker det är farligt att man gör demokratin till enbart en fråga om röstande i valen. Demokratin måste ju vara någonting som lever även mellan valen.”

Mikael Stigendal,
professor i sociologi, Malmö högskola

Demokratin måste tydliggöras och leva även mellan valen



Pessimistisk framtidssyn och bristande påverkansförmåga motverkar motivation att rösta bland unga

47%

av unga anser att samhällsutvecklingen är på väg åt fel håll

Sedan 2019 har andelen unga som svarar att de har stora möjligheter att påverka i samhället minskat med 11 procentenheter

”Unga som känner att politiker inte lyssnar, att möjligheter att påverka är små, är missnöjda med livet och med pessimistisk framtidstro är mer tveksamma till att rösta i nästa val att inte planera rösta år 2022.”

Vilja att förändra – Fokus 2021, MUCF



Upplevelser av diskriminering motverkar motivation och mod att rösta

Valdeltagandet i valet 2010 var drygt 15 procentenheter lägre bland muslimer som upplevt diskriminering jämfört med muslimer som inte hade erfarenhet av det

Muslimer som upplevt diskriminering mindre benägna att rösta

”Intervjupersoner i målgruppen berättar att de tidigare har upplevt att det funnits många hinder för att rösta och delta i demokratin. Det är vanligt att bli dåligt bemött och att känna skam i samband med röstning. De upplever att det beror på att det fortfarande finns många i Sverige som tycker att personer med intellektuell funktions-nedsättning inte borde få rösta.”

Jag röstar!, MUCF

Skamkänslor kan hindra personer med intellektuell funktionsnedsättning



3. ANALYS - barriärer

Förutfattade meningar och brister i kommunikation får allvarliga konsekvenser

Coronapandemin: "Invånarna i Järva vill bli hörda"

Hela Järva pekades ut som en "farlig smitthärd som inte kunde ta till sig information", enligt en intervju person i studien "Röster från Järva" som publiceras av Delegationen mot segregation (Delmos). Men när journalisterna började inkludera röster från området blev debatten mer nyanserad.

Förutfattade meningar leder till felaktiga slutsatser



Brister i översättningar

"Jag upplever att granskningen av vad som skrivs på arabiska är obefintlig."

Ghiath Al Bitra, arabisktalande svensk med rötter i Syrien

3. ANALYS - barriärer

Praktiska barriärer

Brist på tid och/eller ork

Saknar förmåga att rösta





3. ANALYS - barriärer

Brist på tid och/eller ork



Bortrest/boende i annat land



Yrken som har svårt att komma loss



Personer i hemlöshet har svårt att planera dagar långsiktigt



Orkar inte eller glömmer bort



3. ANALYS - barriärer

Saknar möjlighet/förmåga att rösta

Det är ett demokratiskt problem och många känner sig utanför. De upplever att politikerna inte bryr sig.

Carola Matilainen, föreståndare
Mikelsgården Uppsala
stadsmision



Saknar fast adress och/eller id-handling



Nedsatt rörelseförmåga hindrar en att ta sig till röstningslokal



Får inte röstkort

4. Sammanfattning och implikationer - barriärer

3. ANALYS - barriärer

Kunskapsmässiga barriärer

- ✓ **Utbredd okunskap om att man ens får rösta – framförallt i regionvalet, till vilket andelen röstberättigande är högre jämfört med riksdagsvalet**
- ✓ **Bristande kunskap om när, var och hur man röstar**
- ✓ **Bristande kunskap om svenska valsystemet, såsom att det finns olika partier och vad de står för hindrar motivationen att rösta**

Attitydsmässiga/ emotionella barriärer

- ✓ **Bristande intresse för politik/ samhällsengagemang utgör bara en del av förklaringen till varför personer väljer att inte rösta**
- ✓ **Bristande tillit till politiker, en upplevelse av att gapet mellan politik och medborgare är för stort samt en känsla av exkludering, brist på framtidstro och påverkansmöjligheter är alla mer omfattande och djuplodade bidragande faktorer till att folk väljer att inte rösta**
- ✓ **Kortsiktiga insatser i samband med val riskerar att ytterligare förstärka det bristande förtroendet och missnöjdheten**

Praktiska barriärer

- ✓ **Praktiska barriärer såsom brist på tid/ork, avsaknad av id-kort/röstkort och nedsatt rörelseförmåga bör inte underskattas i arbetet med att försöka höja valdeltagandet**

Sammanfattning - barriärer

Kunskapsmässiga barriärer

- Okunskap om att man får rösta samt när var och hur man röstar
- Bristande kunskap om svenska valsystemet

Praktiska barriärer

- Brist på tid/ork
- Avsaknad av ID-kort/röstkort
- Nedsatt rörelseförmåga

Attitydsmässiga barriärer

- Bristande tillit till politiker
- Känsla av utanförskap
- Bristande framtidstro
- Erfarenhet av diskriminering

Implikation för insats


**Kunskapsmässiga
barriärer**

**Praktiska
barriärer**

**Attitydsmässiga
barriärer**

- Mer tydliga/konkreta
- Enklare att hantera på kort sikt genom utökad kommunikation och praktiska insatser

- Mer utbredda och avgörande barriärer som inte kan eller bör försöka lösas med en kortsiktig kampanj för att höja valdeltagandet
- För att hantera dessa barriärerna krävs mer djupgående, kontinuerliga och långsiktiga insatser



**Framgångsfaktorer
för att öka
valdeltagande kan
delas in i fem
huvudkategorier**

Kom närmare

Nå bredare

Påverka varandra

Nå hjärtat

Tänk långsiktigt



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Kom närmare

Öka tillit och relevans genom att minska gap mellan politiken och medborgare

Politiker behöver komma ut
bland folk

Fokus på lokal kontext

Involvera medborgare



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Låt (lokala) politiker möta medborgare – viktigt för att minska gap och motverka missnöje

Obama launches door-to-door campaign



Barack Obama pionjär med "Walk for Change"

"I was up in the air between him and Hillary, but I have chosen him," Manning said a few minutes after Obama left.

Nick Wagner, who lives across the street, decorated his home with handwritten signs that read: "Barack Rocks" and "Obama, Oh Baby." "I was pretty much undecided, but since he chose this location, it will win me," Wagner said.



Stora partierna satsar på dörrknackning för att komma närmare medborgarna

Fokus på den lokala kontexten gör politiken konkret och öppnar upp ögonen för hur ens röst gör skillnad

”En viktig insikt är att inte underskatta dem man möter. Man kanske inte har koll på riksdagen, men man vet vilka det är som lägger ner skolorna i ens närområde. När man pratar med folk märker man att de kopplar nationella frågor till lokalsamhället.”

Adonay e. Kidane

Utbredd kunskap och starkt engagemang

”Man bör fokusera på det lokala snarare än på riksnivå, på frågor som gör att man blir intresserad av sin lokala kontext. Människor kan inte relatera till det stora om de inte har koll på det lilla. Låt invånarna rösta fram tre frågor som man tycker är viktigast i sitt område och gör saker utifrån det som grund. Då ser folk att de blir lyssnade på och blir mer benägna att rösta.”

Rafi Farouq

”Folk har lättast att ta till sig lokalfrågor. Så fort man pratar på riksnivå blir det otydligt och väcker även mycket misstro. Fokusera istället på det lokala. Prata till exempel om att Malmö får en polishögskola, då blir det konkreta lösningar på ens vardagliga problem, det vill säga jobb. Det får det att kännas mer på riktigt.”

André Hounsounou

Mer trovärdigt och konkret



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Involvera och engagera medborgare genom att bjuda in dem i samtal och styra agendan

”Vi var tydliga med upplägget, att det inte var en föreläsning utan mer en dialog mellan dem som var på plats. Man får nästan vara oförskämd och stoppa politikerna så att det inte blir envägskommunikation.”

Ibrahim Taha

Dialog snarare än envägskommunikation

”Vi tog medborgarna på allvar. De fick bestämma dagordningen, bland annat genom att lägga lappar med frågor de tyckte var viktiga i brevlådor i biblioteket.”

Adonay E. Kidane



Hos redaktionen pågår arbetet med våra 100 direktsända timmar. Idag fick vi dagsrubriceringen som ramar in dagarna från redaktören. Nu vill vi fylla detta med innehåll tillsammans med er! Kommentera nedan eller maila oss era tankar, idéer och förslag om innehåll till dessa dagar.



Skapa gatukonst på Järvaveckan! 🗺️ Vilket ord beskriver dina behov just idag? Med en gatukrita, ett tidshjul och ett par öppna frågor får du möjligheten att identifiera och balansera olika behov på Järvaveckan 2022. Kom och skapa på Järvaveckan, joina #BehovsPusslet!

Samla in förslag på frågor – fysiskt eller digitalt



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Nå bredare

Sprid information och budskap i fler och alternativa kanaler

Föreningslivet

Valambassadörer & influencers

Språk- och
funktionsvariationsanpassad
information

Digitalt

Muntlig kommunikation

Förtidsröstning



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Det lokala föreningslivet – viktig arena för att nå de svårnådda på ett förtroendegivande sätt

Föreningslivet:

- har kunnat nå människor grundmurad negativ inställning till politik och politiker och som snarast undviker partierna
- har skapat mötesplatser med politiker som inte hade kunnat skapas av vare sig partier eller kommuner
- ger möjlighet sprida en annan bild över vad en politiker är till skillnad från mediebild

Rätt att rösta!, SKR

Föreningar viktiga arenor för att nå de som saknar tillit till politiker

En somalisk förening i Göteborg med 300 medlemmar bjöd in medlemmarna till tre möten med valinformation:

- Under det första mötet gick en professor i juridik från Mogadishu igenom hur ett demokratiskt val går till, hur partier fungerar och vad som skiljer stat, kommun och landsting åt.
- Det andra mötet handlade om hur det står till med demokratin i världen och flera frågor togs upp som om det var förenligt med islam att rösta.
- Till den tredje kvällen bjöds därför en imam in som bland annat berättade att det inte är emot islam att rösta och att även kvinnor kan rösta eftersom muslimer ska följa lagarna i det land de befinner sig i.

Rätt att rösta!, SKR

Valinformation förmedlat av personer som målgruppen kan relatera till och litar på



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Val-/demokratiambassadörer – vanligt och framgångsrikt sätt att nå ut och skapa förtroende

- Effektivt sätt att nå målgrupper som inte tar del av/tar till sig information i andra kanaler
- Mer förtroendeingivande talespersoner än kommunen, som förknippas med staten som många i målgrupperna har låg tillit för
- Möjliggör representation vilket är viktigt för att skapa tillit för politik

Jag röstar!, MUCF

Förtroendegivande talespersoner

”I vissa områden finns det människor som inte vet om att de får rösta i valet till kommun- och landstingsfullmäktige. Här är demokratiambassadörerna nyckeln för att nå fram. De har sina egna nätverk i området, och har förtroende och tillträde bland grupper där vi som jobbar i Göteborgs stad inte alls har samma förutsättningar att komma in. /.../ Det är inte alltid så lätt att komma fram och fråga oss tjänstepersoner om det är något man inte förstår, det är en helt annan sak att prata med Alis tös eller Anjas grabb. Därför är det så viktigt med demokratiambassadörer som känner sig hemma i området.”

Stefan Lydén, demokratiutvecklare på konsument- och medborgarservice i Göteborgs Stad

Når och skapar tillit till personer på ett sätt som inte kommunen kan



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Utöver praktisk information förberedde vi ambassadörerna genom rollspel för att lära de hur man snackar med människor. Till exempel hur man bemöter någon som helt är emot val och politiker, eller någon som inte har någon kunskap överhuvudet taget.

Adonay e. Kidane

Dock:
Förberedelse och
långsiktigt tänk avgörande
för lyckat resultat

Lärdomar från tidigare projekt

- Arbete måste inledas i god tid innan valet för att hinna rekrytera rätt personer, genomföra en fullvärdig utbildning och planera de arrangemang som ska hållas inför valet.
- Viktigt att vara medveten om att arbetet kräver en rad olika kompetenser: sälj, social, argumentationsteknik, bygga förtroende, kunskap, kunna ta folk, skämta, ta konflikt
- Viktigt att förklara vilka förväntningar man har och krav som ställs
- Viktigt att ge tillräcklig ersättning
- Utmaning att rekrytera personer från faktiska målgruppen – svårt nå bortom “de redan frälsta”
- Satsningar på demokratiinformatörer bör presenteras i ett sammanhang av långsiktigt arbete för ökad medvetenhet och deltagande

Källor: Intervjuade experter, Rätt att rösta!, SKR



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Profiler inom idrotts- och kulturliv är viktiga influencers – när målgrupperna på deras nivå och språk



Idrottsprofiler

”Jag tror att de bygger kontakten mellan politiken och yngre människor, och att på det sättet kan bli ett högre valdeltagande.”

Robin Stenman, vd influerarnätverket Tourn

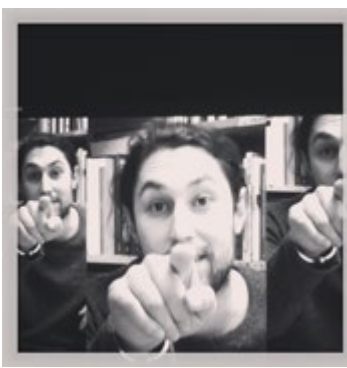
POLITIK

▶ Så kan influencers påverka det svenska valet

2:00 min [Min sida](#) [Dela](#)



UNGDOMAR BAKOM FESTIVAL GÖR FILM FÖR ATT HÖJA VALDELTAAGANDE



Kultur- och nöjesprofiler



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Lokala sociala eldsjälar – viktiga influencers med stort kontaktnät och högt förtroende



Butikspersonalen/
skraddaren



Personal på Stadsmissionen/
härbärgen



Butiksägaren på hörnet



Förskole-/skolpersonalen



Fastighetsskötaren



Restaurangägaren



Frisören



Religiösa ledaren



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Även vanliga medborgare är viktiga influencers – stärker relaterbarhet och skapar lokal stolthet

”Visa upp det vanliga folket, det skapar mer gräsrots- och rebellkänsla . Kan man lyfta tjugo personer i ett utsatt område kan man förmedla att ”jag röstar och jag gör skillnad!”

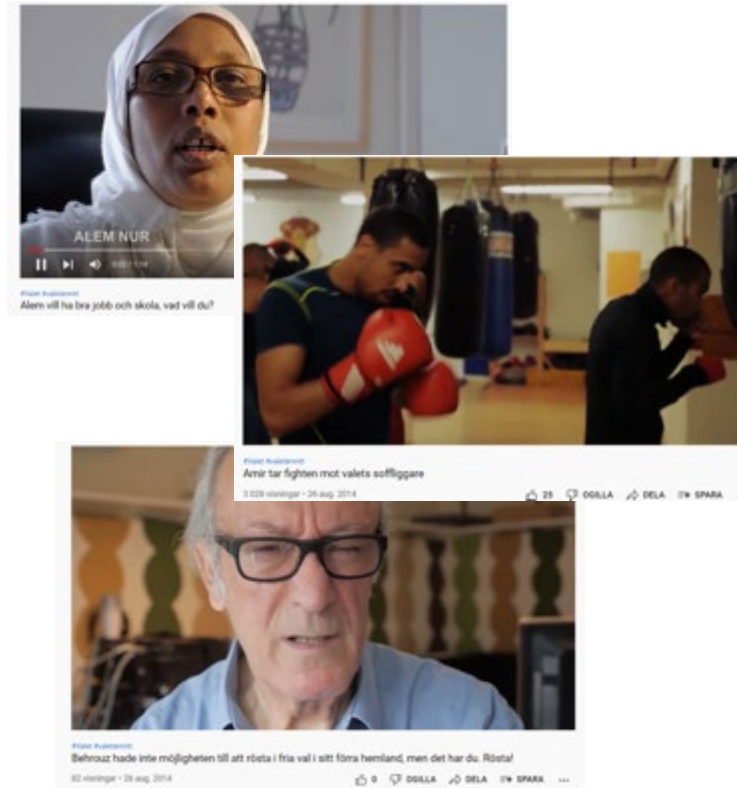
Ivar Scotte



Tjejerna i Rinkeby tycker det är viktigt att DU använder din röst. Alla kan inte rösta, därför är det extremt viktigt att du som kan, röstar #RöstaFörDinOrt #rinkeby



Visar att allas röst räknas och förstärker gräsrotskänsla



Lyfter olika perspektiv och skäl att rösta



Mantha Mughal Kasagianni är socialarbetaren som skapat tillit och hopp. Genom sitt arbete i Skärholmen och Botkyrka är det inte många som inte vet vem hon är. I Skärholmen bor det aktiva, engagerade, kompetenta och intressanta människor. Här finns erfarenheter från världens alla hörn. Här möts dagens ungdom och framtidens samhällsledare. Mycket av det som vi är så stolta över finns just här!

Skapar lokal stolthet och bygger hopp





3. ANALYS - framgångsfaktorer

Sprid information på platser där målgruppen rör sig i vardagen och i samband med andra evenemang som samlar många

Sprid information på allmänna institutioner, och platser som alla besöker i vardagen. Alla måste handla, många hämtar barnen på dagis eller skolan, och många behöver besöka apoteket eller vårdcentralen.

Pieter Bevelander

Offentliga platser som är en del av målgruppens vardagliga rörelsemönster



Flera projekt har arbetat uppsökande för att nå personer som är svåra att nå även för civilsamhällets organisationer. Genom att stå på torg menar projekten att man har kunnat fånga upp personer som inte deltar i föreningslivet och som inte besöker publika evenemang så ofta.

Jag röstar!, MUCF



Syrianska FC har i år tilldelats bidrag för att dela ut broschyrer under matcher, publicera information om valdeltagande och vikten av att rösta på sociala medier, ha valinformatörer som informerar om vikten av att rösta.

Idrotts- och kulturevent



Hammarkullekarnevalen



En dag för Flemingsberg

Lokala events





3. ANALYS - framgångsfaktorer

Information på fler språk – kunskapshöjande insats med starkt symboliskt värde

”En framgångsfaktor var vår informationsbroschyr på tio olika språk – speciellt äldre pensionärer blev väldigt glada när de såg att deras röst är så viktig att vi tagit tid att ta fram det här på deras språk.”

Elin, projektledare Skärholmen röst

”Det är viktigt att kunna prata med så många som möjligt på deras modersmål, det ger en helt annan ingång och visar att även de som inte kan så bra svenska än är sedda och deras röster viktiga. Att vara så tillgängliga som möjligt i informationsarbetet är ett sätt att visa att allas röster är lika mycket värda.”

Jenny Segersten, kommunikatör och projektsamordnare i Östra Göteborg

Visar målgruppen att deras röst är viktig



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Muntlig information – både viktigt och effektivt kommunikationsmedel för att nå fler

”Projektet Hisingens invånarguider är nyligen utvärderat och där ser vi tydligt att vi lyckas nå människor bättre via dialog, det är ett nytt sätt att sprida information på. Det har även varit framgångsrikt i förvaltningens uppdrag att sprida information om vaccination mot covid-19.”

Aldina Mehmedovic,
samordnare valstärkande arbetet Göteborgs stad

Möjliggör dialog snarare än envägskommunikation



När grupper där muntlig kommunikation föredras framför skriftlig



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Teoretisk och praktisk information till personer med funktionsvariation

Utvärderingar av MittVal-cirklar i landet visar att **80%** av deltagarna röstade i riksdagsvalet



Mitt val – lyckad satsning med information för personer med intellektuell funktionsnedsättning



Vill få funktionsnedsatta att rösta

Partipolitiskt obunden valstuga för att uppmärksamma målgruppen



FUB Stockholm – studiecirklar och ”provval” för personer med intellektuell funktionsnedsättning



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Sociala medier – viktig kanal för att nå och engagera unga och skeptiker

Drygt

6 av 10

förstagångsväljare ser sociala medier som en viktig källa för politisk information

56 %

av unga har stöttat en samhällsfråga på internet eller i sociala medier

Drygt

4 av 10

unga tar del av politiskt innehåll på sociala medier på daglig basis

Instagram

är den sociala medieplattform där flest förstagångsväljare tar del av politiskt innehåll

”Man behöver tänka nytt, inte vara rädd för nya sätt att kampanja. Till exempel behöver man finnas på sociala medier som Tik tok och Instagram, det är där de unga finns.”

Georgina Simicic

”På Facebook finns många grupper där man diskuterar samhällsfrågor, med personer som känner sig exkluderade och missnöjda. Kan man nå in där kan man nå många.”

André Hounsounou

Nå skeptiker genom slutna forum

3. ANALYS - framgångsfaktorer

Digitala kanaler breddar möjligheterna att både nå ut med och anpassa budskap

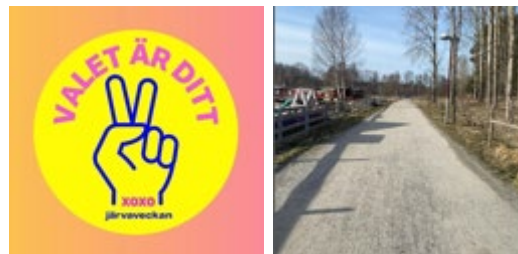


Södertälje kommun breddar konceptet med valinformatörer inför valen 2022

”Det är nytt för oss att låta medborgare, i det här fallet valinformatörer, producera innehåll. Jag tror inläggen kan skapa igenkänning, engagemang och få bra spridning.”

Åsa Zazi kommunikatör, Södertälje kommun

Ny kanal för valambassadörer



”Idag var jag på väg hem och valde att promenera istället för att ta bilen eller bussen. Det är verkligen så enkelt att agera politiskt, att välja en promenad istället för att åka bil. Politik behöver inte vara svårt och komplicerat, man behöver inte vara i stadshuset, riksdagen osv du kan vara på en promenad och även då agera politiskt! Vi kan agera politiskt bara genom vardagssysslor, kom ihåg allt är politik och valet är ditt!”

Valambassadör Valet är ditt



Nå bredare genom samarbeten



On the platform, they'll be asking, 'what's the general mood? What themes are they reacting to?' With this information, they'll be crafting their campaign and messages for young Australians.

Daniel Angus, professor i digital kommunikation, Queensland University of Technology

Spås bli viktig kanal för att utforma och anpassa budskap



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Möjliggör för fler att rösta genom att sänka praktiska trösklar innan och under valdagen

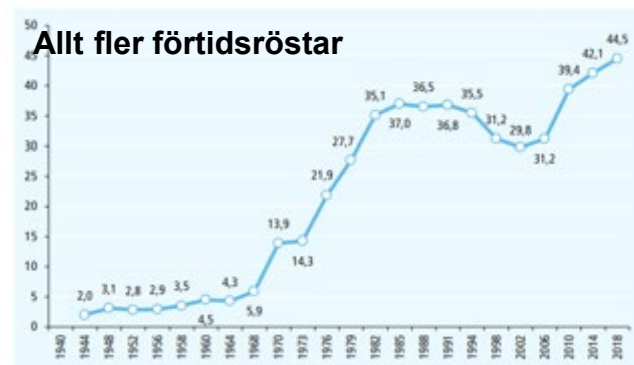
VAL I STOCKHOLMS LÄN 2022
▶ Mass-sms och samarbete med föreningar – så ska fler rösta i Södertälje



Sms och 22 000 vykort ska få unga väljare att rösta

I Norge och Danmark där man uppmuntrat medborgare att rösta har man ibland fått upp valdeltagandet med så mycket som fyra procentenheter

Påminnelser via post och mobil



”Tillgängligheten är det som avgör. På valfestivalen var det vissa som inte tänkte rösta, men efter vi pratat med dem om frågor som var viktiga i deras liv var det flera som bestämde sig för att rösta. Det är nästan som att någon håller en i handen, det blir som en push.”

André Hounsounou

Utöka förtidsröstningen

”En viktig anledning till att målgruppen kunde rösta var att personalen på Café David kände besökarna och kunde styrka identiteten hos dem som inte hade någon identitetshandling.”

Jag röstar!, MUCF



Hjälp med identitetsstyrkning och möjlighet att skriva ut röstkort på plats



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Påverka varandra

Utnyttja kraften i social påverkan

Stärk sociala normen att rösta

Uppmuntra ens omgivning att rösta

Områdesbaserade kampanjer

Visa upp att man röstat



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Sociala omgivningen har större betydelse än demografiska och socioekonomiska faktorer

“Scandinavian countries in general have high turnout rates. We have quite strong civil norms and voter turnout is seen as a civic duty.”

Jens Olav Dahlgaard, ass. prof
internationell ekonomi Copenhagen
Business School

**Stark social norm att rösta
präglar länder med högt
valdeltagande**

”Att rösta är en social handling vilket betyder att allt annat lika har en individ högre sannolikhet att rösta om andra personer i ens familj röstar samt om det är högre valdeltagande i området där man bor. Det finns en stark ”dra med”-effekt – om din familj och grannskap röstar är det troligare att du själv också röstar.”

Maria Solevid, forskare vid
Valforskningsprogrammet på Göteborgs
universitet

Dra nytta av ”dra med-effekt”

”Vi är sociala varelser och när man går och röstar gör man det tillsammans.”

Stefan Lydén, utvecklingsledare
Göteborgs stad

**Upprätta/förstärk norm att rösta
tillsammans**



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Familjen är en stark arena för ömsesidig påverkan

“When young people vote, their parents are more likely to vote, too. Examining detailed, administrative data from Denmark, I found a “trickle up” effect, in which parents vote because of their children — both to set the example and to keep up with their civic habits.”

Jens Olav Dahlgaard,
ass. prof. internationell ekonomi Copenhagen Business School

”Den sociala påverkan inom familjen är en viktig faktor. Om föräldrarna röstar och om man diskuterar politik och val runt middagsbordet, så påverkar det barnens valdeltagande.”

Pieter Bevelander

”Mammor har en speciell och viktig påverkansroll. Kan vi nå mammorna kan vi nå många.”

Adonay E. Kidane

Trickle up och trickle down-effekt
Mammor – viktig målgrupp

The Great Schlep: Jews told to make Florida grandparents to vote for Barack Obama



The Great Schlep – framgångsrik kampanj där barn fick mor-och farföräldrar att rösta



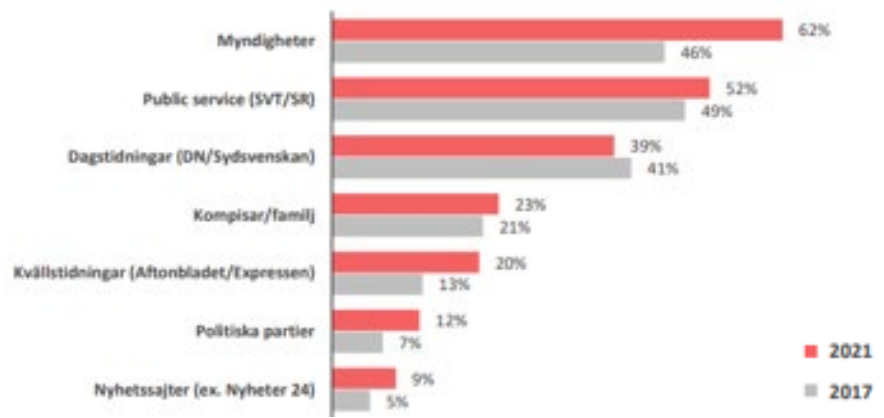
3. ANALYS - framgångsfaktorer

Uppmuntra unga att inspirera varandra att rösta och etablera norm att rösta med en vän

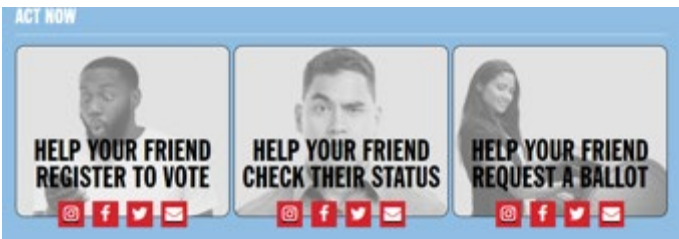
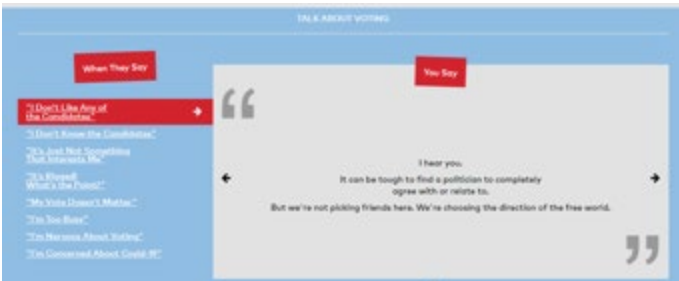
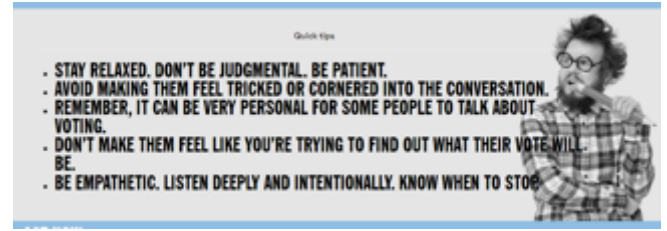
”Vi ska inte försöka mobilisera individer utan mobilisera grupper. /.../ Vi ska inte försöka göra det lättare utan snarare återupprätta normen att gå tillsammans med en vän.”

Kasper M. Hansen, statsvetare

Om du ska bilda dig en uppfattning om en aktuell händelse -vilka litar du mest på?



Unga påverkas mer av vänner och familj än politiker och nyhetsmedia



Pledge to vote in every election – then help 3 friends do the same.

A reminder to vote can make all the difference, especially when it comes from a friend. Pledge to vote, then let us know the three friends you'll remind to vote before Election Day.

First Name* Last Name*

Zip Code

Email* Mobile Phone

Which 3 friends will you encourage to vote?

Friend 1's Name* Friend 1's City* Friend 1's State*

Friend 2's Name* Friend 2's City* Friend 2's State*

Friend 3's Name* Friend 3's City* Friend 3's State*

PLEDGE

USA: Flertal kampanjer där medborgare uppmuntras att prata om röstning och inspirera sina vänner att rösta





3. ANALYS - framgångsfaktorer

Skapa lokalt engagemang, stolthet och gemenskap genom områdebaserade kampanjer



Används i samband med pandemin



Delningskompatibelt

”Hela vår kampanj och rörelse byggde på idén om att belysa kraften i området. Man röstade inte bara för sin egen skull, utan för hela områdets skull.”

Adonay E. Kidane

Lokal makt



Vi hjälper dig med att göra posters/flyers riktade mot din ort för att du lättare ska kunna sprida ordet.

Tävling mellan orter



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Gör medborgare till ambassadörer genom att dela och sprida budskap



127s Röster Räknas gjorde en inbjudningsfilm till partiledarna att delta i "förortens första partiledardebatt". Genom filmens spridning ville man öka pressen på partiledarna att tacka ja.

Digitalt



Fysiskt



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Nå hjärtat

Bygg och sprid engagemang genom känslomässig och känslöväckande kommunikation

Nå hjärtat

Frågor som engagerar

Erbjud mer än valfrågan

Modern och informell känsla

Kunskapshöjande insatser räcker inte – för att skapa engagemang behöver man nå/väcka känslor

”Man behöver nå människors känslor. Då blir det ett helt annat samtal.”

André Hounsounou

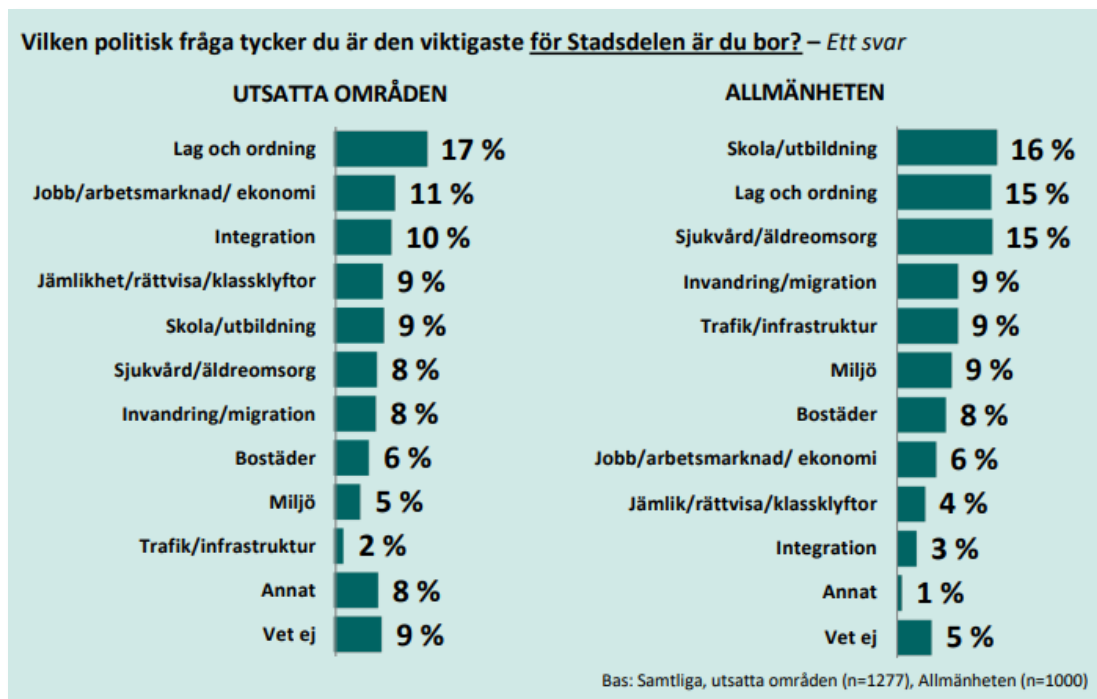
”Det handlar inte alltid om partifrågan eller att hitta alla argument för att rösta. Det är inte bara hjärnan man ska nå, utan även hjärtat.”

Ivar Scotte



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Väck engagemang och visa att målgruppen tas på allvar genom att belysa och diskutera frågor som är viktiga för dem



”I många bemärkelser är det samma ämnen som är viktiga för alla grupper. Trygg skola som leder till jobb, möjligheter att skapa sin egen framtid och kunna ha ett fullvärdigt liv i samhället. Även förtroende och säkerhet är viktigt.”

Pieter Bevelander

”Att prata klimatfrågor är fel ute, det är ett privilegium. Tänk Maslows behovsstege: tak över huvet, sysselsättning i form av jobb och möjlighet att nå sina drömmar och mål. Och så är det viktigt att ha exempel som gör politiken och valdeltagandet konkret.”

André Hounsounou

Trygghet, jobb och integration



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Engagera och involvera målgruppen genom kampanjer som kopplar till deras egna intressen och känslouttryck



”Om vi inte röstar så ger vi extra kraft till dem som vill förminska oss. Din röst behövs 🙏 och den här låten behöver din vers... och att förtidsrösta är enkelt, lyssna på @petteralexis”



”Valet är läskigt nära. Första gången för mig och många andra. Vi har chansen att påverka nu, ta den. Lyssna på vad jag vill för oss alla inför detta val. Här är min version, jag vill höra DIN.”

De vill locka förstagångsväljare – med poesi

PUBLICERAD 20 APRIL 2022



#vadvilldu – musikaliskt medborgarinitiativ för att öka valdeltagandet bland förstagångsväljare där unga fick bidra med egna verser

Fryshuset lockar förstagångsväljare genom poesifilmer



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Belys rösträttens betydelse genom att ta spjärn mot orättvisor och belysa risken med att inte rösta



- Kampanjen lyftes av medier över hela Europa med en räckvidd på över 100 miljoner människor.
- Kampanjfilm spreds mer än 50 000 gånger till sociala medier.
- Protestmarsch på Thunderclap nådde nära 8 miljoner och stöddes av bl.a. Stephen Fry.
- Socialdemokraterna blev största parti i EP-skolvalet. SSU fick under kampanjperioden 800 nya medlemmar.



Never Forget To Vote – SSU-kampanj med barnbarn till Auschwitz-kommandant som frontfigur för att illustrera risker med att inte rösta



When We All Vote – Michelle Obama - startat initiativ för att ändra kultur kring röstning och stänga köns-/etnicitetsgapet



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Skapa attraktionskraft och engagemang genom att erbjuda något utöver valfrågan

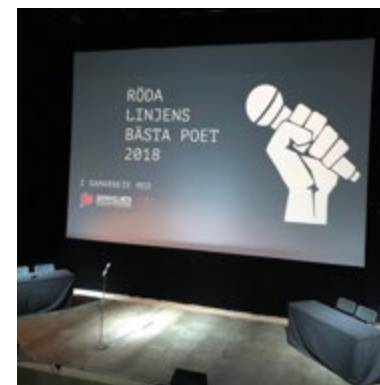
”Det måste vara nåt som är attraktivt, nåt festivalaktigt och som får en att känna pulsen. Många törstar efter att samlas kring nytta kombinerat med nöje.”

André Hounsounou

Nytta kombinerat med nöje

”Det är viktigt att få med lokala och nationella dragplåster. Och där ska man våga tänka stort, sikta högt. Kan man få Daniel Ek eller Zlatan att komma?”

Adonay E. Kidane



127:s Röster Räknas – lockade med kultur, humor och profiler



Rinkeby Folkets Hus: demokratiftar och demokratisamtal mellan matcherna i fotbolls-VM



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Stärk medborgarnas incitement och engagemang genom tävlingar och priser



Metod som etablerats under pandemin

”Tävlingar och priser är något man borde jobba mer med, det lockar många att delta – inte minst unga.”

André Hounsounou

Lockar unga



TÄVLING. Fota dig med våra skyltar som vi har i Ungdom mot Rasism tält vid Spånga IP idag mellan 15:00-18:00 och vid Tensta Träff mellan 20:00-22:00 under Tenstas vinnarkonsert. Bilden ska taggas med #RöstaFörDinOrt och bilden med flest "likes" vinner 500kr i presentkort på Åhlens.

Digitala medier tacksamma



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Visa att politik inte behöver vara torrt och tråkigt

”Man behöver göra något som känns så modernt och inne som möjligt. Något som verkligen tilltalar och engagerar målgruppen.”

André Hounsounou

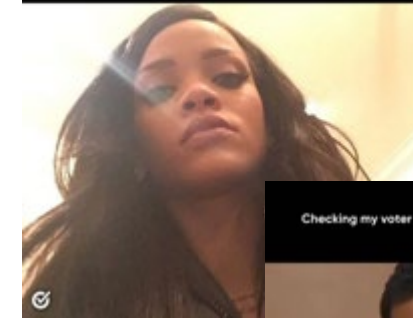


Välkommen till vardagsrummet; platsen där denna grymma panelen nu tar plats - precis som man gör i vardagsrummet hemma.

”Det är ingen tvekan om att det finns ett politikerförakt här och därför tror vi att det är viktigt att bjuda in politiker till rum som känns trygga för människorna som bor här och uppmuntra dem att själva delta i samtalet.”

Alexandra Tecle, valambassadör
127:s röster räknas

What my phone sees when I check my voter registration:



Checking my voter registration status like:



Modern känsla

Avslappnad och trygg setting

Anspela på igenkänning, internetkultur och memes



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Tänk långsiktigt

För verklig förändring krävs kontinuerligt, långsiktigt och enat arbete

Bortom valdagen

Tidigare påverkan

Samverkan



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Samstämmighet råder: Kontinuitet och långsiktighet avgörande för verklig påverkan

”Det är viktigt med regelbundenhet, och det behövs en tydlig plan för hur projekt kan överleva efter detta – att det är ett strategiskt arbete som handlar om att stärka demokratin. Ställ krav på föreningarna som är med: får man bidrag ska man vara villig att vara med hela vägen.”

Ibrahim Taha

”Man måste bli bättre på att inkludera människor i det demokratiska systemet på dagsbasis. Få ner demokratin i ögonhöjd. Till exempel genom medborgarförslagen. Engagera människor och låt dem tycka till. Ställ dem frågan: Nu ska vi stänga skolan i området, vad tycker ni om det?”

Rafi Farouq



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Påverkan behöver ske tidigare

”Att öka valdeltagande går inte över en natt, det tar tid. Därför är det viktigt att man börjar underifrån med de som är unga, och påverkar deras beteende. Det är inte bara invandrare man behöver nå, det är även deras barn. Det är viktigt att ta tillfällen att motivera dem och det gör man inte i ett val, utan i skolan. Där tror jag att väldigt många politiker och personer är överens om att det är där det behöver satsas.”

Pieter Bevelander

**Utökade satsningar på
demokratiundervisning i skolan**

“Myndigheten bedömer att det finns ett behov av kunskap om de grupper av unga som befinner sig i, eller riskerar att hamna i ett demokratiskt utanförskap. De unga som inte deltar i demokratiska processer och saknar tilltro till sina möjligheter att påverka. Det behövs mer kunskap om vilka dessa grupper av unga är och vilka konsekvenser det demokratiska utanförskapet får för samhället och unga. Det behövs även mer kunskap om vilka åtgärder som är effektiva för att dessa unga ska bli inkluderade i de demokratiska processerna.”

UNG IDAG 2021: Goda levnadsvillkor för många, men inte för alla,
MUCF

**Mer kunskap om ungas utanförskap och hur
det kan motverkas**



3. ANALYS - framgångsfaktorer

Samverkan mellan staden och civilsamhället avgörande för mer effektivt, långsiktigt och kvalitativt arbete

”Skapa en form av gruppering av organisationer för att göra röstning och demokrati det till en levande fråga och inte bara något som kommer upp var fjärde år. Inspirera fler aktörer att bygga demokratifrågan mer långsiktigt.”

Ivar Scotte

“Det behövs en aktör som kan ta en övergripande roll – någon som kan vara spindeln i nätet, som har koll på alla initiativ som genomförs och som kan samordna och styra arbetet.”

Georgia Smicic

Framgångsfaktorer - sammanfattning

Kom närmare

- För att öka förtroendet för politiker och göra politiken mer konkret och verklighetsnära behöver politiker komma ut och möta medborgarna om frågor som rör deras kontext
- Engagera medborgare genom att låta dem styra samtal och agendan

Nå bredare

- Nå bredare genom kanaler som är relevanta och pålitliga, både fysiskt och digitalt
- Arbeta med influencers, både kända och okända profiler, som målgrupper lyssnar och litar på samt kan relatera till
- Information på olika språk och för funktionsnedsatta inte bara informationshöjande funktion, utan också starkt symboliskt värde, visa att allas röst lika viktig
- Mer flexibel röstning i form av tex förtidsröstning och mobil röstning samt påminnelser och ökat stöd i samband med röstning är avgörande för att minimera praktiska trösklar

Påverka varandra

- Social påverkan spelar en viktig roll för personers benägenhet att rösta
- Genom att etablera vanan att rösta tillsammans samt uppmuntra medborgare att påverka sin omgivning och sprida budskap blir medborgarna själva en del i valkampanjen och bidrar till att stärka den sociala normen att rösta

Nå hjärtat

- För att nå verklig effekt måste informationsinsatser slå an emotionellt, engagera
- Belys frågor som är verkligt viktiga för målgruppen, ta spjörn mot orättvisor
- Erbjud något tillbaka i form av mat, nöje, kultur
- Skapa engagemang och incitement genom tävlingar
- Sprid information på ett informellt, avslappnat och humoristiskt sätt

Tänk långsiktigt

- Kontinuitet och långsiktighet avgörande för verklig påverkan
- Påverkan bör ske tidigare och bredare – i skolan och genom att öka ungas inflytande
- Samverkan mellan staden och civilsamhället avgörande för mer effektivt, långsiktigt och kvalitativt arbete

Fyra element och en utgångspunkt för framgångsrikt arbete med att öka valdeltagande

Kom närmare

Minska gap, stärk tillit och väck engagemang genom lokal förankring

Nå bredare

Genom alternativa kanaler (influencers, digitalt etc)

Påverka varandra

Utnyttja kraften i social påverkan

Nå hjärtat

En kampanj som väcker känslor och engagemang

Tänk långsiktigt

- Långsiktigt tänk behöver vara utgångspunkt, oavsett insats
- Kontinuerligt arbete i samverkan



Minska gap – kom närmare

Kom närmare

Minska gap mellan politiken och medborgare, stärk tillit och väck engagemang genom lokal förankring och inkludering

LOKAL FÖRANKRING OCH RELEVANS

- Lokala frågor
- Superlokala insatser (kommunikation, events)
- Politiker möter medborgare

LOKALA PROFILER

- Lokala politiker
- Lokala profiler (kända/semikända/okända)

INKLUDERANDE METODER

- Möjlighet att påverka debattämnen, t.ex. röstlådor, frågelåda på sociala medier



4. Minska gap – kom närmare

Nå bredare

Säkerställ att så många invånare som möjligt tar del av information och ges möjlighet att rösta genom att sprida budskap i fler och alternativa kanaler samt sänka praktiska barriärer

SÄRSKILT UTFORMAD/RIKTAD KOMMUNIKATION

- ✓ Information på fler spark
- ✓ Information på dövspråk
- ✓ Lättläst information
- ✓ Muntlig information



MINIMERA PRAKTISKA BARRIÄRER

- ✓ Förtidsröstning
- ✓ Valskjuts
- ✓ Påminnelser: SMS/vykort
- ✓ Utökad hjälp i samband med röstning



FYSISKA PLATSER

- ✓ Föreningar
- ✓ Religiösa mötesplatser
- ✓ Kommersiella platser: Butiker, frisörer, restauranger, kaféer, marknader
- ✓ Utbildningsplatser (Gymnasier, universitet, komvux, SFI)
- ✓ Mödravårdscentral, BVC
- ✓ Gator och torg
- ✓ Lokala hängytor/mötesplatser
- ✓ Ungdomsgårdar
- ✓ RFSU/Ungdomsmottagningar
- ✓ Härbärgen, Stadsmissionen
- ✓ Språkkaféer



4. Minska gap – kom närmare

Nå bredare

PROFILER

- ✓ Valambassadörer
- ✓ Idrotts-/kulturprofiler
- ✓ Lokala profiler/eldsjälar
- ✓ Religiösa ledare
- ✓ Influencers

EVENTS

- ✓ Kultur- och sportevenemang
- ✓ Lokala events
- ✓ (Religiösa) högtider

DIGITALA KANALER

- ✓ Malmö stads hemsida
- ✓ Facebook
- ✓ Instagram
- ✓ Snapchat
- ✓ TikTok



Påverka varandra

Utnyttja kraften i social påverkan genom att stärka sociala normen att rösta

- **Arbeta med att stärka sociala normen att rösta**
- **Uppmuntra till att prata om röstning**
- **Uppmuntra att få vänner och familj att rösta**
- **Uppmuntra till att dela budskap i sociala medier**
- **Rösta tillsammans med vän/familjemedlemmar**
- **Rösta för ditt område**
- **Fysiska symboler**

Nå hjärtat

Få valdeltagandet att kännas engagerande, relevant och lustfyllt genom insatser som väcker känslor

ERBJUD NÅGOT UTÖVER ATT RÖSTA

- Kultur- idrottsevenemang, humor – “edutainment”
- Mat och dryck
- Dragplåster/starka profiler (artister, medie- och kulturprofiler, politiker etc)
- Tävlingar och priser

ENGAGERANDE ÄMNEN

- Vikten av demokrati/sense of urgency
- Målgruppens intressen och hjärtfrågor

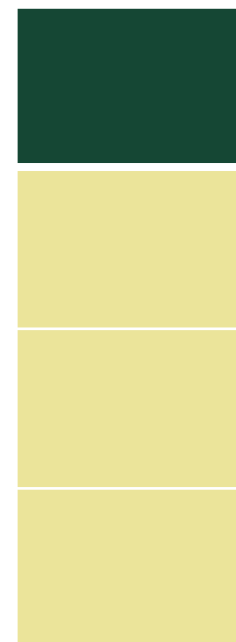
TONALITET/STÄMNING

- Modernt
- Informellt/avslappnat
- Humoristiskt
- Trygg och inkluderande atmosfär

Tänk långsiktigt

Säkerställ att initiativen blir en del av en långsiktig demokratisk ambition som lever och känns hos medborgarna även mellan valen

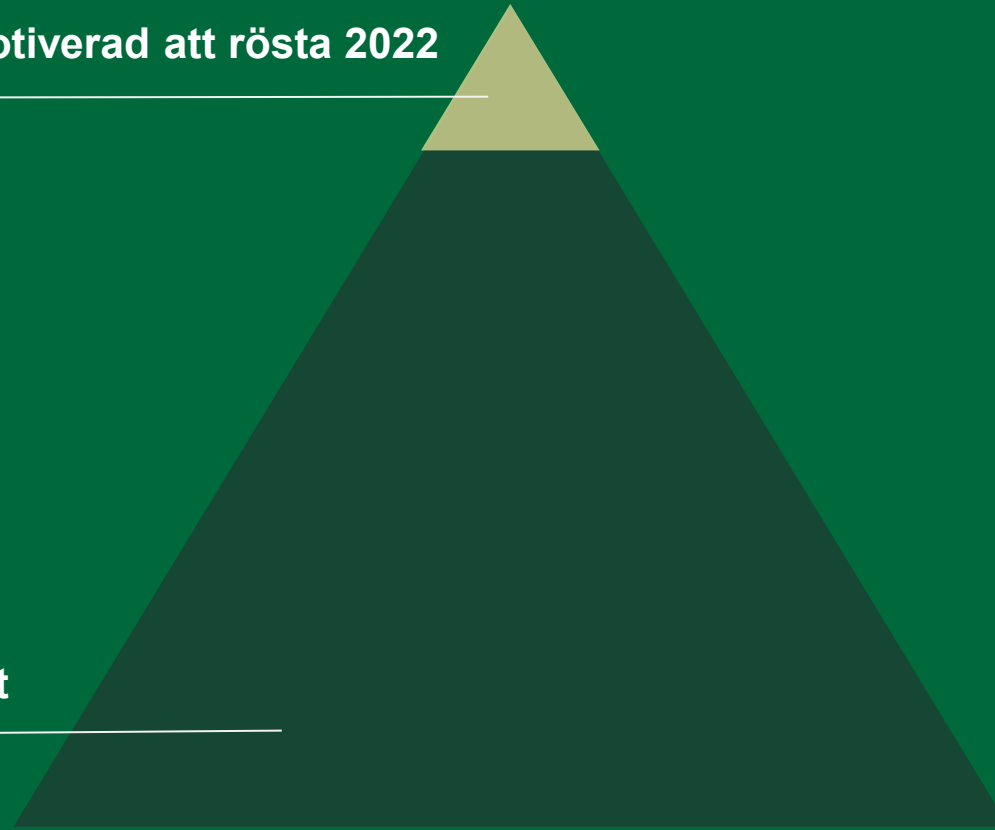
- **Ställ krav på organisationer som ges bidrag**
- **Aktiviter fortsätter även efter valet**
- **Samarbete**
- **Övergripande budskap**



Demokratipyramid – var vill vi befinna oss?

Ges möjlighet/bli motiverad att rösta 2022

Känna sig inkluderad och
lyssnad på 365 dagar om året



A hand holding a crystal ball against a sunset background. The crystal ball is held in the center, and the text "Nästa steg" is overlaid on it. The background shows a sunset over a body of water, with the sun low on the horizon, creating a warm orange and yellow glow. The sky transitions to a deep blue at the top. The water in the foreground is dark and reflects the colors of the sunset.

Nästa steg

Vad händer nu?

- **Formulera strategi – vad ska våra insatser och aktiviteter fokusera på och syfta till?**
- **Formulera konkreta idéer på insatser och aktiviteter (kommunikation, events etc).**
- **Testa budskap och tonalitet för att säkerställa att kommunikationen är relevant och autentisk i målgruppernas ögon och öron.**
- **Skapa en gemensam aktivitetsplan för när, var, hur och av vem.**
- **Genomföra insatser och aktiviteter.**
- **Följa upp och utvärdera insatser och aktiviteter.**