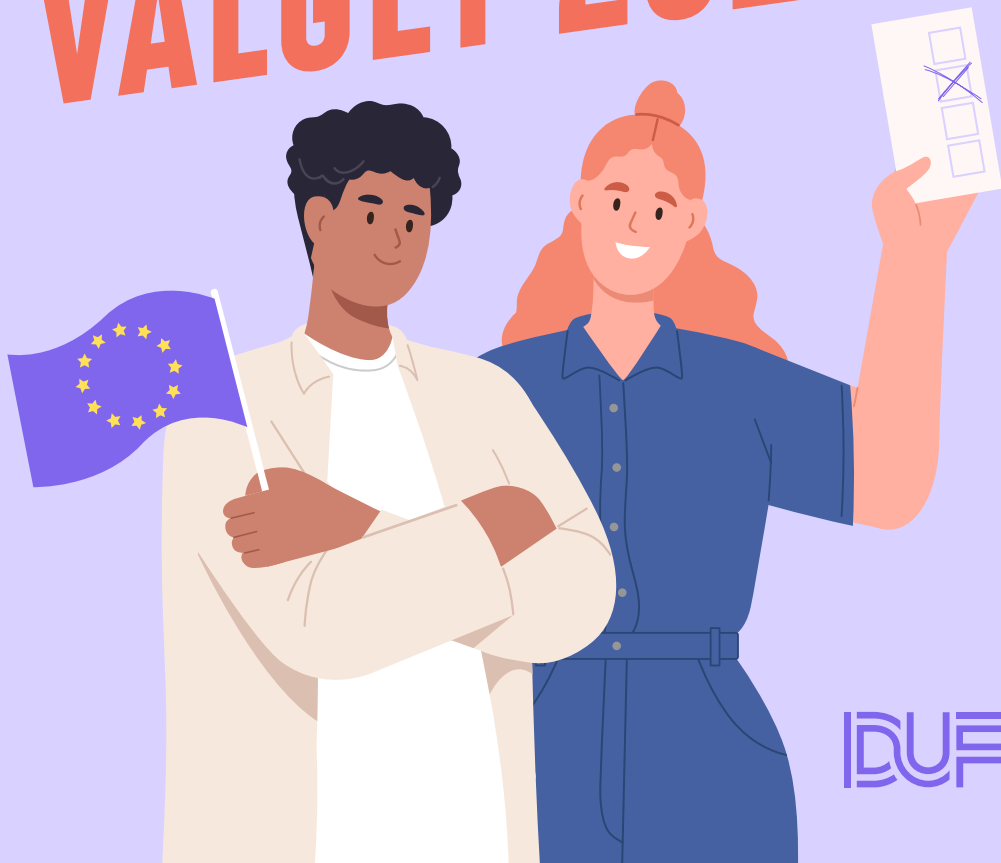


SEKS INITIATIVER TIL AT STYRKE  
UNGES VALGDELTADELSE TIL

# EUROPA- PARLAMENTS- VALGET 2024



IDUF

# FORORD

## KÆRE LÆSER

Vi nærmer os et Europa-Parlamentsvalg. Repræsentativitet er en hjørnesteen i et demokratisk samfund. Derfor skal vi sikre, at vi får unge ned til stemmeurnerne, så vi har bred opbakning til demokratiets institutioner.

Selvom unge gør meget for at være en del af de demokratiske beslutningsrum, så er unges holdninger i lavere grad repræsenteret i demokratiet end ældre aldersgrupper. Til Europaparlamentsvalget i 2019 var unge i alderen 19-29 års stemmeprocent kun 57,8% sammenlignet med aldersgruppen 60-79 år, som havde en stemmeprocent på 73,6%.

Vi ved, at unge har holdninger. I DUFs Demokratianalyse 2023 angiver 65% af unge i alderen 16-25 år, at de har en holdning til, hvilken retning Danmark og verden skal bevæge sig i. Derfor arbejder vi i DUF – Dansk Ungdoms Fællesråd, målrettet på at styrke unges demokratiske selvtillid og få de næste generationer af demokrater til stemmeurnerne.

Som paraplyorganisation for 80 idebestemte børne- og ungdomsorganisationer og med ca. 600.000 medlemmer tror vi på, at vi har brug for både unge og ældres viden, erfaringer og holdninger, hvis vi skal løse samfundets og verdens kriser.

Derfor har vi udviklet dette inspirationskatalog, som indeholder valginitiativer til det kommende Europa-Parlamentsvalg d. 9. juni 2024. Initiativerne er målrettet unge, og kan inspirere dig, der sidder i en kommune eller organisation, og som arbejder for, at flere unge sætter et kryds til det kommende og fremtidige valg.

God læselyst og godt valg.

**CHRISTINE RAVN LUND**  
FORKVINDE I DUF



# DE SEKS VALGINITIATIVER:



## VALGINITATIV 1 STYRK OG SYNLIKGØR FÆLLESSKABET VED VALGDELTADELSE

Forskningen viser, at det sociale fællesskab, med fokus på at andre stemmer, har stor betydning for den enkeltes valgdeltagelse. Derfor kan det have stor effekt at lave tiltag, der styrker unges fællesskabsfølelse omkring stemmehandlingen og har fokus på at synliggøre, at andre unge i omgangskredsen også har stemt eller planlægger at stemme.

### BRUG FORENINGSLIV OG ELEVRÅD TIL VALGARRANGEMENTER

En måde at skabe en stærkere fællesskabsfølelse omkring valghandlingen kan være at kommunen arrangerer lokale valgfester for unge eller opfordrer uddannelsesinstitutioner til at afholde arrangementer på valgdagen. Uddannelsesinstitutionernes elevråd eller kommunes ungdomsråd, kan også være en god måde at nå ud til flere unge med budskabet om at stemme til valget. Ungdomsrådet kan fx byde ind med idéer til konkrete aktiviteter, der skal sætte valget på dagsordenen hos unge og få flere ned til stemmeboksen. En god idé er også at samarbejde med det lokale foreningsliv om at afholde arrangementer og aktiviteter i forbindelse med valget.

Formålet med arrangementerne er at markere valget i fællesskab og sætte fokus på, at man selvfølgelig skal ned og stemme. Det har ikke kun betydning for det pågældende valg, men også for unges fremtidige valgdeltagelse, da det at stemme i høj grad er en vane. Samtidig er det ikke kun hos de personer, som aktiviteterne målrettes mod, at valgdeltagelsen stiger. Meget tyder på, at effekten spredes sig som ringe i vandet i målgruppens sociale netværk. Derfor er det en fordel at lave tiltag rettet mod folkeskole- og gymnasieklasser som helhed i stedet for kun den enkelte unge.

### IDÉBANK TIL SOCIALE ARRANGEMENTER

- Debatarrangementer og aktiviteter i samarbejde med foreninger
- Fællesspisning med oplæg om Europa-Parlamentsvalget eller samtale med unge kandidater
- Morgenkaffe og musik på valgstederne
- ... Snak med unge i jeres kommune, de ved bedst.

### SYNLIKGØR UNGES VALGDELTADELSE

Der kan også igangsættes initiativer, der skal synliggøre, at andre unge i omgangskredsen har stemt. Det kan fx være "jeg har stemt – har du?"-klistermærker, badges eller lignende på uddannelsessteder eller ved valgsteder. Det kan også være at skabe muligheder for at tage billeder ved valgstederne eller i det offentlige rum med fx billedrammer eller skilte, der opfordrer til at dele billeder på sociale medier. Det kan også være en god idé at indtænke digitale effekter til sociale medier fx et snapchat-filter eller stickers i Instagram-appen.

## VALGINITATIV 2 MOBILISÉR VIA SMS, FYSISK OG DIGITAL POST

Påmindelser om at stemme til et kommende valg via personlige SMS'er eller fysisk eller digital post har vist sig som nogle af de mest effektive værktøjer til at få flere danske unge til at stemme. Fysisk post kan virke som en outdated kommunikationsform, når man skal nå unge. Det kan dog i visse tilfælde være en måde at få ens kommunikation til at skille sig ud på, da unge sjældent modtager et brev.

Denne mobiliseringstype har også indirekte effekter: Når den der fx modtager en SMS, vælger at stemme, så smitter en del af effekten af på modtagerens husstand og sociale netværk. Forskning viser, at denne type indsats især mobiliserer vælgere, der i udgangspunktet har en lav valgdeltagelse, og den har desuden en effekt ved senere valg.

### SMS, FYSISK ELLER DIGITAL POST?

I valget mellem SMS'er eller fysisk post er der to væsentlige overvejelser: Effektivitet og pris. SMS'er er billige at sende ud sammenlignet med fysiske breve. Derfor har SMS'er den bedste effekt i forhold til omkostningerne, dog er ulempen, at det kan være svært at finde telefonnumre på helt unge vælgere, da de fx kan være registreret under deres forældre. Hvis det ikke er muligt at finde unges telefonnumre, kan et brev i digital post være en anden løsning. Ved Europa-Parlamentsvalget i 2019 udsendte Folketingets EU-oplysning et brev til

232.000 unge via digital post. 60 % af modtagerne åbnede det digitale brev inden valget.

Forskningen peger på, at det har større effekt, hvis der er flere argumenter i det udsendte brev/sms. Dog virker SMS'er bedst uden link, da links kan få beskeden til at ligne spam.

### TIMING?

Effekten på valgdeltagelse er størst, hvis beskederne udsendes i dagene op til valget, så vælgeren har tid til at sætte sig ind i kandidaterne og få planlagt at stemme. Men den skal heller ikke sendes for lang tid før valgdagen, så beskederne bliver glemt igen. Ved Europa-Parlamentsvalget i 2014 var torsdag forud for søndagens valg den mest effektfulde dag at udsende beskeden. Forskning viser desuden, at en enkelt SMS er nok til at øge valgdeltagelsen og flere end én SMS ikke øger den yderligere.

*Info: Det er vedtaget, at Europaudvalget og Folketingets Præsidium vil arbejde for, at Folketinget kan sende en digital påmindelse om valget til alle stemmeberettigede borgere op til Europa-Parlamentsvalget.*



## VALGINITATIV 3 BRUG UNGES DAGSORDENER OG GØR VALGET NÆRT

For at gøre unge mere interesseret i valget og dermed også i at stemme, er det vigtig at sikre at dagsordenerne interesserer unge. Sørg for, at de emner, der præger jeres valarrangementer, ikke kun afspejler den ældre generations interesser, men i lige så høj grad afspejler unges.

### HVAD ER UNGE OPTAGET AF?

Der kan hentes inspiration til temaer, der optager unge, i DUF's Demokrati-analyse 2023. Her er unge mellem 16 og 25 år blevet bedt om at angive op til tre emner, der efter deres opfattelse er de vigtigste, politikerne tager sig af. Analysen peger på, at de tre vigtigste emner for unge er:

1. Klima og grøn energi (35%)
2. Sundhed og sygehuse (34%)
3. Unges trivsel (25%)

### BRUG NÆRE OG LOKALE PROBLEMSTILLINGER

Europa-Parlamentsvalget er et valg, der kan virke fjernt for unge. Det gælder derfor om at gøre problemstillingerne nære og relevante ved at sørge for, at de dagsordner, unge synes er vigtige, bliver sat i relation til det pågældende valg og deres hverdag.

Tænk over hvilke udfordringer og ønsker, der fylder hos jeres unge i deres hverdag – og knyt det op på EU-politik. Hvis du er i tvivl, så spørg jeres målgruppe, hvad der fylder hos dem. Hvordan påvirker europæisk klimapolitik fx jeres cykelstier, mælkekartoner eller lokale skole? Formålet er at gøre det tydeligt, at EU-politik har betydning for unges hverdag, og dermed vise at valget er 'nært' og det derfor er vigtigt at stemme til valget.

LÆS MERE OM DUF'S  
DEMOKRATI-ANALYSE  
2023 HER



## VALGINITIATIV 4 SØRG FOR LETTILGÆNGELIG INFORMATION OM DET KOMMENDE VALG

Et femte initiativ til at øge valgdeltagelsen er at gøre unge opmærksom på det kommende valg via kampagner på kommunens hjemmeside, sociale medier og i det offentlige rum, så unge bliver eksponeret. Det kan være information som, hvor man stemmer, hvornår man stemmer, hvordan man stemmer, eller hvorfor det er vigtigt at bruge sin stemme. Derudover kan det være vigtigt at oplyse unge med et psykisk eller fysisk handicap om deres muligheder for at få hjælp til at stemme.

### KOMMUNIKATION I ØJENHØJDE

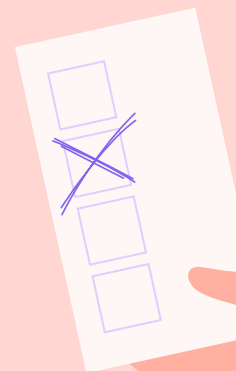
Demokratianalysen 2023 viser at 53 % af unge mellem 16 og 26 år har lav demokratisk selvtillid. Det gælder særligt unge på erhvervsskoler, hvor 69 % har lav demokratisk selvtillid. 47 % af unge har svært ved at forstå de fleste politiske sager, og 18 % synes, politik virker for kompliceret. Dette kan være en stopklods for, at unge stemmer. Derfor er det vigtigt at få kommunikeret information i øjenhøjde, så unge i højere grad får en succesoplevelse med at forstå politik.

### HVOR BEFINDER JERES UNGE SIG?

Det er vigtigt, at informationer om det kommende valg er til stede, hvor unge rent faktisk befinder sig fx på sociale medier, på skoler eller i foreninger. Valget skal være synligt! Det gælder både information om det praktiske, men også hvad de forskellige kandidater mener og står for. I kan bruge grafikker, der skaber blikfang, samt holde en uformel tone, der er humoristisk og frisk. Som vi kommer ind på senere, er rollemodeller og unge ansigter, man kan spejle sig i, også en god måde at formidle budskabet på.

### KOMMUNIKÉR TIL FORÆLDRENE

For nye stemmeberettigede kan selve stemmehandlingen være forbundet med utryghed og usikkerhed. Derfor kan kommunen opfordre til og informere forældre om at tage deres barn med til valgstedet for at gøre det mere trygt for unge at skulle stemme. En undersøgelse viser, at 18-åriges valgdeltagelse er 84 %, hvis moren stemmer, men kun 30 % hvis hun ikke gør. Man kan også opfordre forældre til at minde deres udeboende børn om at stemme, da unges valgdeltagelse falder, når de flytter hjemmefra.



## VALGINITATIV 5 AFHOLD VALGMØDER OG UNDERVISNING PÅ UDDANNELSESSTEDER

Det er vigtigt at tænke i, at det skal være **nemt** for unge at deltage i et valgmøde. Det kan gøres ved enten at placere valgmøder i skoletiden eller tæt på, hvor unge bor, så praktik ikke er en barriere for at deltage.

Derudover er valgdeltagelsen hos danske unge påvirket af social arv og et af de mest oplagte steder at bryde den er netop i skolerne og på ungdomsuddannelserne. Her kan unge, der ikke har den nødvendige opbakning hjemmefra, blive motiveret til politisk deltagelse.

Som tidligere beskrevet har 53 % unge lav demokratisk selvtillid, og det stiller store krav til, den information de får, før de stemmer. Uddannelsessteder kan gøre unge mere trygge i deres holdninger og bekræfte dem i, at de ved nok til at stemme ved at holde valgmøder og fortælle om valget i undervisningen.

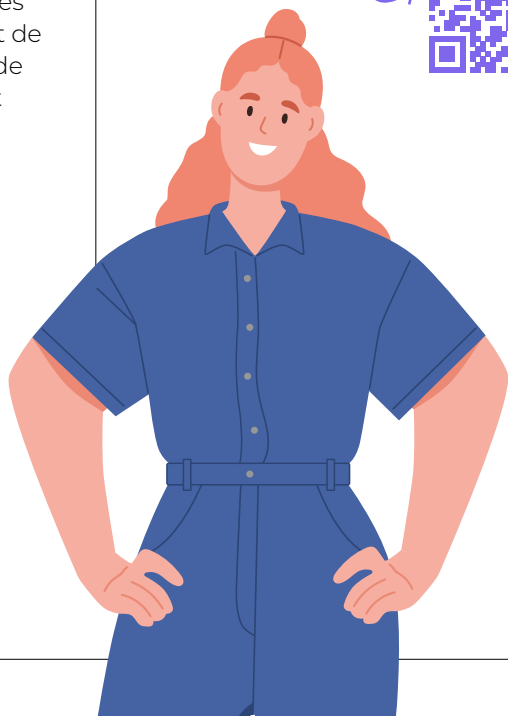
### INVITER UNGE KANDIDATER

Valgmødet kan både bestå af en klassisk debat mellem kandidater fra forskellige partier for at give unge et bedre indblik i partiernes holdninger.

Det kan også være debattmøder med større vægt på dialog, hvor politikerne forholder sig til unges meninger. Det kan styrke unges tillid til politikere og give en oplevelse af at blive hørt og set.

Det kan være en rigtig god idé at invitere unge kandidater, som kan repræsentere unge og som unge kan spejle sig i. DUFs Demokratianalyse 2023 viser nemlig, at hele 52 % af unge prioriterer at stemme på en ung kandidat.

DUF HAR LAVET EN OVERSIGT OVER ALLE UNGE KANDIDATER MELLEM 18 OG 30 ÅR. I FINDER DEN HER



## VALGINITIATIV 6 BRUG ROLLEMODELLER

Forskning viser, at det er vigtigt at sætte fokus på den sociale norm om, at man selvfølgelig stemmer ved et valg. Derfor er kampagner, hvor almindelige unge eller rollemodeller fortæller, hvorfor de stemmer gode. Samtidig kan det være en effektiv måde at skabe engagement blandt unge, da de formidler budskabet pakket ind i deres univers.

### HVEM KAN MAN BRUGE SOM ROLLEMODEL?

Rollemodeller kan være personer, som er kendt i lokalområdet og fx har et stort antal følgere på sociale medier. Det kan også være personer, jeres unge kan relatere til og finder troværdige fx en lokal træner eller en fra det lokale ungeråd. Det kan også være unge fra de politiske ungdomsorganisationer, som nogle af de unge har mødt til fx Skolevalget eller Demokratiets Dag, som DUF afholder. Der kan også udnævnes en række 'valgambassadører' internt på uddannelsesinstitutionerne, som kan bidrage til at sætte fokus på valget. I Silkeborg har de brugt rollemodeller, der har ydet en aktiv indsats for at få flere til at stemme via sociale medier. Rollemodellerne var også afsendere på postkort, der opfordrede unge til at stemme. Deres slogan var "Vi bestemmer! Gør du?"

### HVORDAN ARBEJDER MAN MED EN INFLUENCER?

I kan også benytte en influencer. Influencere kan fx dele indhold fra

valgstederne på deres sociale platforme på valgdagen og minde unge om, hvordan man stemmer, og at det er vigtigt at stemme. Hvis I benytter en ung influencer, er der også en værdi i ung-til-ung formidlingen. Influencere kan indgå et betalt samarbejde med kommunen og hjælpe jer med at få kommunens budskaber ud på deres platforme. I kan fx komme i kontakt med influencerne gennem deres platforme eller gennem bureauer og agenter, som arbejder med området. Når I samarbejder med en influencer er det vigtigt at lade dem stå for formidlingen af budskabet. De er eksperter på deres målgruppe, og det er netop derfor, I ønsker et samarbejde. I samarbejdet med en influencer skal I være opmærksomme på at vælge en, der rammer jeres målgruppe, og som I kan stå inde for.

### FORKLAR HVORFOR DET ER VIGTIGT AT STEMME

Forskning viser, at kampagner med rollemodeller ikke kun skal være en opfordring til at stemme, men også skal skabe en forståelse for hvorfor, det er vigtigt at stemme. Derfor er det en god idé også at fortælle unge, at deres stemme kan gøre en forskel. Inddrag gerne jeres rollemodeller og influencere i processen, så budskabet bliver formidlet i øjenhøjde med målgruppen.

# KILDELISTE

Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H., & Hansen, K. M. (2014a). *Kan man øge valgdeltagelsen? Analyse af mobiliseringstiltag ved kommunalvalget den 19. november 2013*. Center for Valg og Partier, Institut for Statskundskab, Københavns Universitet. CVAP Working Paper Series Bind 3/2014.

Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H., & Hansen, K. M. (2014 b). *Mobilisering via SMS til Europaparlamentsvalget 25. maj 2014*. Center for Valg og Partier, Institut for Statskundskab, Københavns Universitet. CVAP Working Paper Series Bind 5/2014.

Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H., & Hansen, K. M. (2015). *Mobiliseringsinitiativer ved KV13*. Center for Valg og Partier, Institut for Statskundskab, Københavns Universitet. CVAP Working Paper Series Bind 2/2015.

Bhatti, Y. & Hansen, K. M. (2010a). *Valgdeltagelsen blandt danske unge*. Institut for Statskundskab, Københavns Universitet. Arbejdsrapport 2010/05.

Bhatti, Y. & Hansen, K. M. (2010b). *Valgdeltagelsen og de sociale netværk - multivariat analyse af den kommunale valgdeltagelse 2009 baseret på registerdata*. Institut for Statskundskab, Københavns Universitet. Arbejdsrapport 2010/6.

Coppock, A. & Green, D. P. (2016). Is Voting Habit Forming? New Evidence from Experiments and Regression Discontinuities. *American Journal of Political Science*, 60(4): 1044-1062.

Dansk Ungdoms Fællesråd: *Demokratiets Dag*.

Dansk Ungdoms Fællesråd: *Skolevalg*.

Dansk Ungdoms Fællesråd (2023): *Demokratianalysen 2023*. Epinion for DUF.

DenOffentlige.dk (2014, 6. juni): *Brev og postkort fik Silkeborgs unge til at stemme*.

Hansen, J. H., & Hansen, K. M. (2018). *Mobiliseringseksperimenter ved kommunalvalget 2017*. Center for Valg og Partier, Institut for Statskundskab, Københavns Universitet. CVAP Working Paper Series Bind 4/2018.

Hansen, K. M. & Stubager, R. (2021), *Klimavalget: Folketingsvalget 2019*, Djøf Forlag

Hansen, K. M. (2020). *Valgdeltagelsen ved Europaparlamentsvalget 2019*. Center for Valg og Partier, Institut for Statskundskab, Københavns Universitet. CVAP Working Paper Series Bind 1/2020.

Hansen, K. M. (2022). *Valgdeltagelsen ved kommunal- og regionalvalget 2021*. Center for Valg og Partier, Institut for Statskundskab, Københavns Universitet. CVAP Working Paper Series Bind 1/2022.

Kommunernes Landsforening (2017, 13. november):  
Måling: 7 ud af 10 er sikre på at stemme.

Kommunernes Landsforening: *Inspirationskatalog - Kommunalvalg 2021*. En del af kampagnen "Stem Med".

Københavns Universitet (2017, 7. september).  
*Skolevalg øger unges politiske selvtilid*.

Mandag Morgen (2021, marts): *Når valgfesten udebliver – en undersøgelse af årsager til ikke at stemme og forslag til, hvordan vi gør noget ved det*.

Silkeborg Kommune: *beSTEM i Silkeborg - et demokratiprojekt*.

Økonomi- og Indenrigsministeriet (2013):  
*Op af sofaen – anbefalinger til lokaldemokratiet*.

**EUROPA-PARLAMENTSVALG 9. JUNI**

**DUF**

**DANSK  
UNGDOMS  
FÆLLESRÅD**

