

Röster för ett jämlikt valdeltagande

Återrapportering av MUCF:s bidrag till projekt för ökat valdeltagande i Europaparlamentsvalet 2019

© Myndigheten för ungdoms-
och civilsamhällsfrågor (MUCF) 2020

Webb: www.mucf.se

Röster för ett jämnt valdeltagande

**Återrapportering av MUCF:s bidrag
till projekt för ökat valdeltagande
i Europaparlamentsvalet 2019**

Förord

Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor fick under hösten 2017 i uppdrag att fördela bidrag till kommuner och organisationer i det civila samhället för att genomföra projekt i syfte att öka valdeltagandet i de allmänna valen 2018 och i Europaparlamentsvalet 2019. I rapporten *Röster för ett jämlikt valdeltagande* följer myndigheten upp hur bidraget (avseende Europaparlamentsvalet 2019) har använts, och utvärderar, i den mån det är möjligt, uppdragets resultat och effekter i förhållande till bidragets syfte.

Myndigheten fördelade närmare 5 miljoner kronor i bidrag till 13 projekt inom satsningen under 2019. Rapporten bygger främst på de slutrapporter som lämnats in av de organisationer och kommuner som beviljades bidrag. Slutrapporterna beskriver projektens verksamhet, framgångsfaktorer och utmaningar, samt projektens uppskattade resultat och effekter.

Myndighetens bedömning är att aktörerna som fått del av det ekonomiska stödet har bidragit till att öka kunskapen och förbättrat förutsättningarna för målgrupperna att använda sin rösträtt och delta i den demokratiska processen. För att uppnå ett mer stadigvarande resultat i form av ökat valdeltagande och ökad tilltro till den demokratiska processen krävs mer kontinuerliga och långsiktiga satsningar.

Lena Nyberg

Generaldirektör

Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor

Innehåll

Förord	5
Sammanfattning	9
Inledning	11
Syftet med rapporten	11
Uppdragets genomförande	13
Förberedelseprocess	13
Handläggning	13
Så fördelades bidraget	14
Aktiviteter och metoder för att höja valdeltagandet	17
Valambassadörer och lokal förankring	18
Uppsökande verksamhet	19
Tillgänglighet	19
Evenemang	20
Uppmuntra diskussioner och stimulera samtal	20
Informationsinsatser	20

Bidragets resultat och effekter	23
Utvärderingens genomförande	23
Resultat – omfattning	23
Strategier och framgångsfaktorer	24
Utmaningar	25
Resultat på samhällsnivå – ett höjt valdeltagande?	26
Resultat på individnivå – ökad kunskap och förändrade attityder hos målgruppen	27
Resultat på organisationsnivå – fortsatt engagemang för demokratisk delaktighet	28
Reflektioner och slutsatser	29
Referenser	33
Bilagor	35
Bilaga 1: Städer och områden där projekten genomfördes 2019	35
Bilaga 2: Projektens uppskattning av antal personer som har nåtts av projektens verksamhet	36

Sammanfattning

Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor redovisar och utvärderar i rapporten *Röster för ett jämlikt valdeltagande* uppdraget från regeringen med att fördela bidrag till kommuner och organisationer inom det civila samhället för att genomföra verksamhet i syfte att öka valdeltagandet i Europaparlamentsvalet 2019. I rapporten redogör myndigheten för hur uppdraget har genomförts, hur bidraget har fördelats, hur man arbetat inom projekten, projektens framgångsfaktorer och utmaningar, samt bidragets resultat och effekter i förhållande till dess syfte.

Rapporten bygger på uppgifter från kommunernas och organisationernas interna utvärderingar som lämnats in i samband med slutrapporteringen av projekten. Den statistik och de citat som lyfts fram baseras på projektägarnas erfarenheter och upplevelser som rapporterats in till myndigheten.

I början av 2019 fördelade myndigheten närmare 5 miljoner kronor i bidrag till 13 projekt, varav 7 drevs av kommunala aktörer och 6 av civilsamhällsorganisationer. Majoriteten av projekten genomfördes i Stockholms, Skånes och Västra Götalands län, och drygt hälften i områden med socio-ekonomiska utmaningar. Projekten har genomfört verksamhet riktad till målgrupperna unga, utrikes födda och personer med funktionsnedsättning i alla åldrar. I projekten har man arbetat mycket med uppsökande verksamhet, flerspråkig information och valambassadörer i syfte att göra valet mer tillgängligt för målgruppen.

Myndighetens utvärdering av bidraget visar att organisationernas och kommunernas projekt har haft en positiv inverkan genom att höja valdeltagandet bland grupper, och i områden, där valdeltagandet i tidigare val har varit lågt. Projekten har genom samverkan och lokal förankring lyckats nå ut till drygt 109 288 människor med information om valet. Myndigheten drar slutsatsen att insatserna har haft stor påverkan på individnivå där målgrupperna har fått ökad kunskap, ett ökat intresse och fler verktyg för politisk delaktighet och engagemang. Myndigheten gör bedömningen att aktörerna som fått del av det ekonomiska stödet har bidragit till att öka kunskapen och förbättrat förutsättningarna för målgrupperna att använda sin rösträtt och delta i den demokratiska processen. För att uppnå ett mer stadigvarande resultat i form av ökat valdeltagande och ökad tilltro till den demokratiska processen krävs mer kontinuerliga och långsiktiga satsningar.

Inledning

I valet den 26 maj 2019 röstade knappt 4,2 miljoner av närmare 7,6 miljoner röstberättigade personer i det svenska Europaparlamentsvalet, vilket gav ett valdeltagande på 55 procent. I de tre senaste valen till Europaparlamentet har det svenska valdeltagandet varit högre än EU:s genomsnitt. Trots att det ökar är det dock ett betydligt lägre valdeltagande än i 2018 års riksdagsval, då 87 procent röstade (SCB 2019).

Valdeltagandet tenderar att vara lägre i områden som kännetecknas av en låg medelinkomst, låg utbildningsnivå och en hög andel utrikes födda bland dem som får rösta (Regeringsbeslut I:11 Ku2017/02115/D). Samtidigt finns det finns stora skillnader i valdeltagande mellan olika befolkningsgrupper. Utrikes födda är en av de grupper som tenderar att rösta i lägre utsträckning än övriga röstberättigade. I riksdagsvalet 2018 var andelen utrikes födda som röstade 74 procent att jämföra med 90 procent av de inrikes födda. Trots att valdeltagandet har ökat generellt så tycks skillnaderna i valdeltagande mellan inrikes och utrikes födda inte ha minskat. Statistik visar även att valdeltagandet är flera procentenheter lägre bland personer med funktionsnedsättning än bland övriga befolkningen. Det verkar även finnas ett tydligt statistiskt samband mellan valdeltagande och ålder, då unga och äldre röstar i lägre utsträckning än övriga. Dock har skillnaderna minskat i de senaste valen på grund av att fler väljer att rösta (SCB 2019).

Regeringen lyfter fram att ett högt och jämlikt valdeltagande är viktigt för att politiken ska återspegla hela befolkningens intressen och åsikter. Enligt regeringen står ett demokratiskt utanförskap i strid med den politiska jämlikheten och leder till att samhället går miste om viktiga perspektiv och åsikter (Regeringskansliet 2018).

Mot bakgrund av detta fick Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (MUCF) 2017 i uppdrag att inför de allmänna valen 2018 och Europaparlamentsvalet 2019 fördela medel till kommuner och organisationer. Syftet med detta var att stimulera ett högre valdeltagande bland grupper såsom unga, utrikes födda och personer med funktionsnedsättning i alla åldrar som röstar i lägre utsträckning än övriga röstberättigade, samt att prioritera verksamhet i områden med lågt valdeltagande. MUCF:s uppdrag skulle bygga vidare på tidigare erfarenheter och utvärderingar från projekt som bedrivit verksamhet för att höja valdeltagande med hjälp av statsbidrag inför valåret 2014.

Syftet med rapporten

Syftet med rapporten är att följa upp och utvärdera fördelningen av stödet för att höja valdeltagandet i Europaparlamentsvalet 2019 och om möjligt visa på bidragets effekter i förhållande till syftet med bidraget. Rapporten kommer kortfattat redogöra för uppdragets genomförande och bidragets fördelning men framför allt fokusera på projektens genomförande, framgångsfaktorer och utmaningar samt resultat och effekter. Återrapporteringen ska lämnas till Kulturdepartementet, Regeringskansliet, senast den 30 april 2020 (Regleringsbrev för budgetåret 2019 avseende Myndigheten för ungdoms- och civilsam-

hällesfrågor). Rapporten bygger på de slutrapporter som lämnats in från de 13 organisationer och kommuner som beviljades medel och genomförde projekt inom satsningen 2019. De aktörer som beviljats bidrag ska efter avslutat projekt lämna in en ekonomisk redovisning och redovisa vilka resultat som har uppnåtts i förhållande till syftet med bidraget. Alla projekten är avslutade och har fått sina slutrapporter godkända. I rapporten diskuteras således organisationernas och kommunernas uppskattningar av projektens resultat och effekter utifrån de interna projektutvärderingar som de har genomfört. Denna rapport lyfter fram citat och exempel utifrån projektägarnas erfarenheter och perspektiv.

Rapporten är den sista och avslutande i regeringsuppdraget om att öka valdeltagandet med hjälp av statsbidrag inför de allmänna valen 2018 och Europaparlamentsvalet 2019.

Uppdragets genomförande

MUCF fick i mitten av oktober 2017 i uppdrag att förbereda fördelning av medel till kommuner och organisationer i det civila samhället för att genomföra verksamhet i syfte att öka valdeltagandet i de allmänna valen 2018 respektive Europaparlamentsvalet 2019, enligt Regeringsbeslut I:11 Ku2017/02115/D. Statsbidraget skulle lämnas till verksamhet riktad till befolkningsgrupper som röstar i mindre utsträckning än övriga röstberättigade, såsom unga, utrikes födda och personer med funktionsnedsättning, samt till socioekonomiskt svaga områden med lågt valdeltagande i tidigare val.

Av regeringsbeslutet framgick att kostnaden för uppdraget 2017-2019 beräknades uppgå till högst 16,5 miljoner kronor varav 500 000 kronor för 2017, 10 miljoner kronor för 2018 och 6 miljoner kronor för 2019. Regeringsbrevet för budgetår 2019 specificerade att myndigheten fick använda högst 900 000 kronor av de 6 miljoner kronor som fanns att disponera för genomförandet av uppdraget 2019 till administrativa kostnader (Regeringsbeslut II:4 U2018/04397/UF U2018/04740/UF (delvis) U2018/04765/UF).

Förberedelseprocess

MUCF inledde arbetet med interna avstämningar i syfte att samla in information om tidigare erfarenheter och lärdomar från medarbetare som ansvarat för valuppdraget inför de allmänna valen 2018. Myndigheten kunde på så sätt använda tidigare goda erfarenheter för att utarbeta prioriteringar och kriterier för bedömning av ansökan. Projekten prioriterades utifrån samma kriterier som föregående år och var bland annat följande:

- god lokal förankring och kännedom om målgruppen
- metoder och aktiviteter har prövats och utvärderats tidigare med goda resultat
- verksamheten har nått unga samt utrikesfödda eller personer med funktionsnedsättning i alla åldrar.

MUCF valde att göra en riktad marknadsföringsinsats av bidraget på grund av det stora antal ansökningar, 148 stycken (varav 20 beviljades medel), som inkom i valsatsningen 2018. MUCF begränsade därför utlysningen av bidraget till myndighetens hemsida, egna sociala medier och särskilda inbjudningar till de målgrupper som tidigare sökt bidrag. Den sista oktober 2018, efter cirka två månaders ansökningsperiod, hade det kommit in 48 ansökningar i satsningen.

Handläggning

Handläggningen av ansökningar påbörjades i början av november 2018 och beslut fattades i mitten av januari 2019. MUCF genomförde handläggningen under relativt kort tid för att kunna meddela beslut så tidigt som möjligt på året 2019, och se till att aktörerna fick mer tid och därmed bättre förutsättningar att arbeta med förberedelser inför valet. Myndigheten prioriterade också ansökningar från kommuner och organisationer som beviljades medel inför de

allmänna valen 2018 i syfte att underlätta för projekten att komma igång på ett bra sätt samt att få en långsiktighet i arbetet. Myndighetens samlade bedömning är att handläggningen fungerade bra.

Så fördelades bidraget

I början av 2019 fördelade myndigheten närmare 5 miljoner kronor i bidrag till 13 projekt, varav 7 drevs av kommunala aktörer och 6 av föreningar och stiftelser från det civila samhället.

Tabell 1 visar de kommuner och organisationer som beviljades bidrag för att genomföra verksamhet i syfte att höja valdeltagandet i Europaparlamentsvalet 2019. Av tabellen framgår att bidragsbeloppen varierade från 140 000 kronor till 686 300 kronor mellan de projekt som sökte minst respektive mest i bidrag. Som tidigare nämnt prioriterades projekt som använde metoder och aktiviteter som tidigare prövats och utvärderats med goda resultat. En del av de organisationer och kommuner som beviljades bidrag 2019 hade även under valåret 2014¹ och de allmänna valen 2018² bedrivit verksamhet för att öka valdeltagandet med stöd av MUCF och kunde på så sätt fortsätta sitt demokratistärkande arbete med beprövade metoder.

Organisation	Projektnamn	Belopp (kr)
ASOV Stockholm	Min röst i EU valet	470 000
Borås stad stadsledningskontoret	Öka valdeltagandet i EU-valet #Klartjagskarösta	500 000
Göteborgs stad, SDF Östra Göteborg	Valstärkande i Bergsjön -Europaparlamentsvalet 2019	295 000
Hässleholms kommun	Nordöstra Skåne röstar 2.0	311 657
Jönköpings kommun	Dags för EU Tjafs!	215 000
LSU, Sveriges ungdomsorganisationer	Makten är din!	500 000
Romer kultur, fritid, kunskap och tolerans (RKFKT)	Romernas röst - i valet	140 000
SIOS	Höj din röst - Norra B: EU 2019	686 300
Skåne Stadsmission	Europavalåret 2019	177 878
Skärholmens stadsdelsförvaltning	Skärholmen röstar i EU-valet!	484 000
Studieförbundet Vuxenskolan Stockholm	Min röst hörs i Bryssel	219 850
Uppsala kommun, KLK	Din rösträtt i EU-valet	588 020
Vetlanda kommun KLF	Jag röstar! - Ökat valdeltagande på Högländet	331 000

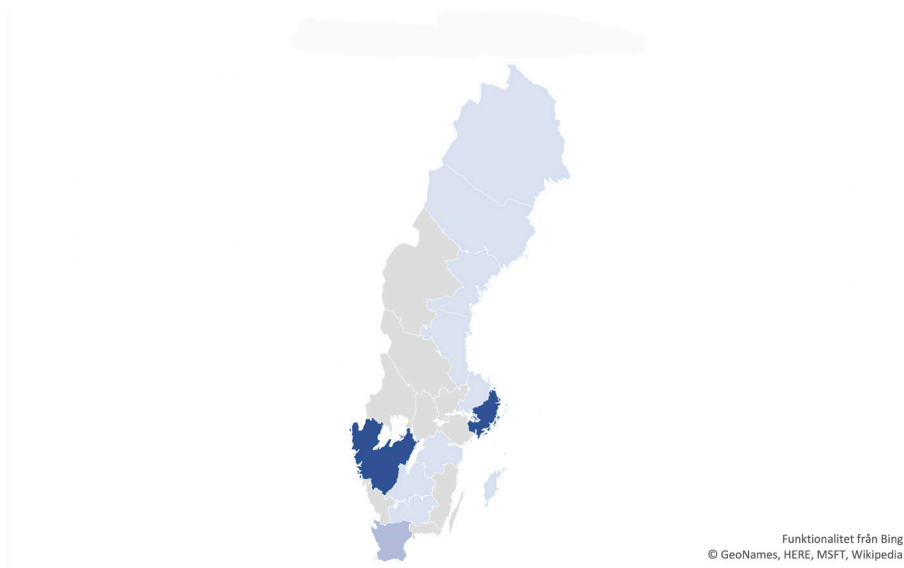
Tabell 1 Organisationer och kommuner som fick bidrag 2019.

¹ 2014 års beviljade bidrag: ASOV Stockholm, Hässleholms kommun, Jönköpings kommun och LSU.

² 2018 års beviljade bidrag: ASOV Stockholm, Borås kommun, Hässleholms kommun, Skåne stadsmission, Skärholmens stadsdelsförvaltning, Studieförbundet Vuxenskolan Stockholm och Uppsala kommun.

Geografisk spridning av projektverksamheten

Projektet för att öka valdeltagandet genomfördes i många olika delar av Sverige. De flesta projekt ägde rum i Stockholms, Skånes och Västra Götalands län. Flera av projekten genomförde verksamhet i mer än ett län. Figur 1 visar den geografiska spridningen av projekten. Projekten genomfördes i sammanlagt 12 olika län.³ De län som hade 4 eller fler projekt är markerade som mörkblå på kartan, de län som hade 3 projekt är mellanblå, de län som hade 2 projekt eller lägre är ljusblå. De län som inte hade några projekt är markerade i grått.



Figur 1 Karta över i vilka län i Sverige projekten ägde rum

I regeringsbeslut I:11 Ku2017/02115/D understryker regeringen ett särskilt behov av att stimulera ett högre valdeltagande i socioekonomiskt svaga områden där valdeltagandet är lågt. Majoriteten av projekten har arbetat i områden där statistik från tidigare val har visat på ett väldigt lågt valdeltagande i jämförelse med andra områden. Bilaga 1 visar de områden, stadsdelar och städer där respektive projekt genomförde insatser 2019. Dock har inte alla projekt uppgett exakt i vilka områden i respektive stad som de har bedrivit sin verksamhet. Av de 7 projekt som har angett specifika områden, så har alla i viss mån bedrivit verksamhet i områden som polisens nationella operativa avdelning 2017 identifierat som utsatta eller särskilt utsatta områden.

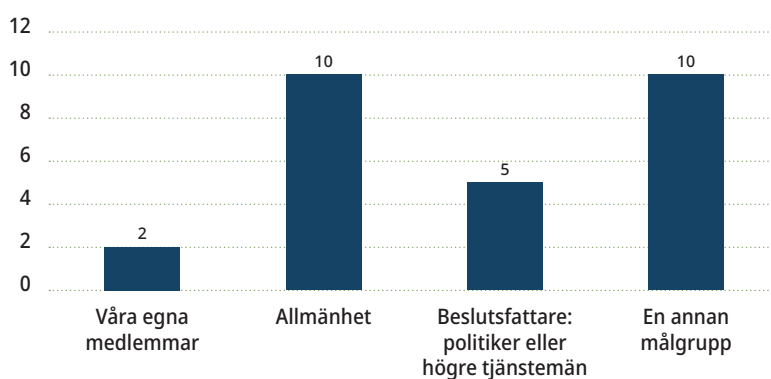
Projektens målgrupper

Alla projekt uppger att de har lyckats nå ut till sin planerade målgrupp vilket i majoriteten av projekten har innefattat unga, utrikes födda i alla åldrar, och/eller boende i ett visst område med socio-ekonomiska utmaningar. I flera projekt

³ Gotlands län, Gävleborgs län, Jönköpings län, Kronobergs län, Norrbottens län, Skåne län, Stockholms län, Uppsala län, Västernorrlands län, Västerbottens län, Västra Götalands län och Östergötlands län.

har även personer med funktionsnedsättning ingått i den bredare målgruppen men projekten har inte specifikt riktat sina insatser mot denna grupp. Dock har 1 projekt arbetat mer specifikt för personer med funktionsnedsättning. Vidare har 1 projekt fokuserat på romer i alla åldrar och även funktionsnedsatta. Ett annat projekt har satsat på stiftelsens besökare, personer i akut hemlöshet, som inte tidigare röstat.

Figur 2 ger en överblick över hur många projekt som har nått vilka målgrupper utifrån kategorierna *Våra egna medlemmar*, *Allmänheten*, *Beslutsfattare* och *En annan målgrupp*. De flesta projekt har vänt sig till *Allmänheten* och *En annan målgrupp*. Flera organisationer har även uppgett att projektets målgrupp har varit *Beslutsfattare* och ett fåtal har uppgett *Våra egna medlemmar*. De som har valt *En annan målgrupp* har specificerat att de har vänt sig till exempelvis unga, utrikes födda eller personer med funktionsnedsättning. Projektägarna har haft möjlighet att kryssa i flera alternativ. Det framgår även av slutrapporterna att 11 projekt har riktat insatserna både mot unga 13 till 25 år och mot vuxna över 25 år, medan 1 projekt har riktat sin verksamhet enbart mot vuxna över 25 år och 1 projekt enbart mot unga 13 till 25 år.



Figur 2 Projektens målgrupper

Aktiviteter och metoder för att höja valdeltagandet

Projekten har använt sig av olika aktiviteter och metoder för att nå och engagera sina målgrupper som exempelvis demokratiambassadörer, provval, studiecirkel, politikerdebatter, valskolor, dörrknackning, torginformation, förtidsröstning, demokratifestivaler, valkampanjer via sociala medier, fotbollsevenemang, föreläsningar på lätt svenska, valinformation på olika språk, uppsökande verksamhet och riktade insatser i form av hembaserade informationsmöten.

Som tidigare nämnt premierade myndigheten projekt som kunde visa att metoder och aktiviteter hade prövats och utvärderats tidigare med goda resultat, och då framförallt verksamheter som varit framgångsrika med att nå de specifika målgrupperna exempelvis genom lokala aktörer och ambassadörer. Ett flertal av de metoder som var framgångsrika för att nå målgrupperna i syfte att höja valdeltagandet under valåret 2014 och valdeltagandet i de allmänna valen 2018 har därför även använts av aktörer inför 2019 års Europaparlamentsval. Några av dessa återkommande metoder var att stimulera samtal med hjälp av demokratiambassadörer och att använda befintliga forum för att skapa uppmärksamhet kring valet genom bland annat testval, förtidsröstning och politikerdebatter (MUCF 2015, 2019). I detta avsnitt diskuteras vilka metoder och aktiviteter projekten har använt sig av för att stimulera samtal, och sprida information, om valet.

Figur 3 ger en överblick över vilka slags aktiviteter som har genomförts i projekten. Kommunerna och organisationerna har haft möjlighet att kryssa i flera projektaktiviteter. Figuren visar antalet projekt som har angett att de arbetat med respektive aktivitet. Många projekt har till exempel samverkat med andra organisationer, genomfört seminarier, workshops och föreläsningar, genomfört utbildning eller studiecirkel samt genomfört en kampanj eller annan informationsinsats.



Figur 3 Projektens aktiviteter

Valambassadörer och lokal förankring

Majoriteten av projekten har använt sig av valambassadörer¹ eller lokala förebilder för att nå ut till sina målgrupper. Valambassadörerna har i många av projekten arbetat med informationsinsatser och uppsökande verksamhet riktad till målgruppen, men även hållit i utbildningar och arrangerat andra aktiviteter och event. Gemensamt för valambassadörerna har varit att de är personer med bra kännedom om målgruppen och god lokal förankring i områdena där projekten genomförts, samt personer med breda språkkunskaper och ett starkt engagemang för demokratifrågor. I några projekt har valambassadörerna haft god kännedom om målgruppen genom tidigare engagemang i föreningsliv eller socialt arbete i området, och i andra projekt har de själva varit en del av målgruppen. En del av projekten har använt sig av de valambassadörer som arbetade med målgrupperna inför de allmänna valen 2018. I projektet *Valstärkande i Bergsjön – Europaparlamentsvalet 2019* som organiserats av Göteborgs stads östra stadsdelsförvaltning uppger man att 6 av 9 valambassadörer var engagerade i någon form av informationsarbete under de allmänna valen 2018. Projektägarna upplevde därför att demokratiambassadörerna var väl förberedda för sitt uppdrag då majoriteten av dem var införstådda med uppdraget redan i förväg och hade erfarenhet av att tala om demokratisk delaktighet och specifikt om valdeltagande. Detta har enligt projektägarna hjälpt till att skapa tillit och även stärkt tilltron till den egna förmågan och att man har möjligheter att påverka i samhället.

¹ Även kallade demokratiambassadörer eller valinformatörer.

Alla valambassadörer har fått genomgå någon typ av utbildning som antingen har organiserats internt av projektägarna, eller som har arrangerats externt av projektets samverkanspartners. Utbildningarna har fokuserat på bland annat demokrati, valsystemet och valdeltagande, samt på bra metoder för att nå ut till målgruppen som exempelvis motiverande samtal. SIOS satsade på en grupp unga informatörer som arbetat i projektet något man menar skapat ringar på vattnet genom att de unga informatörerna påverkat sina jämnåriga till ett ökat intresse för valet. Gruppen av ungdomar som arbetat i projektet har även ökat sina egna kunskaper om EU, valsystemet och demokrati genom bland annat en valinformatörs-utbildning som de gick i Botkyrka kommuns regi.

Uppsökande verksamhet

Många projekt har arbetat uppsökande för att engagera personer som är svåra att nå då de inte deltar i föreningslivet eller evenemang för allmänheten. De uppsökande metoder som projekten har använt sig av är framförallt dörrknackning och samtal på torg och i centrum. Valambassadörerna, som ofta pratat flera språk, har genom denna metod kunnat göra information om val och röstande tillgänglig för fler. ASOV Stockholm har i projektet *Min röst i EU-valet* tagit hjälp av projektets valinformatörer och genomfört ett flertal hembaserade informationsträffar och man uppger att projektets samlade insatser nått ut till 2 003 personer ur målgruppen. Borås stad satsade i projektet *Öka valdeltagandet i EU-valet – #Klartjagskarösta* på valinformatörer där de före valet arbetade med att uppmärksamma valet genom att besöka verksamheter, genomföra skolval och utbilda olika lokala verksamheter. Under valet arbetade valinformatörerna med fysisk närvaro, att besöka evenemang som rörde projektets målgrupper, de deltog på olika workshops eller caféer samt höll i mindre utbildningar.

Tillgänglighet

Många av projekten har arbetat med att göra Europaparlamentsvalet mer tillgängligt för målgruppen. Projekten har arbetat på några olika sätt för att uppnå detta mål. Flera projekt har arrangerat testval för att målgruppen ska få öva på att rösta, eller gjort studiebesök till en vallokal, i syfte att underlätta röstningen på själva valdagen. Studieförbundet Vuxenskolan Stockholm har till exempel satsat på studiecirkel för personer med funktionsnedsättning, Uppsala kommun har använt sig av valskola för att sprida kunskap inom målgruppen och föreningen Romer, kultur, fritid, kunskap och tolerans (RKFKT) har genomfört 4 temadagstillfällen med 15 till 20 deltagare per gång som avslutats med ett testval.

Som tidigare nämnt har majoriteten av projekten gett information muntligen på flera språk. Några projekt har även översatt informationsmaterial till flera språk och lätt svenska. Syftet med detta har varit att nå ut med skriftlig information till personer som inte pratar svenska eller har begränsade kunskaper i svenska. Exempelvis så har Hässleholms kommun tagit fram en broschyr på lätt svenska som innehåller information om hur man som EU-medborgare kan göra sin röst hörd i EU, varför man ska rösta i Europaparlamentsvalet, vem

som får rösta och hur man röstar. Broschyrerna har med hjälp av projektets kontaktpersoner spridits till förtidsröstningslokaler, bibliotek, kommunhus och stadshus, gymnasieskolor och intresseorganisationer i kommunerna.

Evenemang

De flesta projekt har arrangerat ett eller flera större evenemang. Dessa har bland annat syftat till att förena samtal och information om valet med andra roliga aktiviteter, och på så sätt locka målgruppen till att prata politik i en trygg och trevlig miljö. Många projekt har arrangerat politikerdebatter där målgruppen har fått möjlighet att ställa frågor, viktiga för dem, direkt till sina lokala politiker. Syftet med denna metod har varit att få målgruppen att känna sig sedd och inkluderad i det politiska samtalet, samt att öka politikernas förståelse om målgruppens situation. LSU – Landsrådet för Sveriges ungdomsorganisationer arrangerade ett evenemang med bara kandidater under 30 år från de olika ungdomsförbunden. Syftet med att lyfta fram unga kandidater i valet har varit för att unga ska inspireras samt relatera till politiker i Europaparlamentet. Flera projekt har kombinerat politik och kultur för att skapa en mer avslappnad kontext för samtal om politik. Jönköpings kommun anordnade till exempel genom projektet *Dags för EU-Tjafs!* två eventaktiviteter med föreläsningar av unga samhällsinfluencers samt panelsamtal där de unga själva var aktiva och diskuterade.

Uppmuntra diskussioner och stimulera samtal

Många projekt har haft diskussionsträffar med målgruppen för att prata om frågor kopplade till valet. Något projekt har även aktivt använt sig av folkbildning och studiecirkel som metod för att skapa ett tryggt rum för samtal om demokrati och om varför det är viktigt att rösta. Studieförbundet Vuxenskolan Stockholm som arbetar med folkbildning i sin ordinarie verksamhet arrangerade en cirkelledarutbildning för ungdomar från Skärholmen, Bredäng och Sättra och man arbetade också vidare med cirkelledare inom funktionsnedsättning utifrån tidigare kunskap genom projektet Mitt val som erhöll stöd från MUCF inför de allmänna valen 2018. För organisationer som inte arbetar med folkbildning i sin ordinarie verksamhet, såsom Skåne Stadsmission, har cirkelledarutbildningar och studiecirkel skett i samarbete med exempelvis ett studieförbund eller Folkuniversitetet.

Informationsinsatser

Majoriteten av projekten har spridit information om valet och projektets aktiviteter genom kommunens eller organisationens hemsida och Facebook-konto. Några av projekten har även mer aktivt genomfört en större informationskampanj riktad till olika målgrupper via sociala media-kanaler såsom Facebook, Instagram och Youtube, och genom budskap på affischer och digitala skärmar på offentliga platser. Den digitala informationsspridningen har i alla dessa projekt kompletterat informationen som har delats ut i samband med personliga möten och evenemang.

Enligt projekten har informationskampanjerna varit ett bra sätt att snabbt nå ut till många människor med information om valet. ASOV Stockholm har till exempel genomfört informationsinsatser via sin egen Youtubekanal ASOVTV. Borås stad byggde vidare på 2018 års kampanj #klartjagskarösta och publicerade bland annat en quiz som marknadsfördes i kommunens sociala medier. Totalt nådde quizet 280 personer som svarade på frågorna. Hässleholms kommun genomförde en informationskampanj, "EU-kalendern", på Europa Direkts Facebook och Instagram där det varje dag fram till valdagen den 26 maj publicerades informativa inlägg med videos, tips och information om EU-valet.

Bidragets resultat och effekter

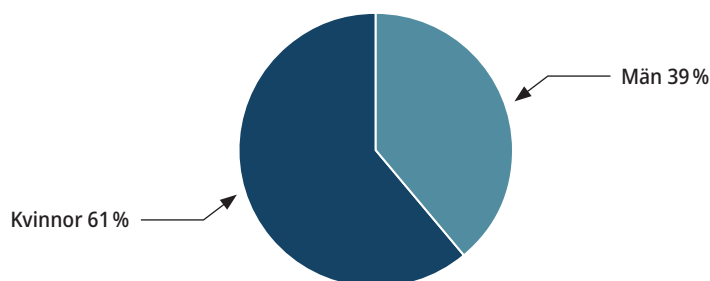
Utvärderingens genomförande

Utvärderingen av bidragets resultat och effekter i förhållande till syftet med satsningen, att höja valdeltagandet, utgår från projektens slutrapporter. I detta avsnitt diskuteras hur många som har nåtts av insatserna, projektens framgångsfaktorer och utmaningar, samt de kortsiktiga och långsiktiga effekterna av stödet på individ-, organisations- och samhällsnivå.

Resultat – omfattning

Organisationerna och kommunerna uppskattar att projektens insatser har nått drygt 109 000 personer. Bilaga 2 specificerar hur många personer respektive projekt uppskattar att de har nått genom sin verksamhet. Denna siffra är dock mer en fingervisning utifrån projektägarnas egna uppskattningar än en exakt siffra. Det framgår nämligen av slutrapporterna att projekten har redovisat antal deltagare på lite olika sätt och även redogjort för olika typer av insatser, vilkas effekter kan vara svåra att uppskatta och jämföra. Exempelvis så har några projekt redovisat antalet personer som de har nått direkt genom att de deltagit i projektets aktiviteter (provväl, studiecirkel, workshops med mera), medan andra projekt har redogjort för hur många personer som har tagit del av en informationskampanj via sociala medier. Flera projekt uppger även att det har varit svårt att uppskatta hur många personer de har nått då flera informationsinsatser har skett på offentliga platser. Många av projekten nämner även att deras projekt har fått medial uppmärksamhet, framförallt i lokala medier. Den mediala effekten av projekten har inte mätts. Projektens budskap kan på så sätt ha nått ut till många fler personer än den siffra som redovisats här.

Figur 4 visar projektens uppskattning av hur många kvinnor och män respektive personer med annan könstillhörighet som har nåtts av insatserna. Av figuren framgår att fler kvinnor än män har nåtts av insatserna. Mindre än en halv procent av de personer som nåtts av projekten har uppgett annan könstillhörighet. Även denna siffra ska ses som en fingervisning då många av projekten inte specifikt ställt frågan om deltagarnas könsidentitet.



Figur 4 Deltagarnas könstillhörighet

Strategier och framgångsfaktorer

Majoriteten av projekten nämner att valambassadörerna har varit en framgångsfaktor för att snabbt kunna nå ut med relevant information och riktad verksamhet till målgrupperna. Enligt projekten har valambassadörerna snabbt kunnat skapa en bra relation till målgruppen då de som lokala förebilder med kännedom om målgruppen och området redan har haft förankring och förtroende hos gruppen. Flera projekt nämner att valambassadörerna har spelat en viktig roll för att underlätta kommunikationen med målgrupperna. Valambassadörernas kännedom om målgruppen har inneburit att man har kunnat anpassa informationen om valet efter gruppens behov och kunskapsnivå, något som är oerhört viktigt för att nå fram och skapa förståelse. Flera projekt berättar även att en fördel har varit att ett antal av valambassadörerna genom tidigare val redan haft erfarenhet av arbete med målgruppen. I många projekt har valambassadörerna själva varit en del av målgruppen. Göteborgs stad, Stadsdelsförvaltningen Östra Göteborg uppger i sin slutrapport att ”Den breda språkkompetensen samt att vi hade informationsmaterial på 10 olika språk var mycket värt. Dels fick vi rent konkret fram informationen till fler personer, dels var det en dörröppnare då vi tog kontakt. Att vi faktiskt ansträngt oss för att kunna kommunicera med invånarna på deras eget språk verkade vara en positiv överraskning för somliga som vi träffade”. Skärholmens stadsdelsförvaltning rapporterar att ”Det som fungerat mycket bra är det genuina och breda engagemang valambassadörerna visat. De har tagit sitt uppdrag på största allvar och varit trovärdiga och stolta förebilder”.

Generellt har uppsökande arbete beskrivits som en framgångsfaktor för att sprida information om demokrati och om valet. Projektet vittnar om att det för många ur målgruppen är ett stort steg att själv söka sig till politiska evenemang, och projekten har därför försökt nå målgruppen i miljöer där de befinner sig till vardags. ASOV Stockholm anser att metoden med informationsmöten i målgruppens hem har varit framgångsrik. Enligt organisationen har mötena inneburit att information om Europaparlamentsvalet har kunnat anpassas efter målgruppens språk och kunskapsnivå, och deltagarna har kunnat ställa frågor i en trygg miljö utan att känna sig dömda på grund av låg kunskap.

I Skåne Stadsmissions projekt har en framgångsfaktor varit att det redan fanns en etablerad arbetsgrupp med samma projektledare och delvis samma medarbetare från de olika verksamheterna som under de allmänna valen 2018. Projektet behövde därför ingen startsträcka för att komma igång eller lägga tid på att ta fram en bra arbetsmetod. En annan orsak man ser som en framgång är att eftersom samtliga medarbetare i projektet är välkänd hos målgruppen fanns där redan ett upparbetat förtroende mellan personal och deltagare som gjorde att det var lättare att skapa engagemang. Flera av deltagarna deltog även i projektet inför valet 2018 och var därför insatta i många av frågorna.

Flera projekt anser att en stark förankring i målgruppen och ett inkluderande arbetssätt, där målgruppen fått vara delaktig i att styra och planera aktiviteter samt haft en stark roll under projektets gång, har bidragit till projektets framgång. Romer, kultur, fritid, kunskap och tolerans (RKFKT) skriver i sin slutrapport ”Det som varit en framgång är att vi redan haft en upparbetad plattform sedan 5 år för romska kvinnor på tuben i Farsta, och därför har vi också sänkt tröskeln att komma. Att vi har haft god förankring i de romska grupperna

och gjorde en del uppsökande arbete bland romerna. Att vi varit tillgängliga på valtelefonen för frågor som dykt upp om valet och träffarna på tuben. Att deltagarna varit aktiva och delaktiga genom att söka information på nätet, och att de fått muntliga föreläsningar, då romer har en muntlig tradition. Temadagarna har gett möjlighet att fördjupa oss i frågorna kring valet och demokrati, testvalet kändes som viktigt för många genom att förstå och i förväg veta hur det kan se ut och hur det går till i praktiken”. SIOS skriver att ”goda relationer lokalt samt att ta in målgruppen och deras idéer och synpunkter i projektet har varit avgörande för oss för att ständigt vara relevanta och uppdaterade mot målgruppens intressen och förutsättningar. Vi ökade även trovärdigheten för projektet och vår verksamhet när målgruppen själva arbetar med projektet”.

En framgångsfaktor som intygas av många projekt är den positiva samverkan som förekommit med olika samarbetspartners. Majoriteten av projekten har samverkat på bred front med exempelvis lokala föreningar, studieförbund, SFI och skolor, samt olika mötesplatser och träffpunkter. Många projekt understryker att samverkan varit nyckeln till att kunna nå ut till så många människor, och att möjligheten att dela kunskap och resurser med andra aktörer samt komplettera varandras aktiviteter har stärkt projekten. De flesta kommunerna har samarbetat med lokala föreningar för att nå ut till målgrupperna och har tillsammans drivit arbetet för att höja valdeltagandet. Jönköpings kommun valde att satsa på samarbete med lokala artister som involverades i de event man anordnade och man uppger att dessa hade en stor dragkraft och fick med sig de lokala ungdomarna. De noterar också att artisterna som var från olika områden uppträdde tillsammans på scenen vilket visade på att detta kunde sammanföra områdena och skapa samhörighet dem emellan. Man säger vidare att det inte var något som kunde tas för givet tidigare på grund av olika motsättningar mellan ungdomsgrupperna.

Enligt Studieförbundet Vuxenskolan Stockholm ”har projektet gett oss möjlighet till samverkan med olika grupper; till exempel olika föreningar - alla åldrar, politiker, tjänstemän i staden, Medborgarskolan, Interkult, EU-direkt. Projektet har öppnat ingångar som vi saknade till unga eldsjälar i förorten och även till andra satsningar så som det arbetsintegrerade sociala företaget Yalla Rinkeby där vi förlade vår politikerkväll med temat unga kvinnor i EU”.

Utmaningar

Många projekt nämner utmaningar såsom hög och ojämn arbetsbelastning för projektansvariga, samt brist på tid och resurser för att kunna möta det stora behovet hos målgrupperna. Några projekt uttrycker att kunskapsnivån om EU och Europaparlamentsvalet har varit lägre och svårare att ta till sig än inom demokratin och det svenska valsystemet hos vissa målgrupper. Den omständigheten har krävt mer tid för upprepade informationsinsatser från exempelvis valambassadörerna. I andra projekt har deltagarnas upplevelser och attityder varit en utmaning projektet har fått arbeta med.

Hässleholms kommun uppger att den största svårigheten i projektet framför allt har varit att hitta rätt forum för målgruppen utrikes födda i alla åldrar som också är röstberättigade. Man skriver ”eftersom det inte är en homogen grupp har det visat sig vara svårt att hitta naturliga mötesplatser eller skolor för att nå gruppen”. Borås stadsledningskontor upplever att ”det största hindret för projektet

har varit avsaknaden av engagemang till valet i allmänhet”. Skåne stadsmission uppger att ”trots att EU har stor påverkan på vår vardag har det varit svårt att koppla frågor som diskuteras på EU-nivå till den verksamhet och målgrupp Skåne Stadsmission arbetar med. På så vis har det varit svårt att engagera målgruppen i EU-valet. Det har varit lägre intresse än väntat, framförallt i jämförelse med vad vi såg inför riksdagsvalet och projektet som genomfördes då”.

Flera organisationer nämner att demokratifrämjande arbete kräver tid och kontinuitet. ASOV Stockholm uppger ”att engagera målgruppen vart fjärde år, när de dessförinnan inte har engagerats i dessa frågor och när målgruppens kunskapsnivå är så pass låg, är en stor utmaning. Att dessa frågor tas upp under en tidsbegränsad period som i ett projekt, och där det inte finns någon självklar naturlig fortsättning, innebär en risk att målgruppen efter projektavslut tappar bort sina kunskaper och erfarenheter av projektet”.

Romer, kultur, fritid, kunskap och tolerans (RKFKT) som vänt sig enbart till den romska gruppen lyfter fram aspekten kring ”den historiska långvarigheten av utanförskap och exkluderingen från demokratiska processer” som en stor utmaning i att skapa tilltro till demokratin och dess processer, varför de lagt stor vikt på förtroendeskapande i projektet. Även Skärholmens stadsdelsförvaltning tar upp svårigheten med att skapa tillit och tilltro till samhället i stort och svårigheten med att få människor i socio-ekonomiskt utsatta områden att gå och rösta.

Resultat på samhällsnivå – ett höjt valdeltagande?

I Europaparlamentsvalet 2019 röstade knappt 4,2 miljoner av närmare 7,6 miljoner röstberättigade personer i Sverige, vilket gav ett valdeltagande på 55 procent. I de 3 senaste valen till Europaparlamentet har det svenska valdeltagandet varit högre än EU:s genomsnitt. Trots att det ökar är det dock ett betydligt lägre valdeltagande än i 2018 års riksdagsval, då 87 procent röstade. Valdeltagandet ökade också totalt i EU för första gången sedan det första valet till Europaparlamentet hölls 1979. Den gången gick 9 länder till val, nu var det 28. Deltagandet ökade i 20 av de 28 medlemsländerna jämfört med 2014 (SCB, Deltagandet i de allmänna valen 2018).

Regeringen har givit Statistiska centralbyrån (SCB) i uppdrag att undersöka hur valdeltagandet i de allmänna valen 2018 och det svenska deltagandet i Europaparlamentsvalet 2019 ser ut i olika grupper av den röstberättigade befolkningen. SCB ska utifrån socioekonomiska faktorer jämföra och studera skillnader avseende kön, ålder och utbildning samt mellan inrikes och utrikes födda. SCB ska också undersöka valdeltagandet bland förstagångsväljare och bland personer med funktionsnedsättning samt bland utländska medborgare (Regeringsbeslut I:8 Ku2018/00101/D). I rapporten Deltagandet i de allmänna valen 2018 redovisar SCB uppgifter om att valdeltagandet ökat för fjärde valet i rad i de allmänna valen men att andelen röstande varierar såväl mellan olika delar av befolkningen som mellan olika delar av landet.

Studien över valdeltagandet i Europaparlamentsvalet 2019 ska redovisas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) den 26 juni 2020 och finns således inte tillgänglig än.

Vilken effekt har då insatserna för att höja valdeltagandet haft? Det är svårt

att mäta effekterna av projekt som syftar till att höja valdeltagandet. Det är också svårt att veta om ett höjt valdeltagande i ett visst område eller distrikt kan tillskrivas ett visst projekts insatser. Hälften av projekten har redovisat statistik över valdeltagande i sina områden, och i nästan alla fall har valdeltagandet ökat. Dock nämner flera av dem samtidigt svårigheterna med att avgöra hur stor inverkan det enskilda projektet har haft på resultatet. Men trots en viss försiktighet uttrycker dock majoriteten av projekten att de tror att insatserna har gjort skillnad för deltagarna och faktiskt motiverat många av dem att gå och rösta. Nedan följer några intressanta exempel för att illustrera hur projekten har resonerat kring vilka effekter insatserna har haft för att höja valdeltagandet.

ASOV Stockholm menar att ”projektet Min röst i EU valet har resulterat i att vi har nått ut till stora grupper människor som tidigare haft mycket liten kännedom/aldrig hört talas om EU eller Europaparlamentsvalet. Projektet har inneburit en kunskapshöjning bland dessa grupper och vikten av att rösta. Genom projektet har vi lyckats med att få personer som aldrig tidigare har röstat i Europaparlamentsvalet att gå och rösta. Vi har nått ut till isolerade grupper som har levt i Sverige i 15 till 20 år utan att gå och rösta. På valdagen gick flera av projektdeltagarna tillsammans i grupp med eller utan en informatör. Vår uppfattning är att majoriteten av projektdeltagarna lämnade sin röst på valdagen”.

Vetlanda kommun skriver i sin slutrapport att ”av de sex ursprungligt deltagande kommunerna så var det endast i Sävsjö som ökningen blev mindre än vad riksgenomsnittet blev. Dock är det endast en kommun som når över riksgenomsnittet vad gäller valdeltagande och det är Värnamo. Värnamo är den största kommunen i projektet och den kommun där invånarna har högst utbildningsnivå. Vetlanda ligger trots största ökningen procentuellt sist. Vetlanda brottas med en befolkning som är lågutbildad. Vi kan alltså se att ökningarna varit större i de deltagande kommunerna men att vi ändå inte riktigt når upp till riksgenomsnittet. Förklaringen ligger sannolikt i befolkningsstrukturen då vi har en mycket högre andel lågutbildade och traditionell industri i våra kommuner”.

Uppsala kommun sammanfattar sin slutrapport att ”demokratiambassadörerna i projektet har vittnat om när de i möten med människor känt att de kunnat förmedla den demokratiska rättighet som vi har, att delta i fria och allmänna val – och genom att lyssna på och bejaka människor – upplevt att deras arbete gjort verklig skillnad. Resultaten i valdeltagandet visar samtidigt att det arbete som bedrivits – i att entusiasmera till ett ökat valdeltagande inte görs över en natt. Det visar istället att insatser som bedrivits även behövs i framtiden, allra helst med en större kontinuitet”.

Resultat på individnivå – ökad kunskap och förändrade attityder hos målgruppen

Alla projektägare rapporterar att *projektet har uppnått alla förväntade resultat eller projektet har delvis uppnått resultaten*. Majoriteten av projekten uttrycker att målgruppen har fått ökad kunskap och fler verktyg för politisk delaktighet och engagemang. De har fått mer kunskap om bland annat demokrati, det europeiska politiska systemet och om hur ett val går till. Enligt projekten har målgrup-

pen vidare fått stärkt egenmakt och känner sig mer delaktiga i samhället, och de förstår värdet i att göra sin röst hörd.

Flera projekt uttrycker att det personliga mötet och tillgänglighet till information genom valambassadörer samt information på många olika språk har varit viktigt för att öka tilliten och känslan av delaktighet hos målgrupperna. Jönköpings kommun anser att man genom panelsamtalen skapade en känsla av tillhörighet och att alla medborgare har en lika viktig roll i samhället för att kunna ha en fungerande demokrati. ASOV Stockholm nämner att ”projektdeltagarna i återkoppling berättat hur de genom projektet upplever sig som aktiva samhällsmedborgare. Projektet har varit betydelsefullt för individens självkänsla och för att börja uppfatta sig själva som samhällsmedborgare med möjlighet att påverka”.

Många av projekten har arrangerat möten mellan politiker och målgruppen, och beskriver att detta troligen har ökat deltagarnas medvetenhet om vilka frågor som diskuteras inom partierna och var de själva står politiskt. Hässleholms kommun uttrycker det som att ”valprojektet har resulterat i att kunskapen om EU-frågor har ökat bland flera av deltagarna, dessutom har vi skapat politiska plattformar där avståndet mellan politik och målgruppen blivit mindre”.

Resultat på organisationsnivå – fortsatt engagemang för demokratisk delaktighet

Många projekt uppger att de genom satsningen har förstått att det är möjligt att arbeta med demokratifrågor mer direkt, och att det demokratifrämjande arbetet är något de kan och bör fortsätta arbeta med på olika sätt. Skärholmens stadsdelsförvaltning uppger att ett av projektets mål har varit att stärka relationen mellan civilsamhälle och förvaltning, vilket man anser sig ha uppnått. Inför Europaparlamentsvalet har fler föreningar än tidigare deltagit i projektets urvalsprocess om att vara valambassadörer och nya relationer till flera föreningar har utvecklats. Man uppger att alla valambassadörer har i stadsdelsförvaltningens utvärdering uttryckt en stolthet och ett engagemang av att jobba med demokratifrågor på uppdrag av Stockholms stad. Förvaltningen har satsat på att fungera som ett stöd och har tydligt uppmuntrat valambassadörerna till fortsatt engagemang i det lokala föreningslivet. LSU uppger att projektet Makten är din! kommer att leva vidare i organisationens arbete att lyfta svenska ungdomars perspektiv på EU-nivå och att man fortsätter att lyfta projektets erfarenheter och resultat i dialog med politiker på alla nivåer.

Flera projekt nämner att de hoppas kunna fortsätta arbeta med demokrati-frågor i sin ordinarie verksamhet, och bygga vidare på den kunskap och erfarenhet, samt de nätverk som byggts upp under projektets gång. Studieförbundet Vuxenskolan Stockholm framhåller bland annat betydelsen av att de hittat nya samarbeten som organisationen kan fortsätta utveckla och där man diskuterat att arrangera samtal och dialog även under mellanvalsåren. En aktuell fråga man säger sig vilja bygga vidare på är att anordna demokratisamtal mellan unga i förorten och unga i innerstaden. Skåne Stadsmission berättar att de kontinuerligt arbetar för att skapa delaktighet och egenmakt bland sina deltagare och man skriver att ”frågor som rör demokrati, politik och delaktighet kommer därför alltid vara centrala i vårt arbete och ambitionen är att inkludera samtal om detta i våra ordinarie verksamheter”.

Reflektioner och slutsatser

Det är svårt att avgöra hur stor roll ett enskilt projekt har spelat för att höja valdeltagandet i ett visst område. Dock kan vi dra slutsatsen att projekten har haft en positiv inverkan på valdeltagandet, inte minst på grund av att de har varit framgångsrika i att nå ut till ett stort antal människor med information om valet och vikten av att rösta.

Vidare kan vi se att organisationer och aktörer i det civila samhället har spelat en nyckelroll i att engagera målgrupper som annars är svåra att nå. De har genom sin lokala förankring och kännedom om målgruppen kunnat bygga förtroende hos målgruppen, anpassa aktiviteterna utifrån målgruppens förutsättningar och verka i en miljö där målgruppen känner sig trygga. Flera kommuner uppger att samarbetet med lokala föreningar, alternativt valambassadörer aktiva i föreningslivet, har gett projekten legitimitet och inneburit att de har nått människor som de annars inte hade nått.

Alla projekt understryker att samverka med andra aktörer som arbetar för att höja valdeltagandet har stärkt projekten och varit viktigt för att kunna nå ut till många människor. De projekt som har haft en bred samverkan verkar också ha lyckats bäst.

Projekten för att höja valdeltagandet verkar ha haft stor betydelse på individnivå.

Projekten har arbetat mycket med att göra valet mer tillgängligt, och att få målgruppen att känna sig mer delaktig, genom metoder som valambassadörer med lokal förankring, flerspråkig information, uppsökande verksamhet och ett inkluderande arbetssätt. Projekten vittnar om att människor som inte tidigare har röstat genom projekten har fått kunskap om att de får rösta, hur de gör för att rösta och framför allt att deras röst har betydelse och gör skillnad.

Projekten upplever vidare att målgruppen genom insatserna har fått ökad kunskap och fler verktyg för politisk delaktighet vilket haft betydelse för självförtroendet och det personliga engagemanget. Projekten tycks även ha väckt ett ökat intresse hos målgruppen för politik och demokratifrågor. Möten med politiker har även minskat avståndet till politiken. Politiker har på detta sätt även fått bättre kunskap om målgruppens situation och vilka frågor som är viktiga för dem.

Projektens redogörelser visar tydligt att satsningar inför valen är betydelsefulla för att höja målgruppernas kunskap om valet och motivera fler till att rösta, men också att det finns behov av ett mer kontinuerligt och långsiktigt stöd. Flera projekt understryker att demokratisk delaktighet handlar om mer än att bara rösta vart femte år i Europaparlamentsvalet och att det är viktigt att diskutera frågor som gäller demokrati och politik kopplat till EU även mellan valen. Projekten vittnar om att bristen på tid, kontinuitet och resurser har utgjort ett hinder för att kunna möta det stora behovet som finns hos målgruppen.

Kunskapsnivån vad gäller demokratifrågor i allmänhet och till EU-frågor i synnerhet har ofta varit lägre än förväntat hos målgruppen vilket har krävt upprepade informationsinsatser. Insatserna har väckt intresse för frågorna hos målgruppen men det finns ett fortsatt stort behov av att stärka människors självförtroende och förändra attityder. Enligt Delegationen mot segregations rapport

En demokrati för alla? visar en sammanfattning av resultaten att ”valdeltagande, engagemang i civilsamhället, faktisk kunskap samt tillit till andra människor är lägre bland boende i områden med socioekonomiska utmaningar jämfört med andra områden och i riket som helhet. [...] Jämfört med riket i stort och områden utan socioekonomiska utmaningar är boende i områden med socioekonomiska utmaningar mindre intresserade av politik, de deltar i lägre utsträckning i politiska diskussioner, de har en lägre politisk självförtroende och mindre förtroende för samhällsinstitutioner. Boende i dessa områden känner sig i lägre utsträckning behövda och delaktiga jämfört med boende i områden utan socioekonomiska utmaningar och riket i stort”. Vidare visar studier gjorda av forskare vid Göteborgs universitet att drygt 30 procent av den svenska befolkningen i åldern 16 till 85 år kan beskrivas som ”politiskt alienerade” det vill säga att de har både lågt politiskt intresse och lågt politiskt förtroende (Oskarson 2018). Det tar tid att bygga förtroende och tillit hos målgrupper som känner sig svikna av samhället, upplever sig stå långt ifrån politiken och känner att deras röst inte spelar någon roll. Många kommuner och organisationer uttrycker att de har fått värdefull kunskap om hur de kan arbeta med att främja valdeltagande, och att de skulle vilja fortsätta arbeta med demokratifrågor mer långsiktigt.

I det budgetunderlag som MUCF har lämnat till regeringen avseende år 2021 till 2023 understryker myndigheten vikten av demokratifrämjande uppdrag som förstärker positiva strömningar i samhället genom att stimulera initiativ som leder till ökad demokratisk delaktighet. Budgetunderlaget lyfter särskilt vikten av att fortsätta stärka ungas valdeltagande samt intresse och tilltro till det demokratiska systemet genom skolval, demokratiarbete för skolledare och ett brett demokratifrämjande statsbidrag (MUCF 2020). Denna utvärdering stärker myndighetens uppfattning att statsbidrag kan göra skillnad när det gäller att nå nya målgrupper, främja människors delaktighet i demokratin och höja valdeltagandet, men framför allt att det finns behov av ett mer långsiktigt och ihållande demokratifrämjande arbete även mellan valen där kommunala aktörer och ideella föreningar spelar en viktig roll. MUCF ser därför positivt på att både det statsbidrag för åtgärder som stärker demokratin och det breda kunskapsuppdrag som myndigheten fick i början av 2020 tillsammans kommer spela en viktig roll i att bidra till att främja ungas förutsättningar att delta i demokratin och dess beslutsprocesser.

Myndighetens bedömning

Utifrån rapportens slutsatser bedömer myndigheten att

- insatserna för att höja valdeltagandet har bidragit till bättre kunskap och förutsättningar för målgrupperna att använda sin demokratiska röst
- valambassadörer och det lokala föreningslivet spelar en viktig roll när det gäller att öka tilliten till demokratin och minska avståndet till politiken, tack vare sitt förtroende hos målgruppen och sin möjlighet att nå grupper som är svåra att nå
- kommuner och lokala föreningars kunskap, kompetenser, nätverk och resurser på ett bra sätt kompletterar varandra och att de genom samverkan kan bidra till ökad demokratisk delaktighet i samhället
- aktörerna som fått del av det ekonomiska stödet har bidragit till att öka kunskapen och förbättrat förutsättningarna för målgrupperna att använda sin rösträtt och delta i den demokratiska processen. För att uppnå ett mer stadigvarande resultat i form av ökat valdeltagande och ökad tilltro till den demokratiska processen krävs mer kontinuerliga och långsiktiga satsningar.

Referenser

MUCF (2015). *Varje röst är viktig – Så fördelades stödet för ökat valdeltagande SUPERVALÅRET 2014*. Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor.

MUCF (2019). *Röster för ett jämlikt valdeltagande – Återrapportering av MUCF:s bidrag till projekt för ökat valdeltagande i de allmänna valen 2018*. Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor.

MUCF (2020). *Budgetunderlag 2021–2023*. Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor. Beslutsdatum 2020-02-27, dnr 0461/20.

Delegationen mot segregation – *En demokrati för alla? - Deltagandet i demokratin bland boende i områden med socioekonomiska utmaningar jämfört med andra*.

NOA (2017). Utsatta områden - Social ordning, kriminell struktur och utmaningar för polisen. Nationella operativa avdelningen.

https://polisen.se/siteassets/dokument/ovriga_rapporter/utsatta-omraden-social-ordning-kriminell-struktur-och-utmaningar-for-polisen-2017.pdf

Oskarson, Maria (2017), Äh, vem bryr sig om politik? Integrerade, skeptiska, lojala och alienerade i den svenska politiken. I: Ulrika Andersson m.fl. (red.), *Sprickor i fasaden 2017*. SOM-institutet. Ale Tryckteam, Bohus, 2018. S. 149–160.

Regeringsbeslut (2017). Uppdrag till Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor att genomföra förberedelser av fördelning av stöd i samband med de allmänna valen 2018 och Europaparlamentsvalet 2019. Kulturdepartementet, I:11, Ku2017/02115/D, 2017-10-12.

Regeringsbeslut (2018). *Regleringsbrev för budgetåret 2019 avseende Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor*. Utbildningsdepartementet, Regeringsbeslut II:4 U2018/04397/UF U2018/04740/UF (delvis) U2018/04765/UF, 2018-12-20.

Regeringsbeslut (2018). Uppdrag till Statistiska centralbyrån att utföra en studie om valdeltagandet i de allmänna valen 2018 och det svenska valdeltagandet i Europaparlamentsvalet 2019. Kulturdepartementet, I:8, Ku2018/00101/D, 2018-01-25.

Regeringsbeslut (2020). Uppdrag till Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor att främja ungas förutsättningar att delta i demokratin. Kulturdepartementet, Ku2020/00497/MD, 2020-03-12.

Regeringskansliet (2018). Strategi för en stark demokrati – främja, förankra, försvara. Artikel nr: Ku18:02.

<https://www.regeringen.se/49f2a8/contentassets/64308b0cc8a14ddb8532ff541369c602/strategi-for-en-stark-demokrati---framja-forankra-forsvara.pdf>

Statistiska Centralbyrån. *Deltagandet i de allmänna valen 2018*. https://scb.se/contentassets/6d0a96c916144051a5cb1f8b372fe80f/me0105_2018a01_br_me08br1901.pdf

Statistiska centralbyrån (2019) *Deltagandet i EU-valet ökar i Sverige*
Statistiknyhet från SCB 2019-07-04 9.30
<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/demokrati/allmanna-val/europaparlamentsval-valresultat/pong/statistiknyhet/europaparlamentsval-2019-valresultat/>
Inhämtat 2020-02-04

Bilagor

Bilaga 1: Städer och områden där projekten genomfördes 2019

Organisation	Stad/Områden
ASOV Stockholm	Storstockholm (ett 20-tal förorter med hög andel utrikes födda) + Sundsvall/Sidsjön, Göteborg (Frölunda och Angered), Uppsala/Gottsunda, Sandviken/Gävle, Timrå/Tallnäs, Linköping/Skäggetorp, Norrköping/Hageby och Luleå, Gällivare samt Gotland
Borås stad stadsledningskontoret	Borås/Hulta, Sjöbo, Norrby och Hässleholmen
Göteborgs stad, SDF Östra Göteborg	Bergsjön samt andra delar av Östra Göteborg
Hässleholms kommun	Hässleholm, Bromölla, Hörby, Höör, Kristianstad, Osby, Östra Göinge, Perstorp, Älmhult
Jönköpings kommun	Österängen och Öxnehaga
LSU, Sveriges ungdomsorganisationer	Stockholm/Järva, Luleå, Sundsvall, Borås, Göteborg, Malmö
Romer kultur, fritid, kunskap och tolerans (RKFKT)	Stockholm
SIOS	Norra Botkyrka
Skåne Stadsmission	Malmö, Kristianstad
Skärholmens stadsdelsförvaltning	Skärholmen
Studieförbundet Vuxenskolan Stockholm	Skärholmen, Bredäng, Vårberg, Sättra, Rinkeby, Stockholm, Tyresö, Lidingö
Uppsala kommun, KLK	Gottsunda/Valsätra, Stenhagen, Sävja och Gränby
Vetlanda kommun KLF	Vetlanda, Sävsjö, Eksjö, Nässjö, Aneby, Tranås

Bilaga 2: Projektens uppskattning av antal personer som har nåtts av projektens verksamhet

Organisation	Projektnamn	Antal personer
ASOV Stockholm	Min röst i EU valet	2003
Borås stad stadsledningskontoret	Öka valdeltagandet i EU-valet #klartjagskarrösta	60000
Göteborgs stad, SDF Östra Göteborg	Valstärkande i Bergsjön-Europaparlamentsvalet 2019	3400
Hässleholms kommun	Nordöstra Skåne röstar 2.0	1876
Jönköpings kommun	Dags för EU Tjafs!	340
LSU, Sveriges ungdomsorganisationer	Makten är din!	135
Romer kultur, fritid, kunskap och tolerans (RKFKT)	Romernas röst-i valet	64
SIOS	Höj din röst-Norra B: EU 2019	27500
Skåne Stadsmission	Europavalåret 2019	200
Skärholmens stadsdelsförvaltning	Skärholmen röstar I EU-valet!	100
Studieförbundet Vuxenskolan Stockholm	Min röst hörs i Bryssel	270
Uppsala kommun, KLK	Din rösträtt i EU-valet	3400
Vetlanda kommun, KLF	Jag röstar! - Ökat valdeltagande på Höglandet	10000
	Total	109288