



26. juni 2018

Sagsnr.
2018-0137400Dokumentnr.
2018-0137400-5Sagsbehandler
Linnéa Künzel**Stemmeprocenter og valgdeltagelsesinitiativer**

Notatet redegør for henholdsvis stemmeprocenten i Københavns Kommune og hidtidige valgdeltagelsesinitiativer.

Stemmeprocent i Københavns Kommune

Københavns Kommune har 50 valgsteder med meget stor variation i stemmeprocenten. Ved kommunal- og regionalvalget 2017 havde Øster Farimagsgades Skole den højeste stemmeprocent med 72,3 %, og Tingbjerg Skole havde den laveste med 39,9 %. De to valgsteder havde også den højeste og laveste stemmeprocent ved Europa-Parlamentsvalget 2014 og Folketingsvalget 2015.

Ved kommunal- og regionalvalget 2017 havde 17 valgsteder en valgdeltagelse under 60 %. Ved Europa-Parlamentsvalget 2014 havde 16 ud af de 17 samme valgsteder også den laveste stemmeprocent.

Tabel 1: Valgsteder med en valgdeltagelse under 60 procent ved kommunal- og regionalvalget 2017

Afstemningsområde	Stemmeprocent 2017
8. Sydøst, Sankt Annæ Gymnasium	59,0
6. Nord, Holbergskolen	58,7
4. Sundbyøster, Sundbyøster Idrætsanlæg Hal 1	58,2
4. Nord, Skolen på Amagerbro (Sønderbro)	58,2
2. Sundbyvester, Sundby Idrætspark Hal 3	58,0
6. Øst, Lundehusskolen	57,3
2. Nord, Amager Fælled Skole	57,2
9. Syd, Ellebjerg Skole	56,9
6. Syd, Nørrebrohallen	55,4
2. Syd, Ørestad Skole	54,2
9. Midt, Bavnehøj Skole	54,2
8. Vest, Lykkebo Hallen	53,2
6. Bispebjerg, Tagensbo Skole	52,9
8. Syd, Kirsebærhavens Skole	52,9
3. Indre By, Rådhushallen*	52,7
7. Vest, Energicenter Voldparken	52,4
7. Nord, Tingbjerg Skole	39,9

*Vælgere, som er stemmeberettigede i Københavns Kommune men ikke har en adresse, stemmer på Rådhuset. Denne gruppe vælgere trækker stemmeprocenten ned.

Presse og RådhusKøbenhavns Rådhus, Rådhuspladsen
|
1599 København VEAN nummer
5798009780515

Valgdeltagelsesinitiativer i Københavns Kommune

Siden 2011 har Københavns Kommune arbejdet med følgende valgdeltagelsesinitiativer:

- *Folketingsvalget 2011:* Forsøg med mobilt brevstemmecenter på Københavns Hovedbanegård. Mange stemte, men det var hovedsageligt stemmer til andre kommuner.
- *Kommunalvalget 2013:* KL lancerede kampagnen ”Tænk dig om før du ikke stemmer”, hvor et stort banner bl.a. blev ophængt på rådhuset. Kampagnen ”Brug stemmen” blev igangsat og havde til formål at øge valgdeltagelsen blandt unge bl.a. gennem et demokratispil, og i områder med lav valgdeltagelse bl.a. gennem netværk og foreninger i lokalområderne samt etablering af en brevstemmebus. Kampagnen blev gennemført af 11 demokratikonsulenter i løntilskud. Facebook blev anvendt.
- *Folketingsvalget 2015:* Kampagnen ”Demokratispejderne”, som via eksisterende netværk skulle gøre valget og demokratiet mere nærværende for borgerne, herunder målrettet informationsmateriale i de områder med lavest valgdeltagelse, udarbejdelse af flyers etc. til ophængning i opgange m.m. og brug af lokale ambassadører herunder bydelsmødrene og andre lokalt forankrede institutioner og frivillige. Facebook blev anvendt.



Illustration fra Demokratispejderne ved Folketingsvalget 2015

- *Folkeafstemningen 2015:* Kampagnen og initiativerne fra folketingsvalget blev anvendt og videreudbygget bl.a. med fællesspisning (”valgflæsk på nye måder”), dialogmøder og vejledningspjecer på andre sprog. Der blev anvendt Snapchat, Twitter og Facebook.

- *Kommunal- og regionalvalget 2017*: KL's kampagne "Tænk dig om før du ikke stemmer" blev bl.a. ophængt på byens plakatstandere. Der blev udsendt sms'er til vælgerne dagen før valget. I samarbejde med P3 blev der afholdt et brevstemmearrangement i DR-Byen den sidste brevstemmedag. International House afholdt et valgarrangement for udlændinge bosat i kommunen, og deres evaluering viste, at deltagerne havde fået udbytte af arrangementet. En gruppe studerende fra Journalisthøjskolen udarbejdede forslag til projekter for at øge valgdeltagelsen bl.a. i Tingbjerg. Kommunen var meget aktiv på de sociale medier, hvortil der bl.a. blev produceret små valgfilm.



Valgfilm til rekruttering af tilforordnede ved kommunal- og regionalvalget 2017. Valgfilmen havde en rækkevidde på 143.000 personer.



Vælgere kunne dele dette billede på Facebook, når de havde stemt. Kampagnen havde en rækkevidde på 69.830 personer.

Valgdeltagelsesinitiativer i andre kommuner

Ved kommunal- og regionalvalget 2013 iværksatte Odense Kommune en kampagne, som indebar ophængning af plakater og uddeling af flyers i boligområdet Bolbro. Kampagnen indgik i Københavns Universitets analyse af valgdeltagelsesinitiativer. Analysen viste, at kampagnen havde en meget stor effekt blandt nydanskere med en anslået stigning i valgdeltagelsen på 14,4 procent.

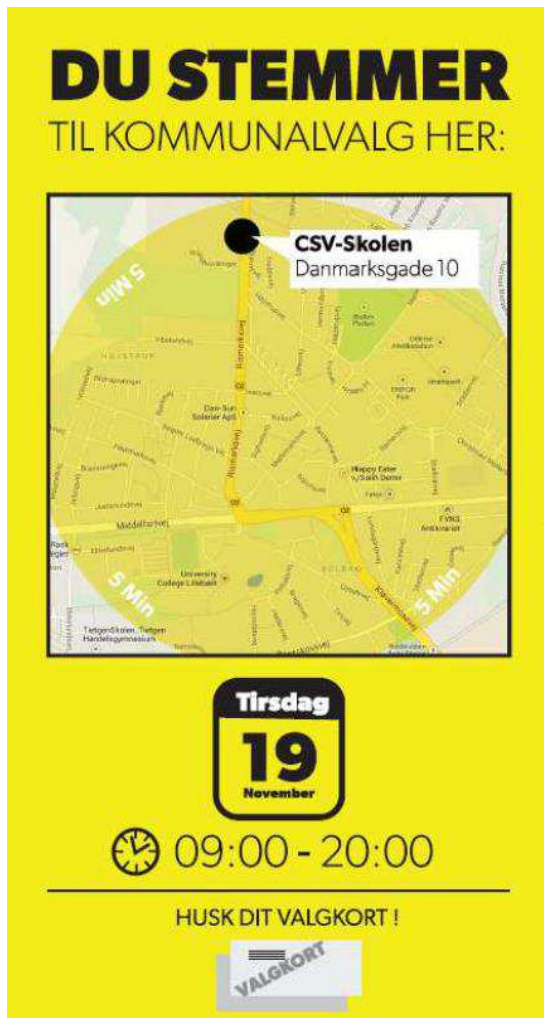


Illustration fra Odense Kommunes kampagne i 2013