



UTVÄRDERING AV VALSTÄRKANDE INSATSER 2022
GÖTEBORGS STAD



OM UNDERSÖKNINGEN

BAKGRUND OCH SYFTE

Göteborgs Stad har genomfört riktade insatser i områden i Göteborg där valdeltagandet historiskt varit lågt. Syftet med insatserna var att få upp valdeltagandet i valet den 11 september 2022. Insatserna bestod bland annat av valinformatörer, affischer och flyers till invånarna i stadsdelarna, Angered, Bergsjön/Kortedala, Tynnered/Frölunda Torg, Biskopsgården, Backa/Brunnsbo/Skälltorp/Norumshöjd och Lundby/Rambergssstaden/Fyrklöversområdet samt Tynnered/Frölunda Torg.

Syftet med undersökningen är att utreda och kartlägga om invånarna uppmärksammat insatserna och i vilken grad dessa har haft effekt.

GENOMFÖRANDE

Totalt har 2 500 intervjuer genomförts.

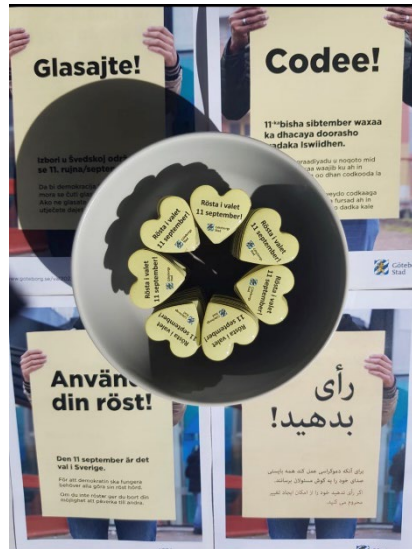
Målgruppen är personer, 18 år eller äldre som bor i de aktuella områdena

Personliga intervjuer, face2face, har genomförts på plats i de olika områden. Vid intervjutillfället visades kampanjens olika delar upp för respondenten.

Enkäten fanns på svenska, engelska, arabiska, somaliska, turkiska och persiska. Intervjuer har genomförts på språken ovan.

Intervjuarbetet genomfördes under perioden 12 september - 12 oktober 2022.

BILDER FRÅN KAMPANJEN



RESULTAT I KORTHET (1 av 2)

OBSVÄRDE

50% har sett något av Göteborgs Stads informationskampanj för att öka valdeltagandet i de aktuella områdena. Högst värde noterade vi i Bergsjön/Kortedala (57%) och lägst noterade i Lundby/Rambergstaden/Fyrklövern, Angered och Backa/Brunnsbo/Skälltorp/Norumshöjd (43-45%)

Det är fler med annat modersmål än svenska som har sett kampanjen, 53% jämfört med 41%. Ingen skillnad mellan könen. Vi noterade högst obsvärde (hur många som sett något av kampanjen) bland de mellan 30-59 år och lägst bland de över 70 år.

De kanaler som har nått ut allra bäst till förstagångsväljarna är valambassadörer och affischer. Den kanal som har tydligast skillnad i räckvidd mellan olika åldersgrupper är information på sociala medier, där observationen minskar i takt med stigande ålder.

Andelen som har pratat med någon av valambassadörerna är betydligt mycket högre bland personer med annat modersmål än svenska, 16% jämfört med 5%.

Valambassadörerna har pratat med störst andel av invånarna i Bergsjön/Kortedala och Biskopsgården, där ca 17% har pratat med någon av valambassadörerna. Motsvarande i Angered är 13% och i övriga områden ligger värdet på ca 10%. Andelen som har lagt märke till valambassadörerna överhuvudtaget, oavsett om man har haft någon kontakt eller ej, ligger på ca 40% i Bergsjön/Kortedala, Biskopsgården och Tynnered/Frölunda Torg. Lägst är värdet i Lundby/Rambergstaden/Fyrklövern (29%).

Utöver svenska är de vanligaste språken som man har talat med valambassadörerna på somaliska och arabiska. Så gott som samtliga (95%) tyckte att det var lätt att få kontakt med valambassadörerna.

RESULTAT I KORTHET (2 av 2)

KAMPANJENS PÅVERKAN

4% av hela målgruppen, dvs boende i de områden som ingår i undersökningen, svarade att de röstade tack vare kampanjen. Av de som pratat med någon valinformatör uppgav hela 27% att de röstade tack vare samtalet med valinformatören. Det är förstagångsväljarna som i allra högst grad har påverkats av mötet, 9% i denna grupp svarar att de inte skulle ha röstat annars. I övriga åldersgrupper ligger motsvarande andel på ca 4%.

NYTTAN MED KAMPANJEN

Bland personer som har sett något av kampanjen tror 62% att den gör nytta för att öka valdeltagandet och sprida kunskap om vad som händer i området. Bland de som inte har sett något av kampanjen (men fått höra om den vid intervjutillfället) tror 30% att den gör nytta.

SKÅL TILL ATT INTE RÖSTA

De främsta skälen till att man inte röstade i valet var att man inte var tillräckligt insatt, hann inte/hade förhinder, att man inte litar på politiker och att man inte visste vilket parti man skulle rösta på

SAMMANFATTNINGSVIS

Sammanfattningsvis har kampanjen fungerat bra och har nått ut till hälften av invånarna i de aktuella områdena och fått mellan 4% av de som annars inte skulle ha röstat att rösta i valet. Bland de som pratat med någon valambassadör uppger drygt 1/4 att de röstade tack vare mötet.

Kombinationen av valambassadörer och information i olika kanaler är positiv. Bland de som endast har sett antingen det ena eller det andra, dvs antingen enbart valambassadörer eller enbart annan information, tror ca 55% att kampanjen gör nytta för att öka valdeltagandet och sprida information. Bland de som har sett båda delarna, alltså både valambassadörer och annan information är andelen som tror att kampanjen gör nytta 69%.

Några reflektioner som har dykt upp i samband med intervjuerna är bland annat att personer slängt sina röstkort då de inte uppfattat att det var ett röstkort utan trott att det var reklam. Kanske bör det stå information på flera språk utanpå röstkortet för att alla ska förstå vad det innehåller.

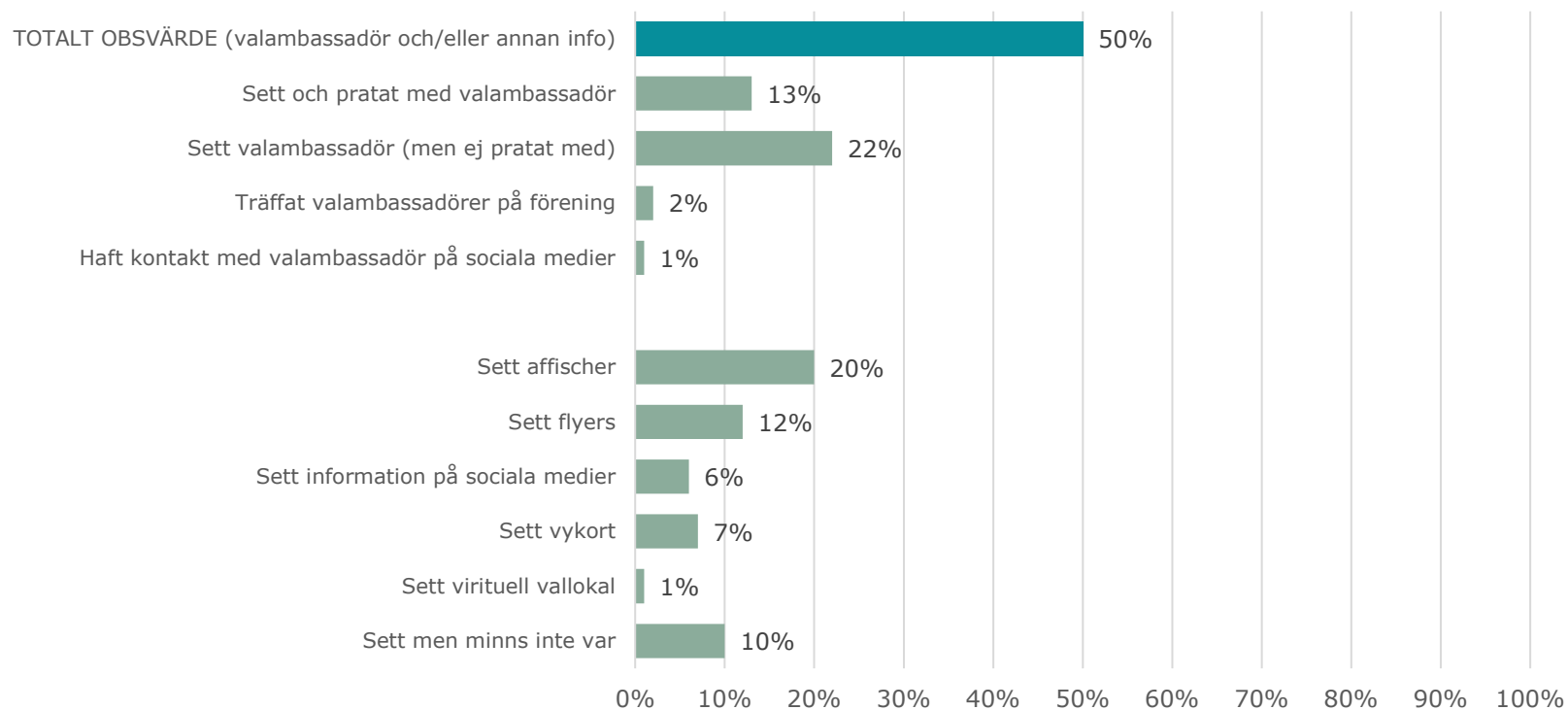
En annan reflektion är att då ca 13% av de som inte röstade anger att man inte var hemma/jobade/inte hann som skäl till varför man inte röstade, tyder på att det saknas kunskap om förtidsröstning. Detta kan vara bra att tänka på inför nästa vals informationskampanj.

Vi har även hört om svårigheter vid själva röstningen då man inte förstått att man enbart kan rösta på ett parti utan trott sig vara tvungen att sätta ett kryss för person och att man har blandat ihop Socialdemokraterna med Sverigedemokraterna.

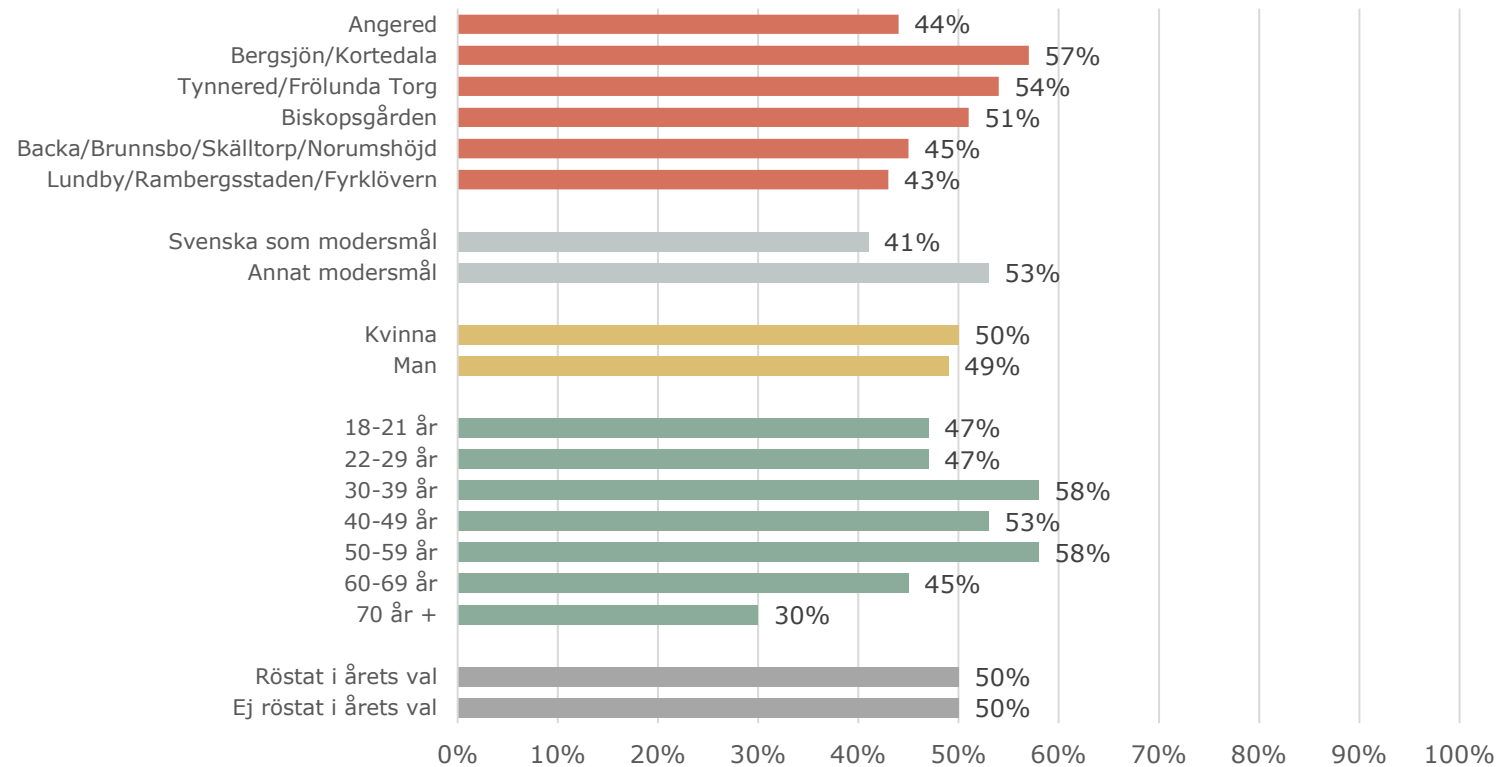
RESULTAT

1.

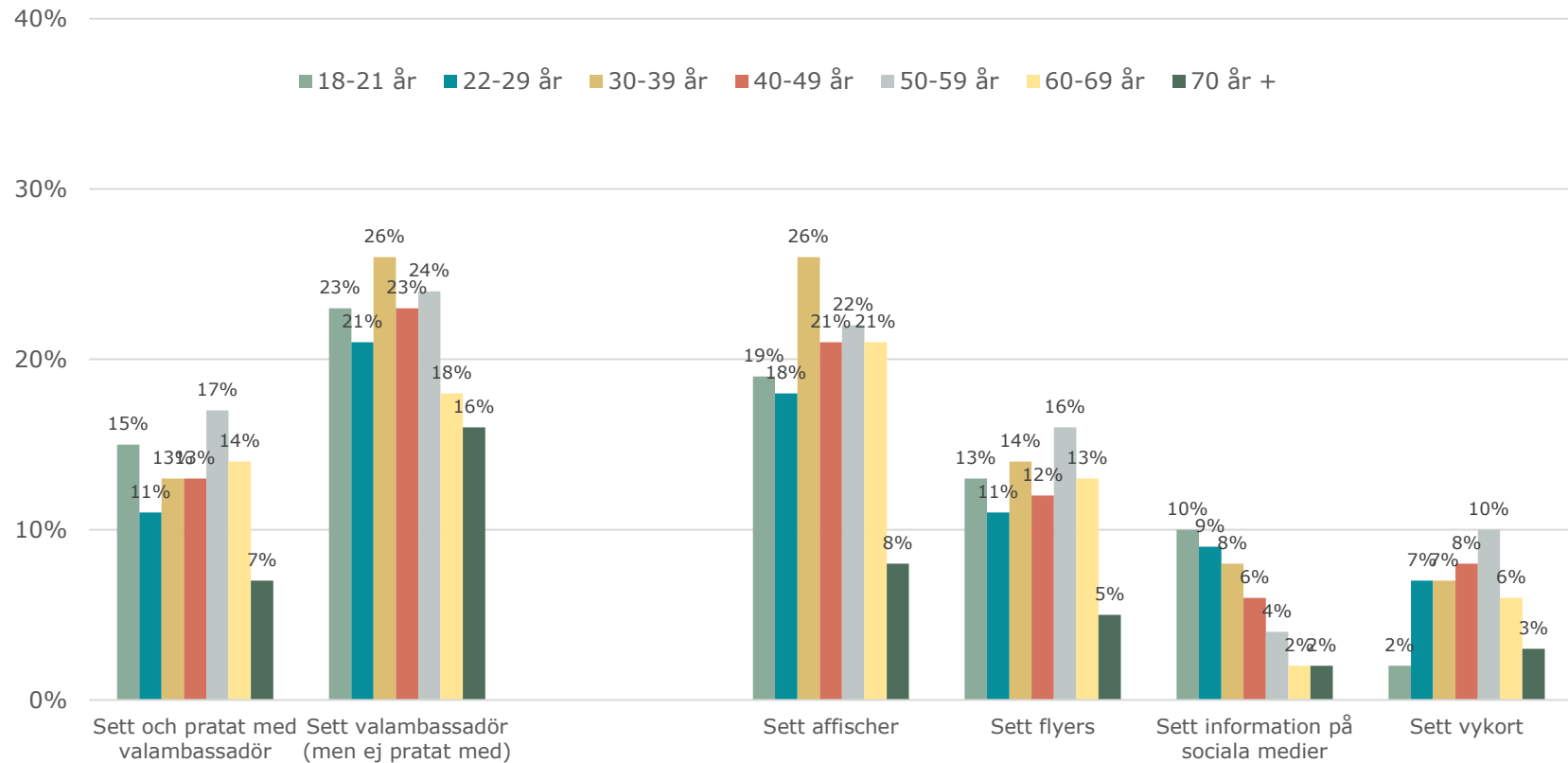
KAMPANJENS OBSVÄRDE



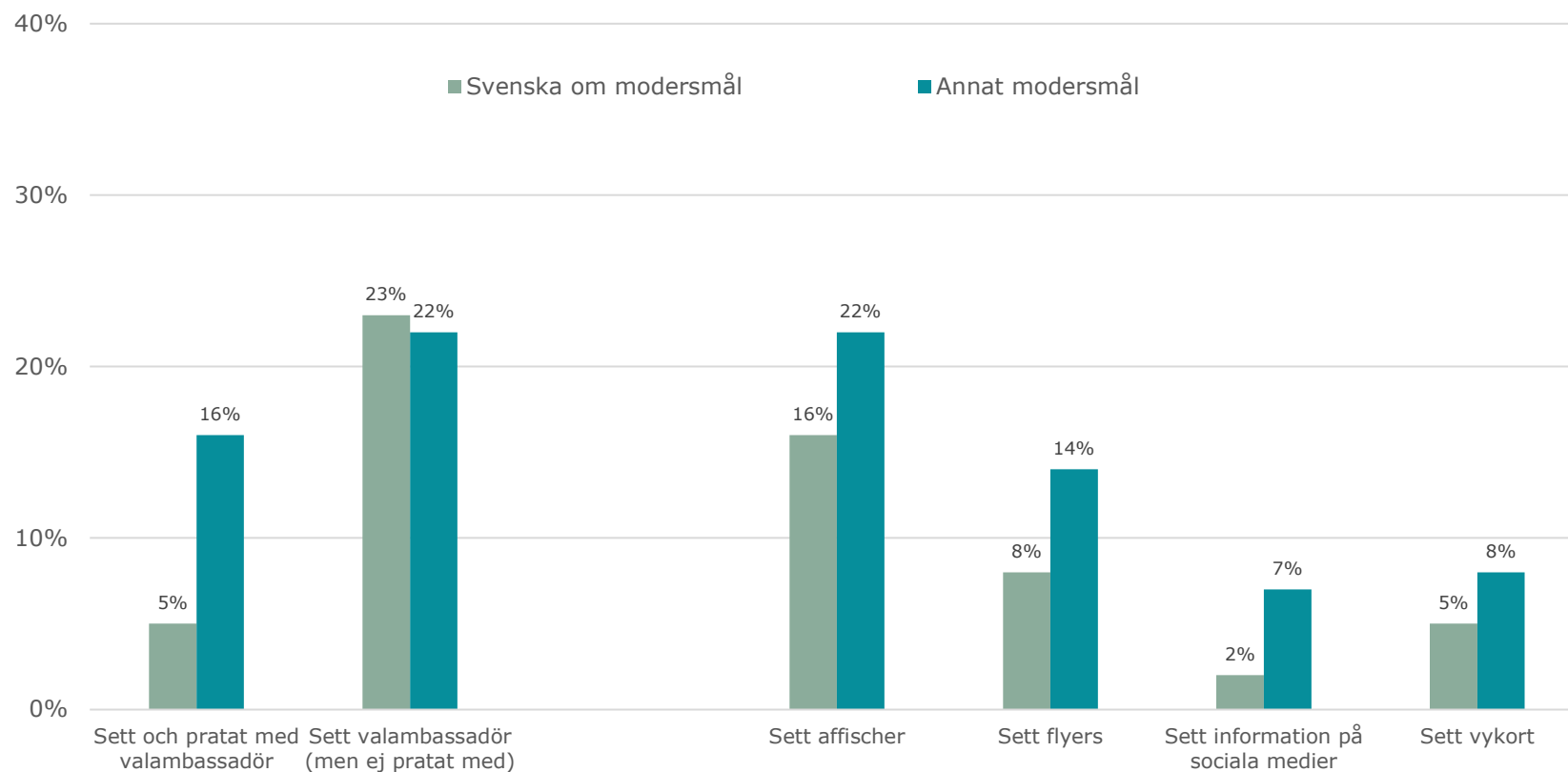
KAMPANJENS TOTALA OBSVÄRDE I OLIKA GRUPPER



OBSVÄRDE I OLIKA KANALER - ÅLDER

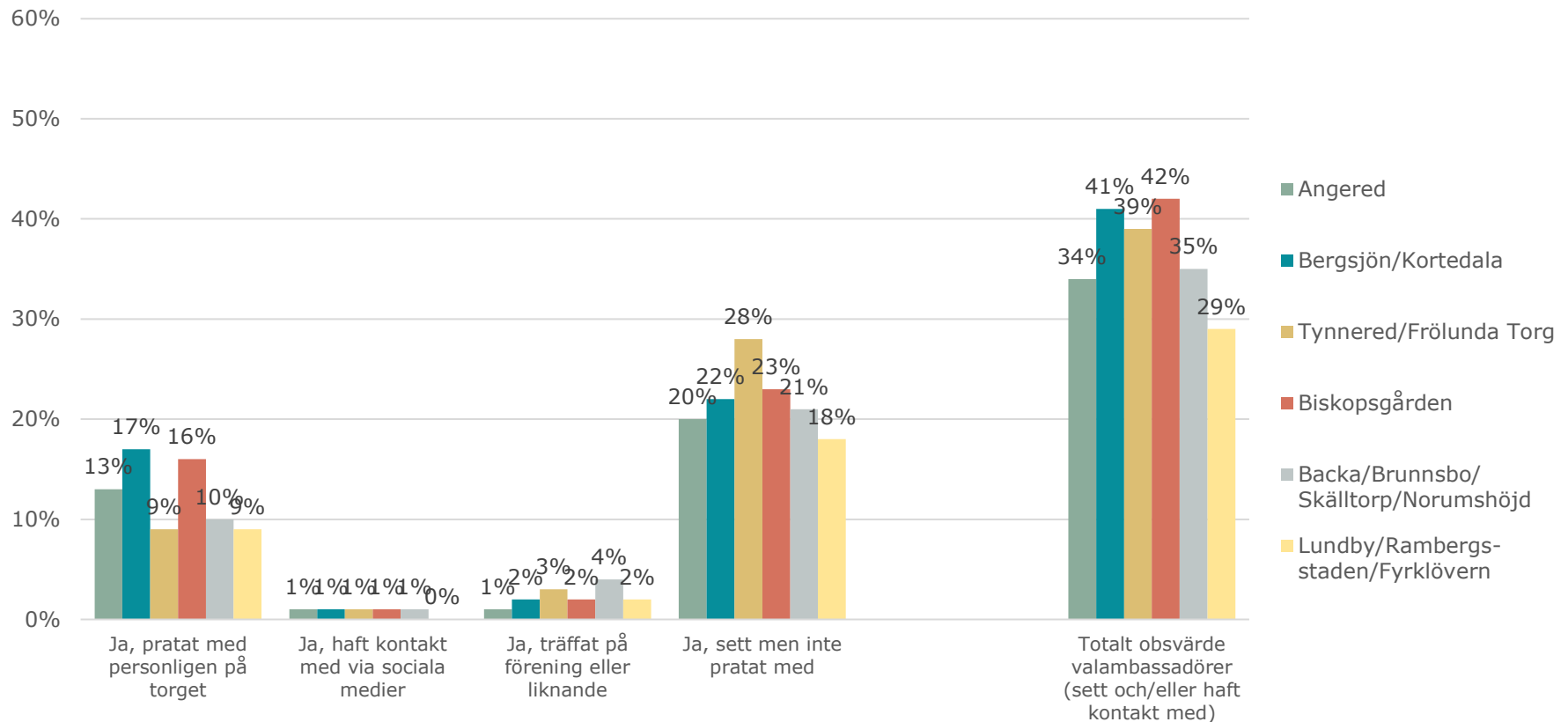


OBSVÄRDE I OLIKA KANALER - MODERSMÅL



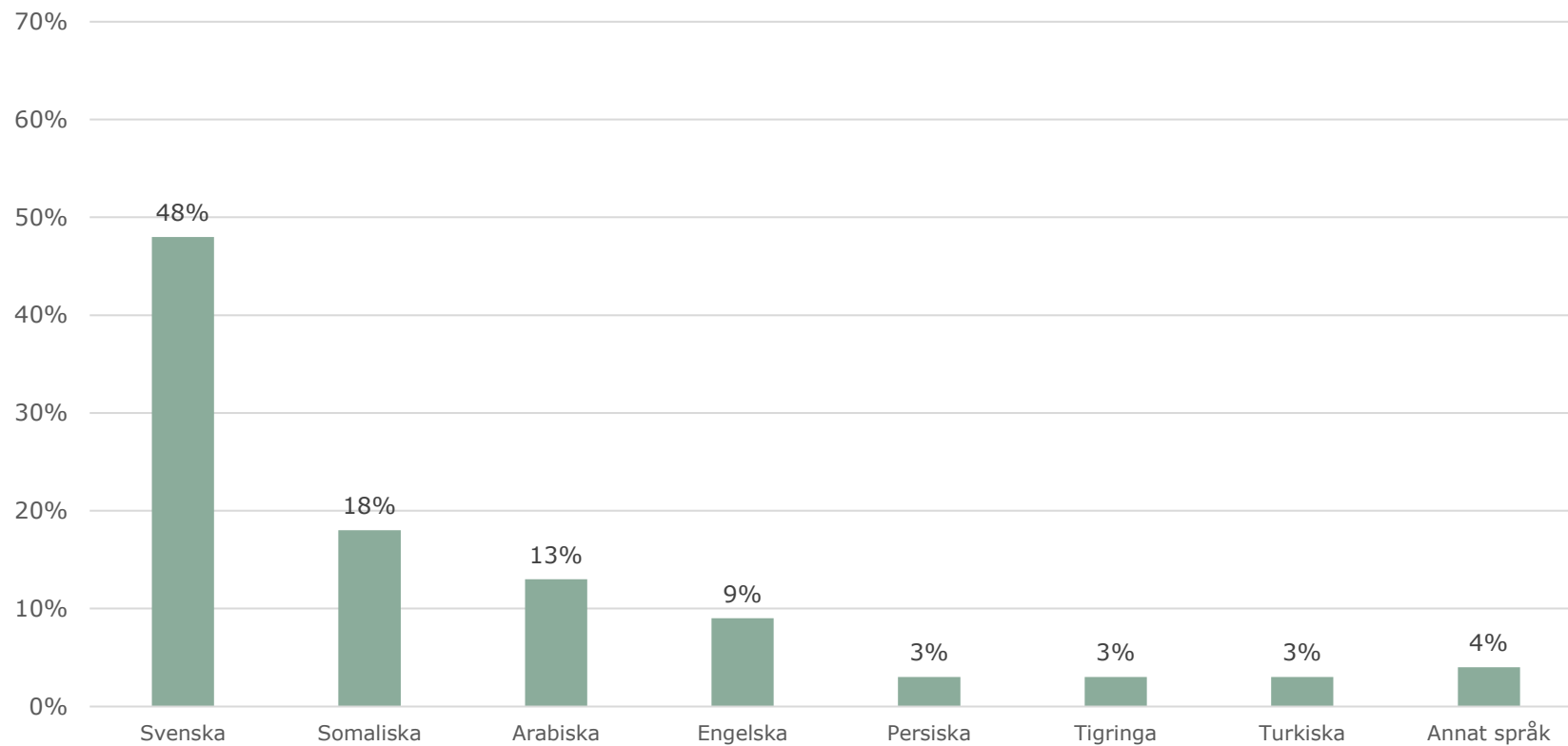
VALAMBASSADÖRER

(Visa bilder på valambassadörer "in action") Har du sett eller pratat med någon valambassadör under 2022, dvs en person från kommunen som talar med människor här i området som informerar om valet och händelser i området?



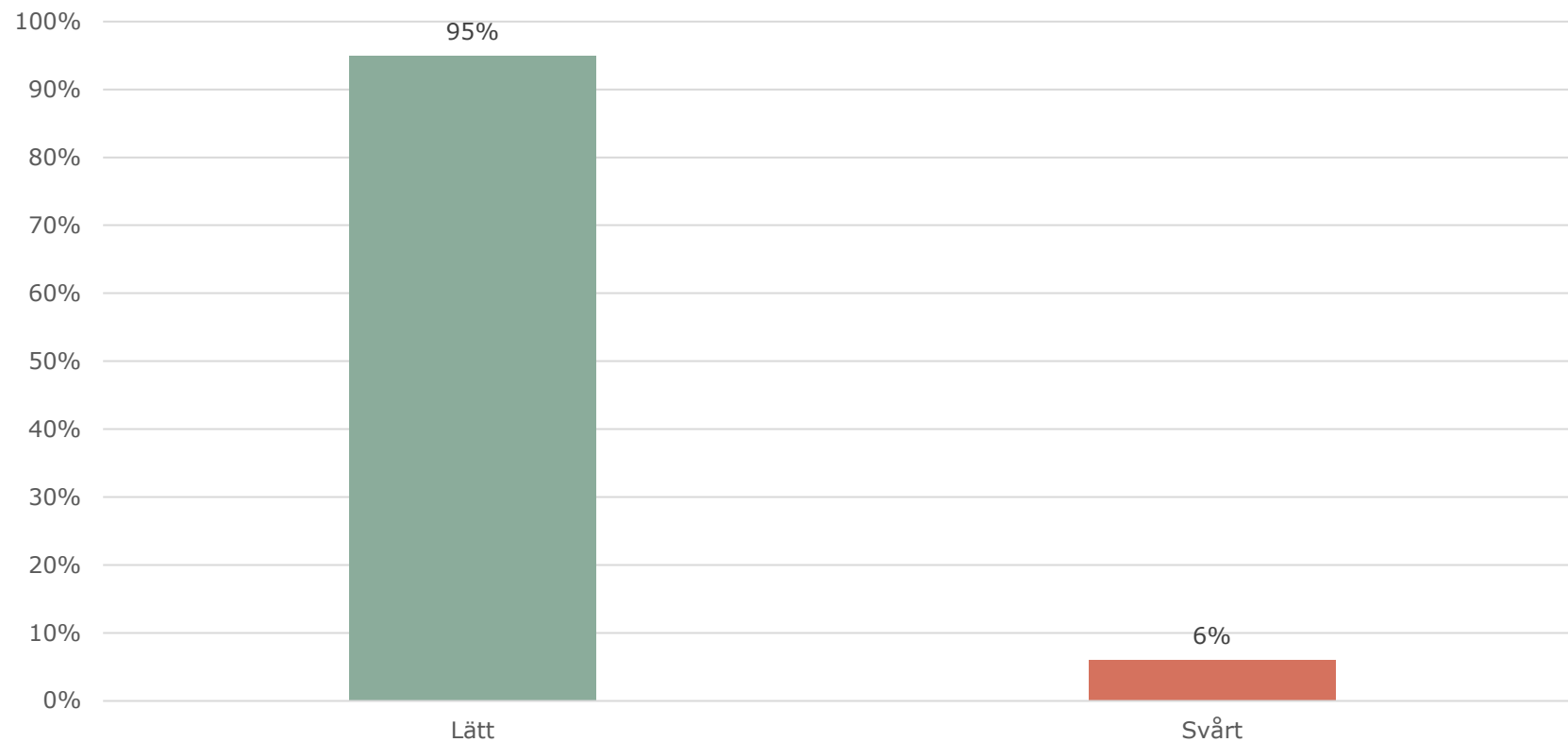
VALAMBASSADÖRER – SPRÅK

(Om talat med valambassadör) Vilket språk pratade ni på?



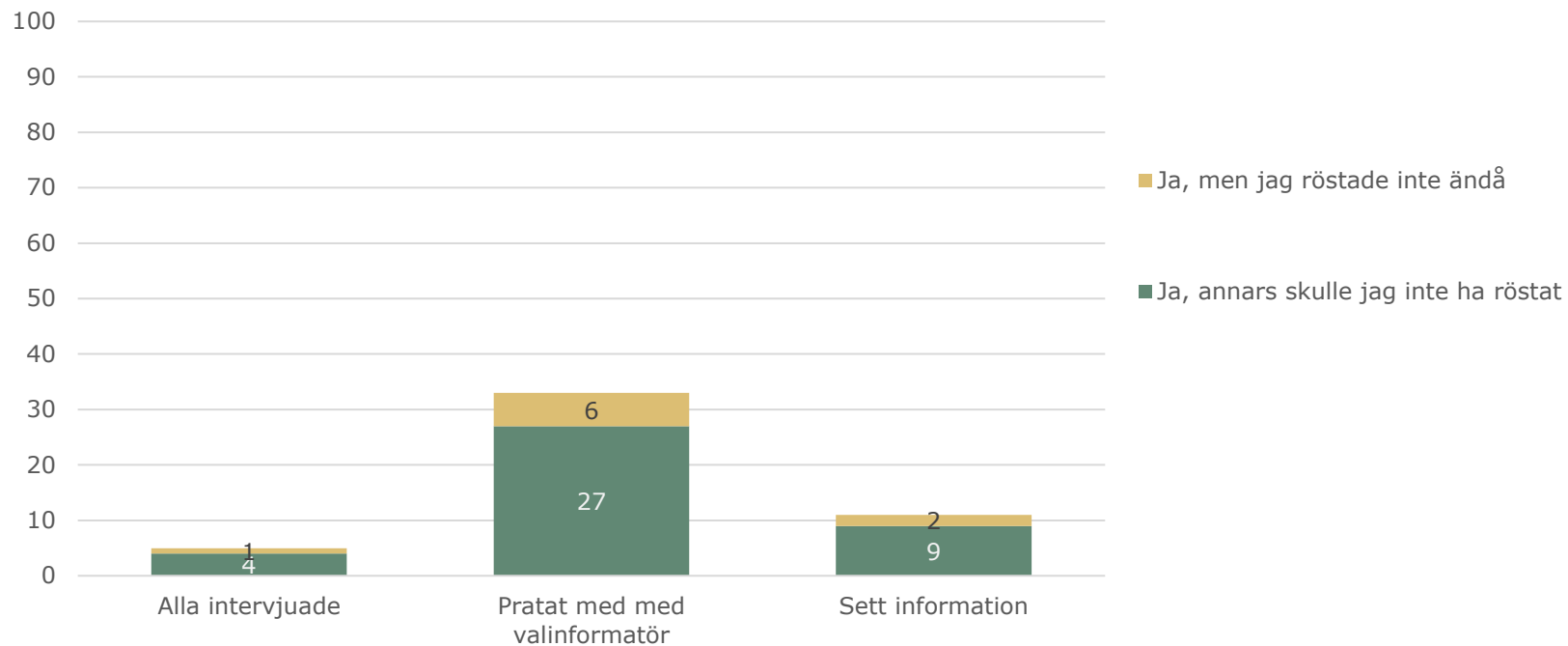
KONTAKT

Var det lätt eller svårt att få kontakt med valambassadörerna?



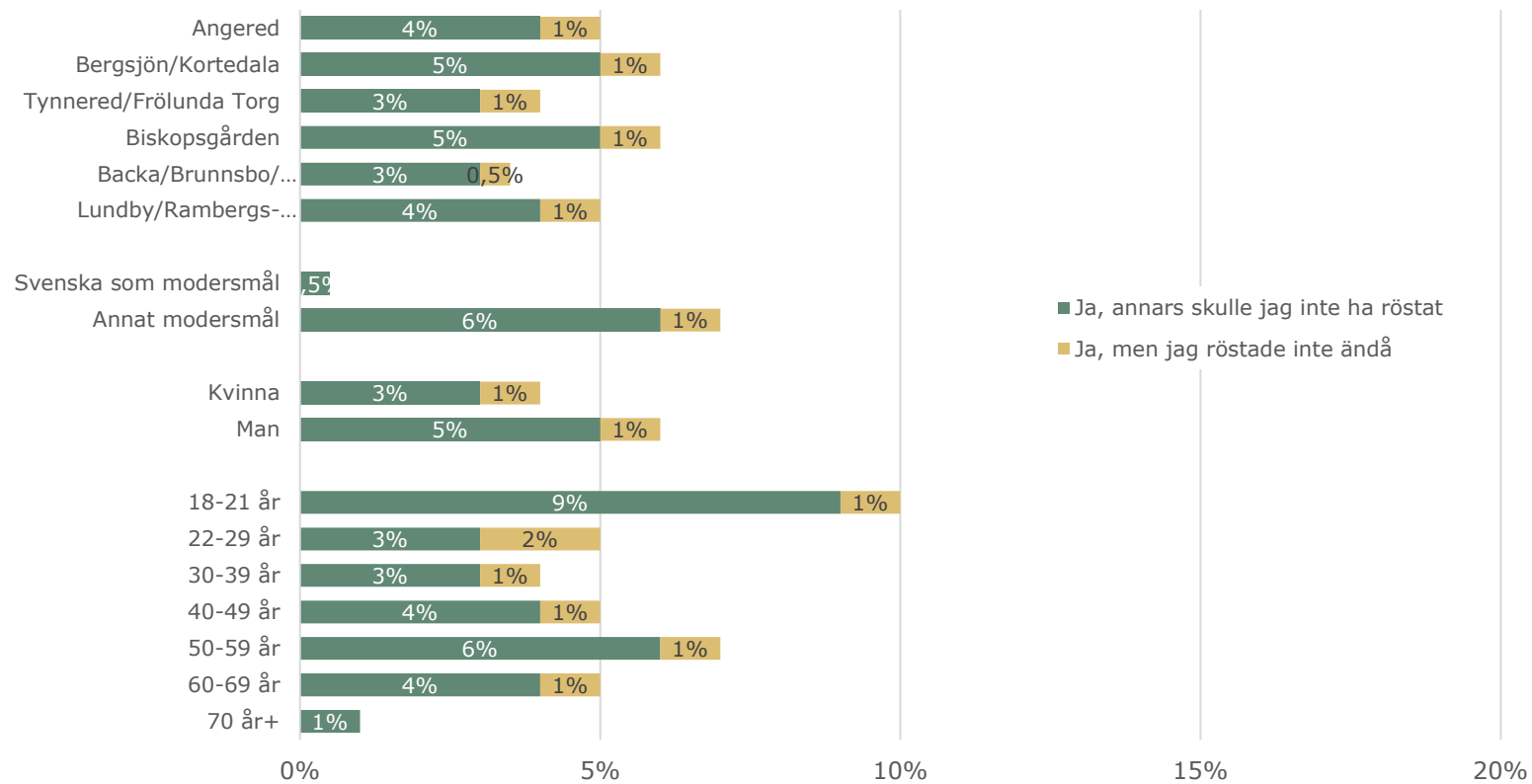
KAMPANJENS PÅVERKAN

Påverkade kampanjen din inställning till att rösta i valet?



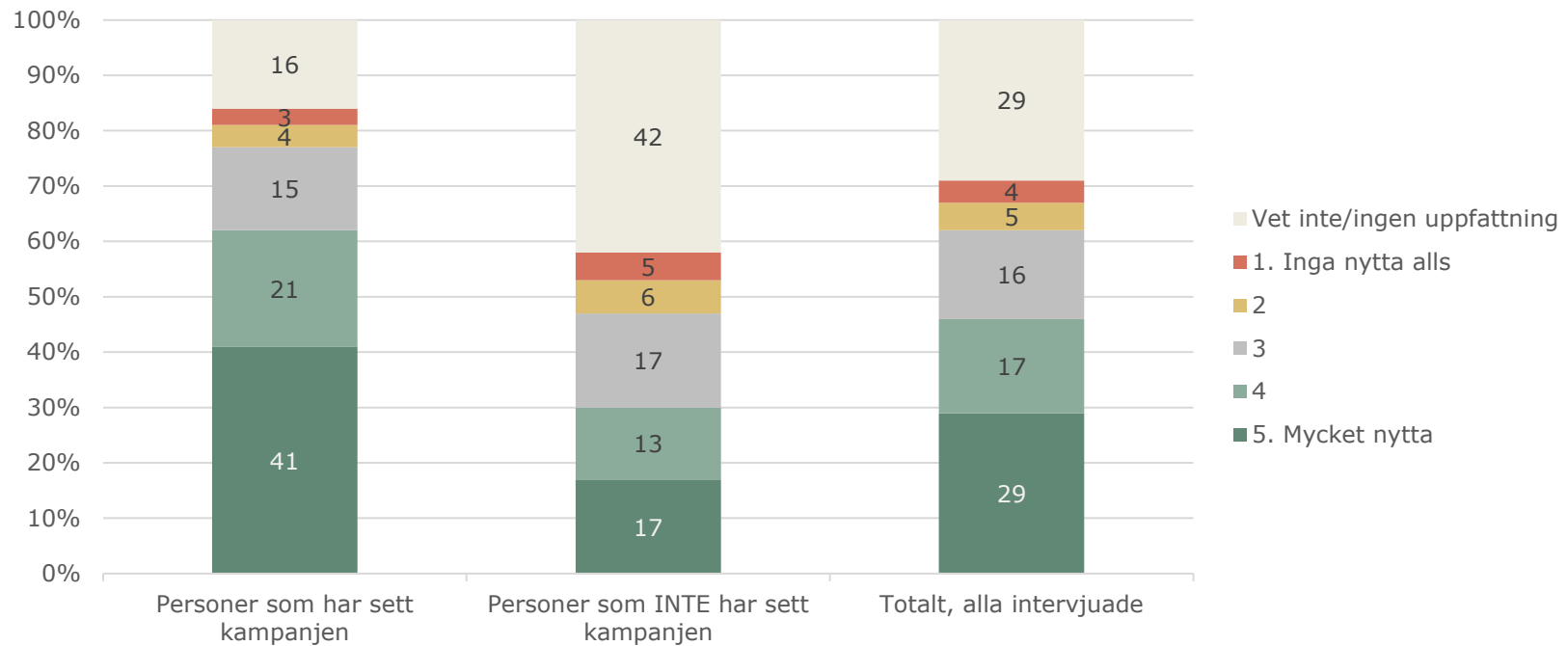
KAMPANJENS PÅVERKAN

Påverkade kampanjen din inställning till att rösta i valet?



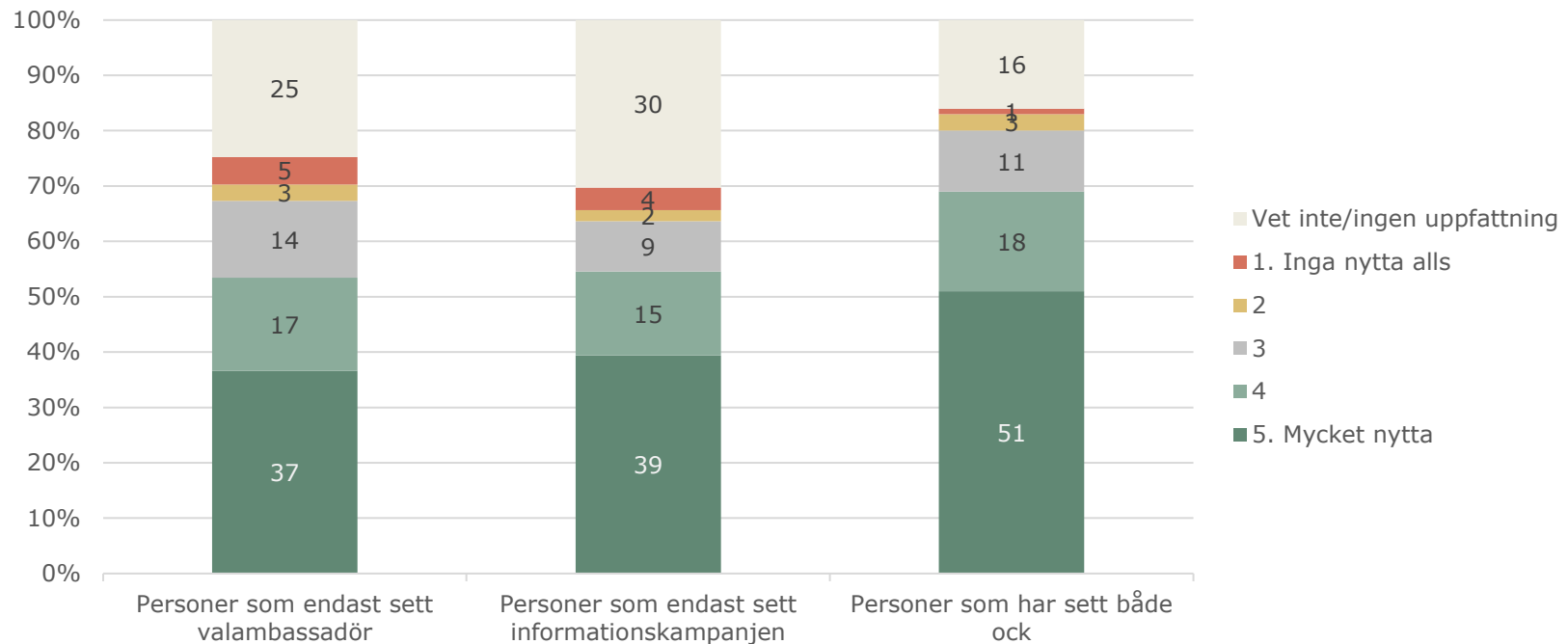
NYTTAN MED KAMPANJEN

Tror du att Göteborgs Stads arbete med att informera med hjälp av valambassadörer gör nytta genom t ex ökat valdeltagande eller mer kunskap om vad som händer i området?



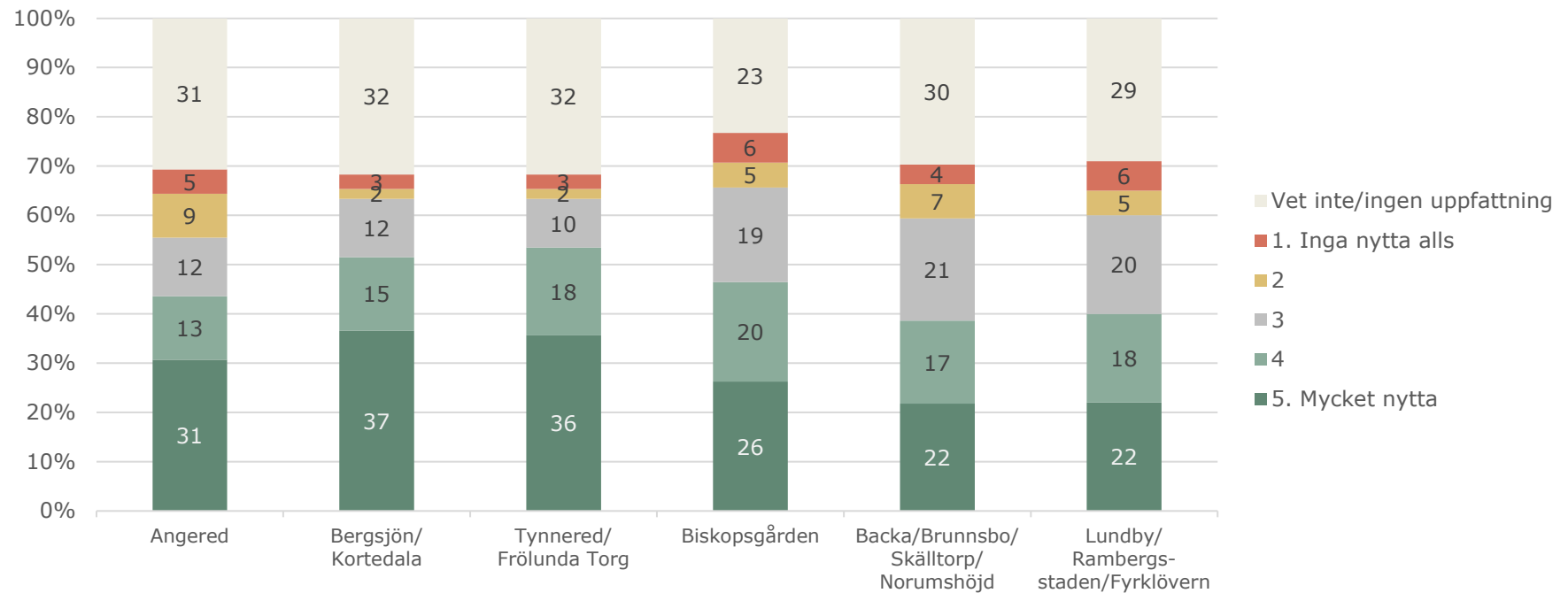
NYTTAN MED KAMPANJEN

Tror du att Göteborgs Stads arbete med att informera med hjälp av valambassadörer gör nytta genom t ex ökat valdeltagande eller mer kunskap om vad som händer i området?



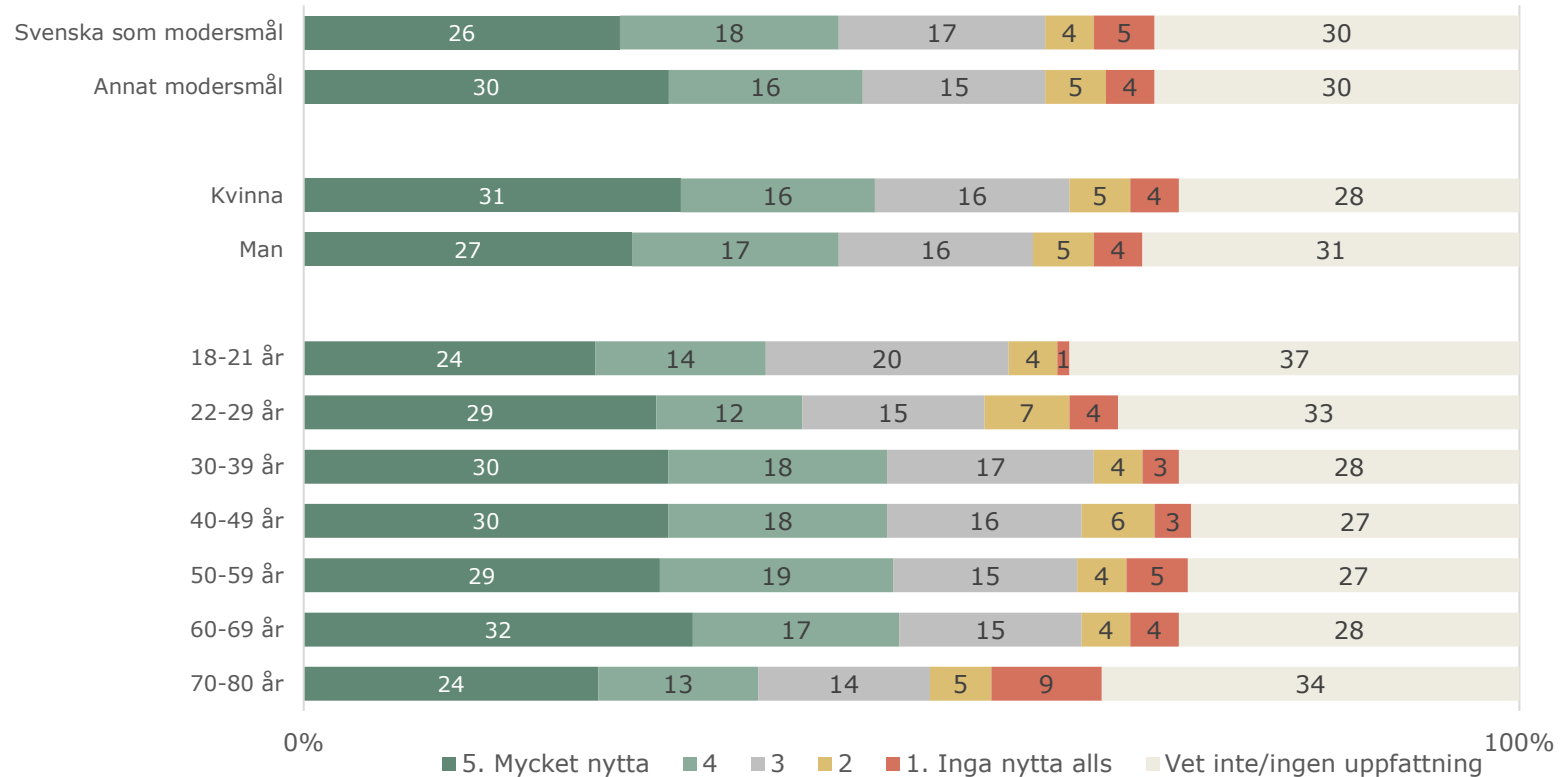
NYTTAN MED KAMPANJEN

I vilken grad tror du att Göteborgs stads arbete med att informera med hjälp av valambassadörer gör nytta genom t ex ökat valdeltagande eller mer kunskap om vad som händer i området?



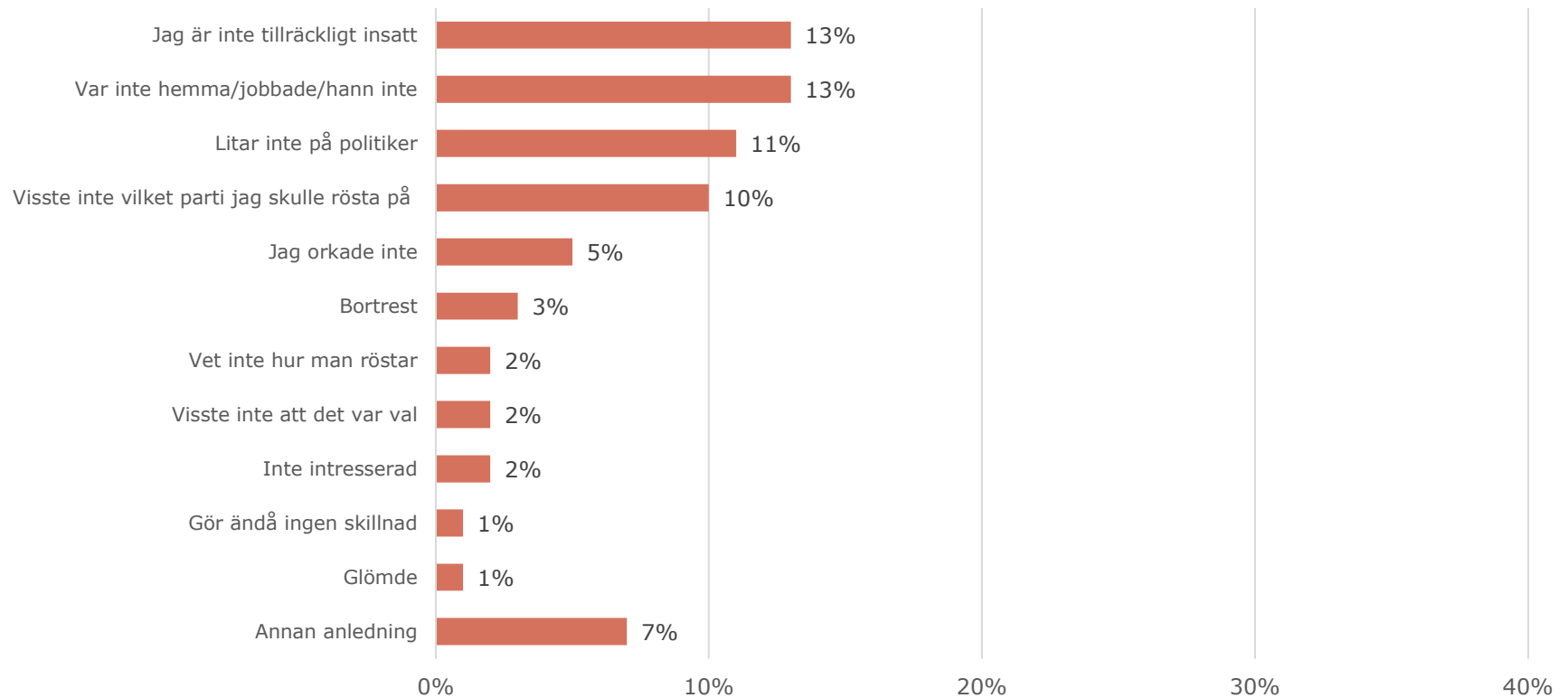
NYTTAN MED KAMPANJEN

I vilken grad tror du att Göteborgs stads arbete med att informera med hjälp av valambassadörer gör nytta genom t ex ökat valdeltagande eller mer kunskap om vad som händer i området?



SKÄL TILL ATT EJ RÖSTAT I ÅRETS VAL

Varför röstade du inte?



ANDRA SKÄL TILL ATT MAN INTE RÖSTAT I ÅRETS VAL

Nedan följer ett urval av kommentarerna.

Bryr mig inte, jag skall flytta till Turkiet ändå.

De gör inget för mig.

Det gör ingen skillnad.

De gör inget för mig så jag gör inget för dom. Det är ingen som knackar på min dörr, de syns bars precis innan val, politikerna.

Förstod inte, kan inte.

Fick förhinder och kunde inte rösta.

Glömde att det var valdagen.

Haft fullt upp med min frisörsalong.

Jag bryr mig inte.

Vill inte, tycker det är tråkigt alltså.

Dålig tajming skulle förtidsröstat.

Det bara blev inte så.

Förstår inte svenska, är från Syrien Palestina, lever på bidrag, är sjuk träffar inte nån.

Jag fick inget röstkort.

Långa köer till förtidsröstningen.

Jag visste inte hur man röstar.

Har aldrig röstat, ingen företräder mina intressen.

I was in a another city, Malmö.

I was on vacation.

Jobbade den dag det var röstning.

Jobbade extra under tiden man skall rösta.

Lever i min egna bubbla.

Missade det.

Vet inte varför, glömde rösta.

Vi var i Jugoslavien, kom hem i måndags.

Jag är sjuk och kan inte gå med mina fötter, detta var anledningen till varför jag inte röstade.

Hittade inte röstkortet.

Ingen förtjänar det.

Jag är Jehovas vittne.

Kunde inte, är sjukskriven.

Långa köer och en känsla av att inte kunna ändra något. Hade jag kunnat rösta i riksdagsvalet kanske det hade varit annorlunda.

ANDRA SKÄL TILL ATT MAN INTE RÖSTAT I ÅRETS VAL

Om de hade öppet på Systembolaget på söndagar hade jag röstat

Problem med höften och grejor.

Religiösa anledningar.

Sjuk.

Sjuk, förstår inte, är ensam, 62 år och helt ensam.

Min syster gick bort.

Tappade röstkortet och visste inte hur man fixar nytt.

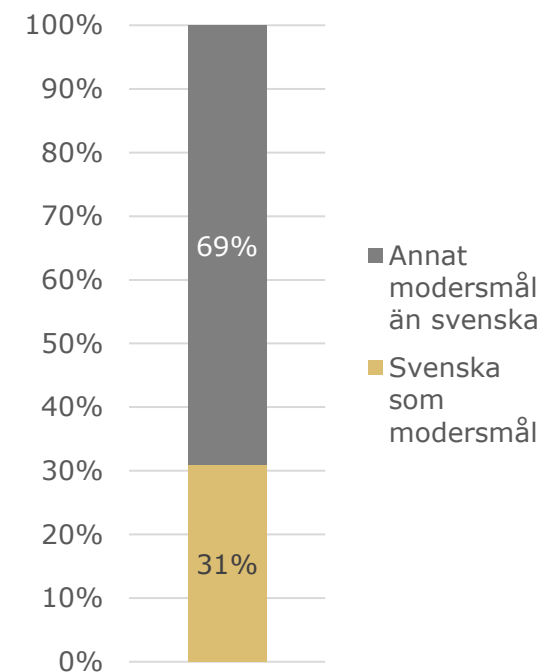
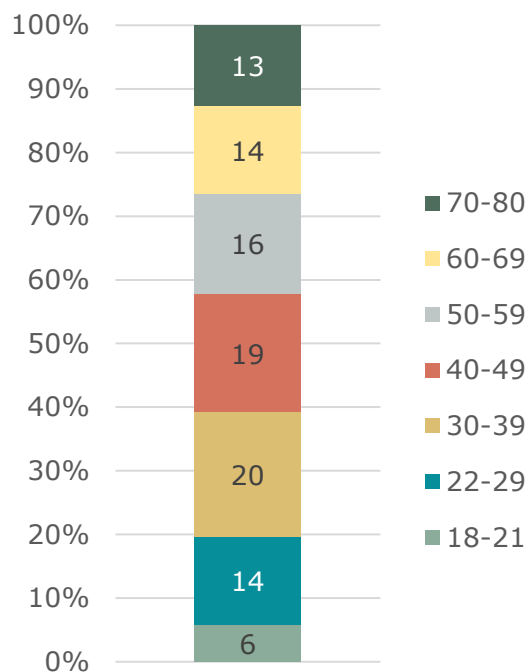
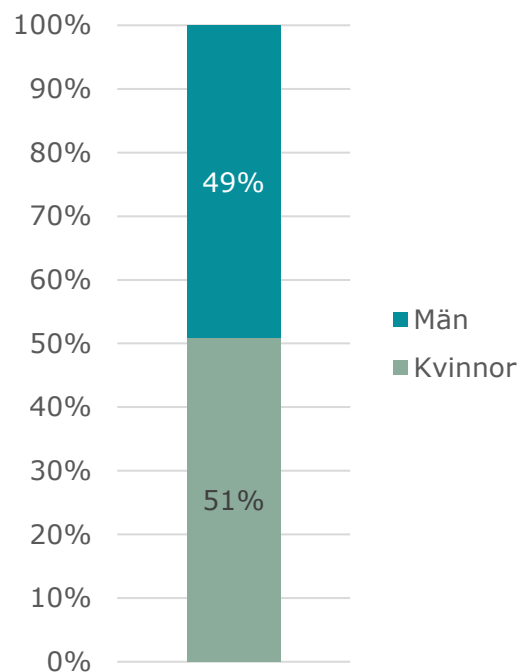
Vabbade.

Vet inte, faktiskt lite sjuk.

Vi blandar oss inte i politik, är Jehovas vittne.

Ville rösta på ett parti till 80 procent men ville inte av etiska skäl.

DE INTERVJUADE

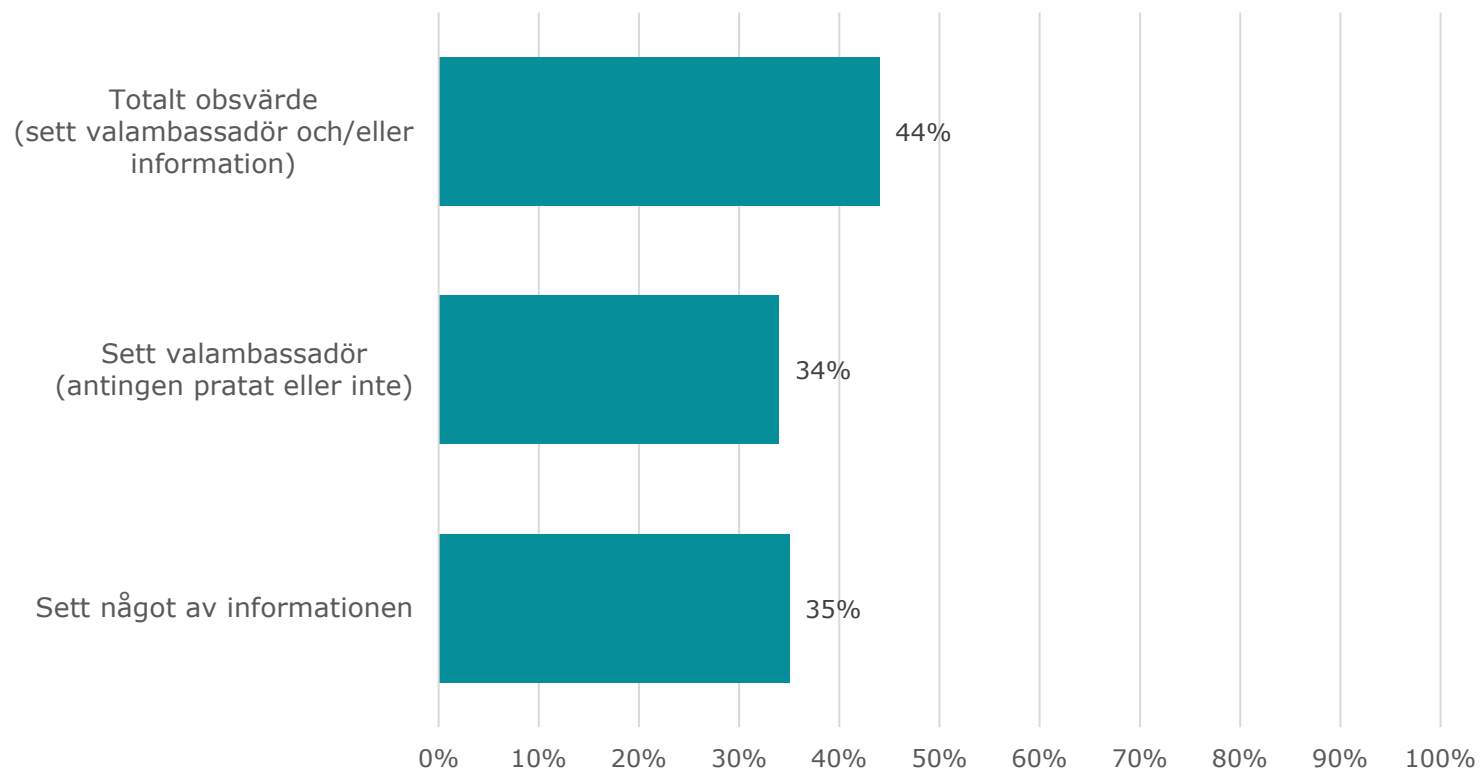


RESULTAT PER OMRÅDE

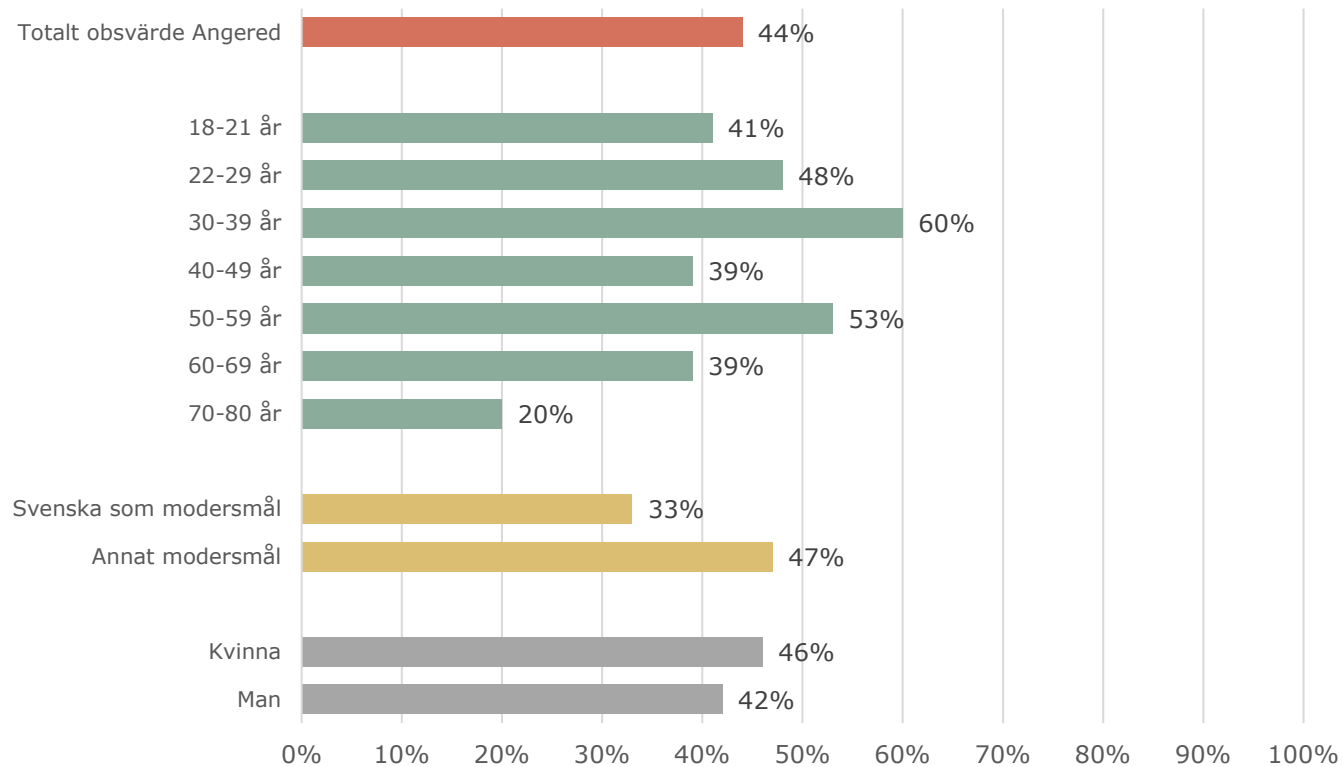
2.

ANGERED

KAMPANJENS OBSVÄRDE I ANGERED



KAMPANJENS TOTALA OBSVÄRDE I OLIKA GRUPPER

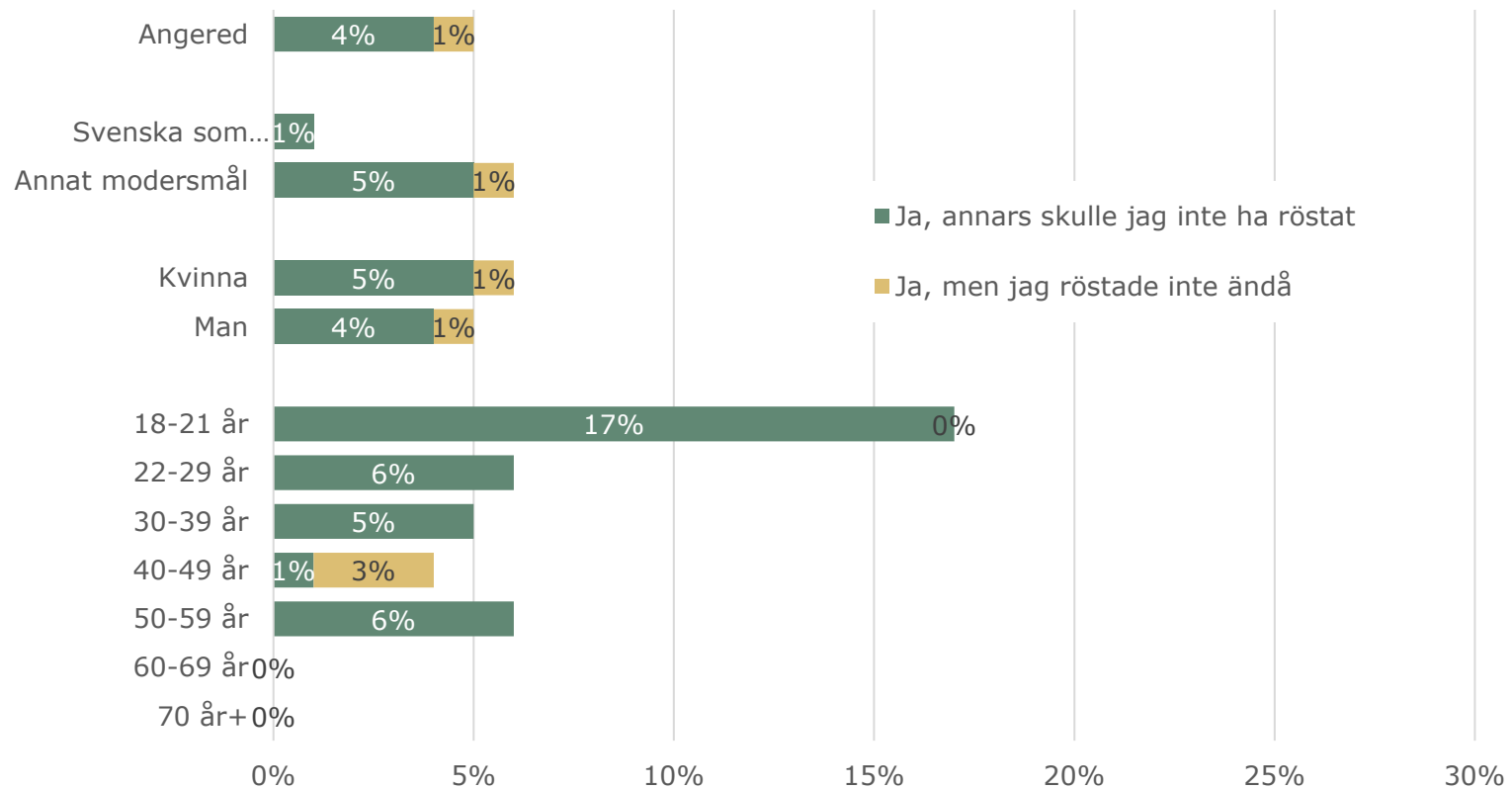


PRATAT MED/SETT VALAMBASSADÖR I OLIKA GRUPPER



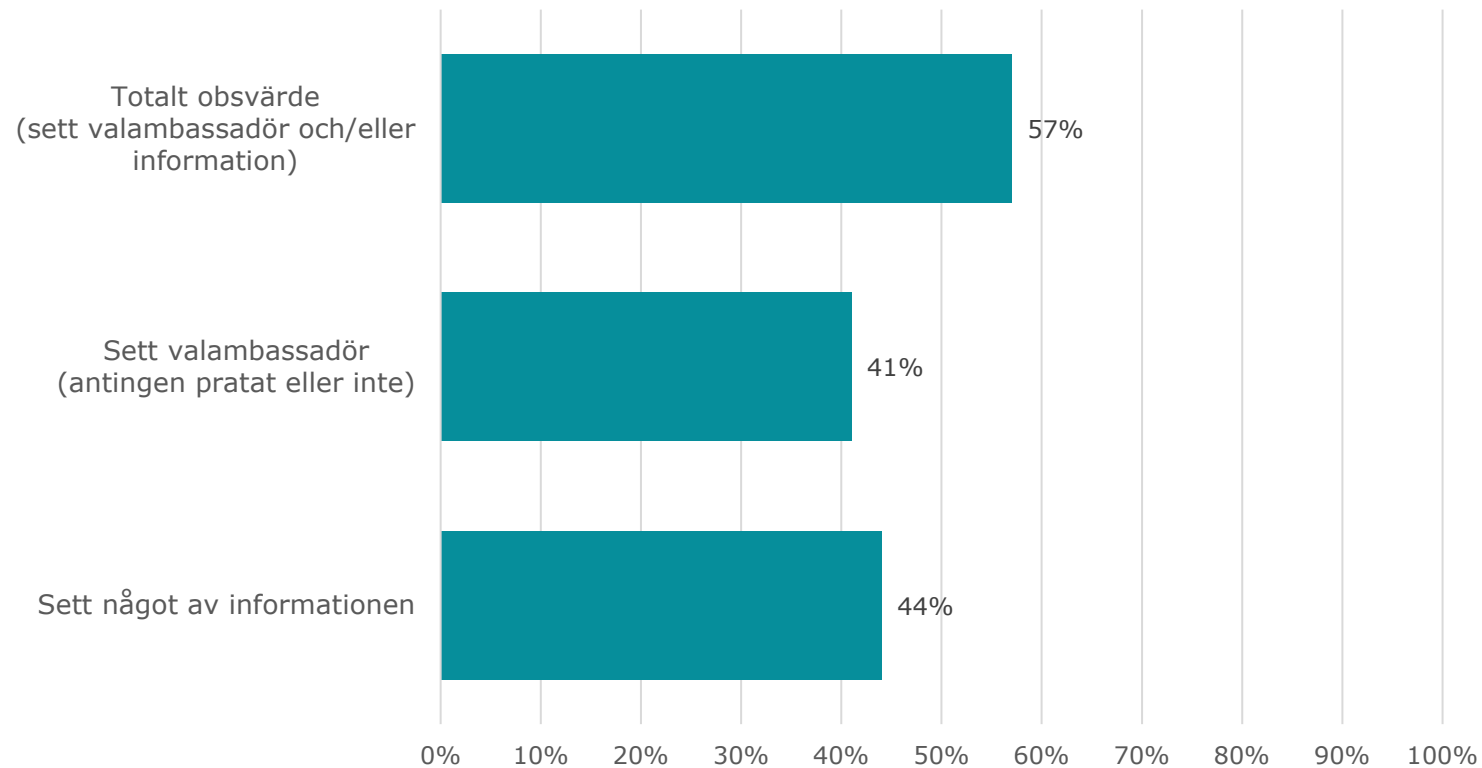
KAMPANJENS PÅVERKAN

Påverkade kampanjen din inställning till att rösta i valet?

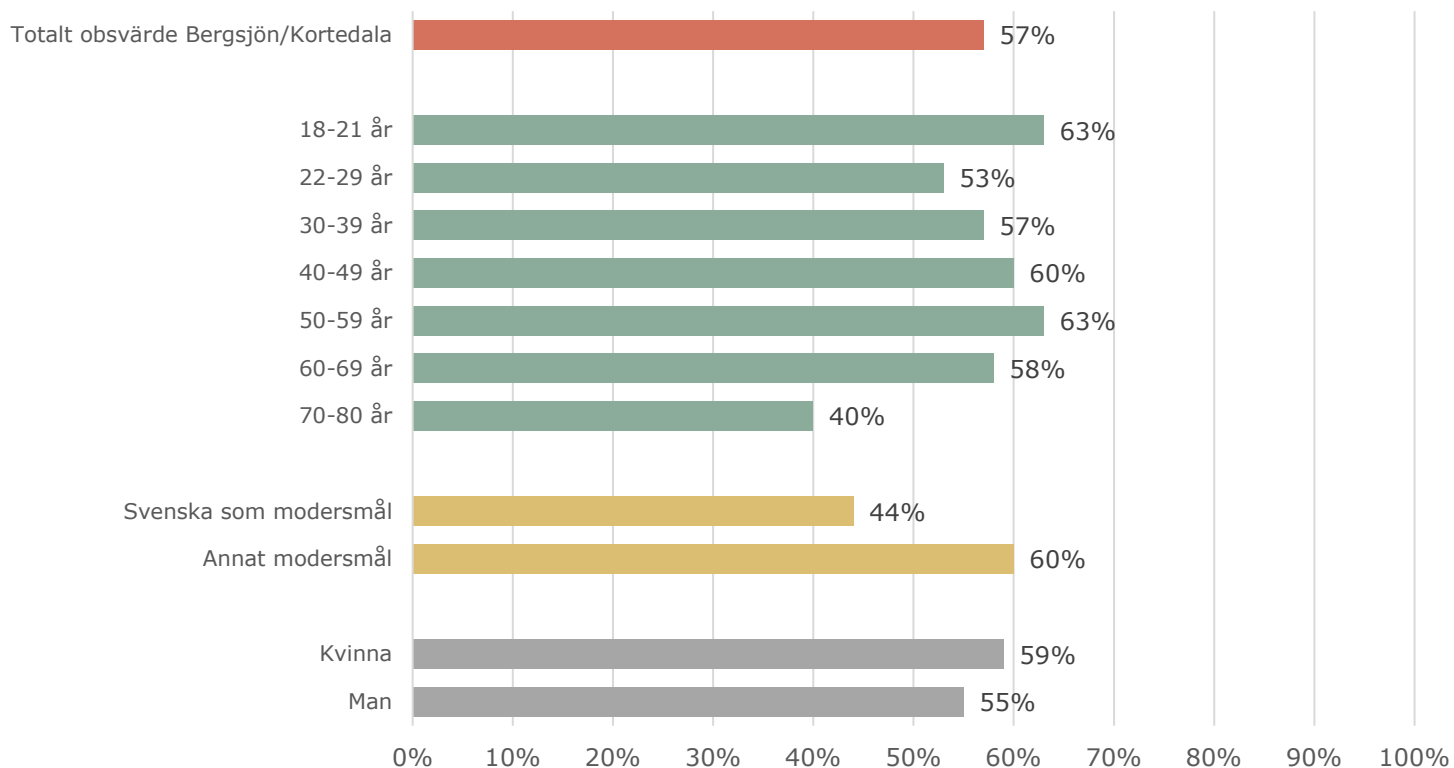


BERGSJÖN/KORTEDALA

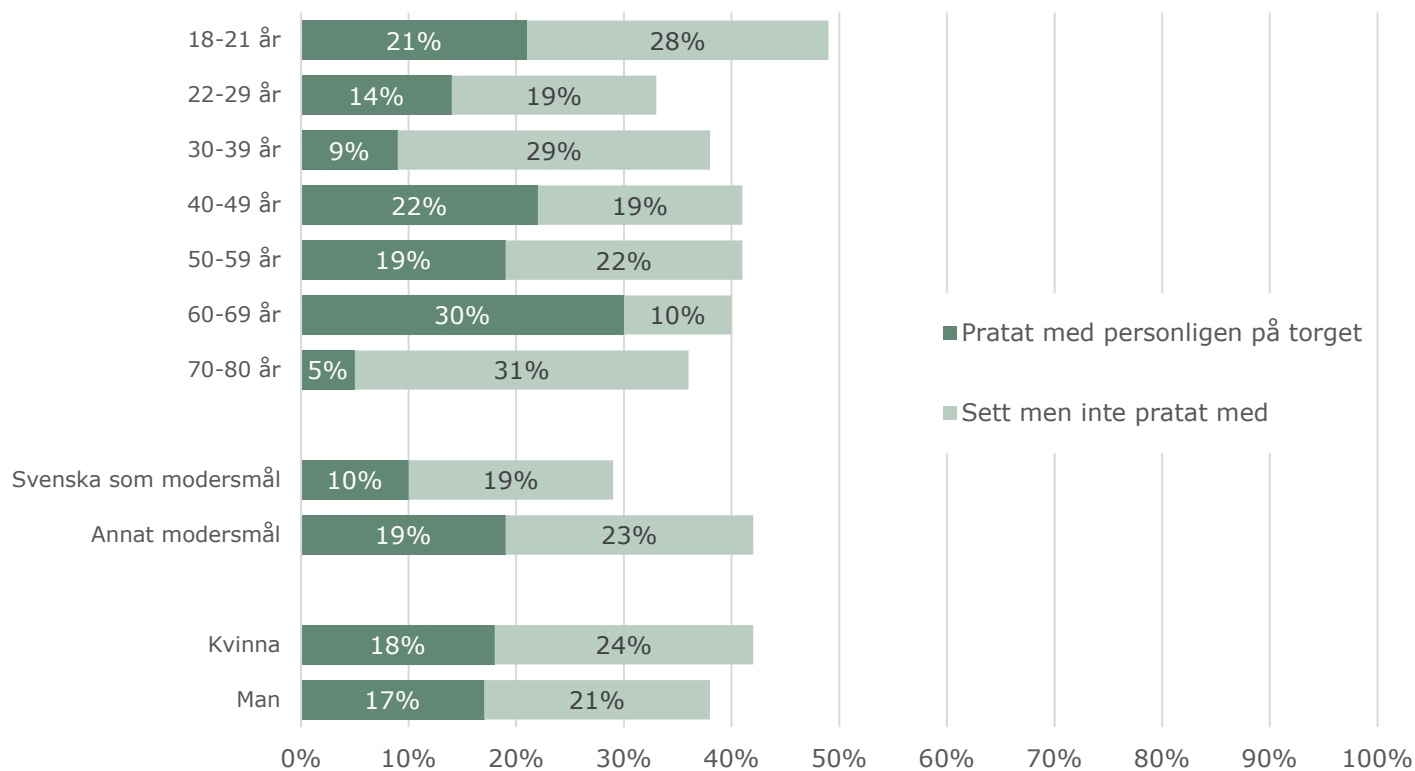
KAMPANJENS OBSVÄRDE I BERGSJÖN/KORTEDALA



KAMPANJENS TOTALA OBSVÄRDE I OLIKA GRUPPER

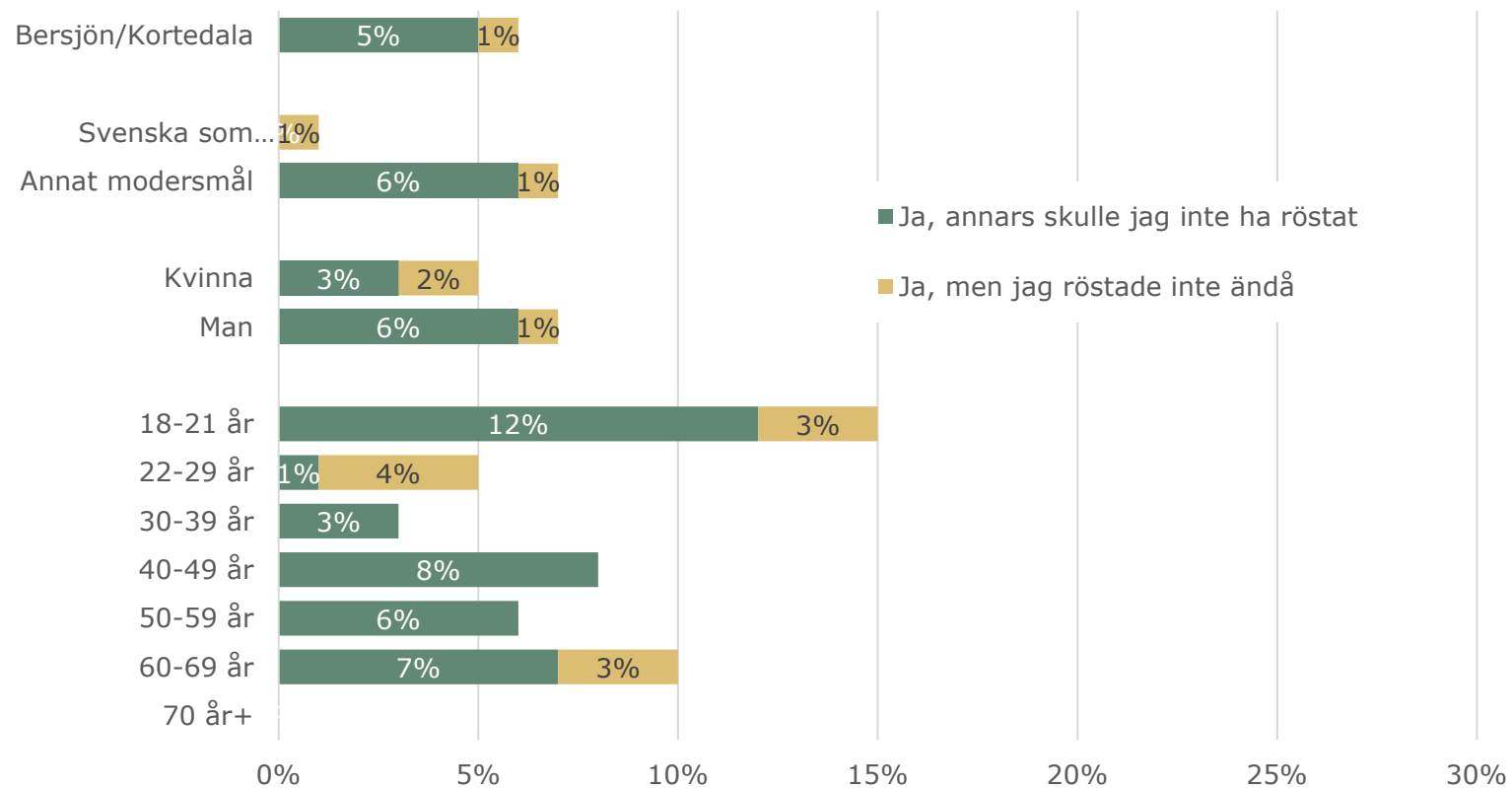


PRATAT MED/SETT VALAMBASSADÖR I OLIKA GRUPPER



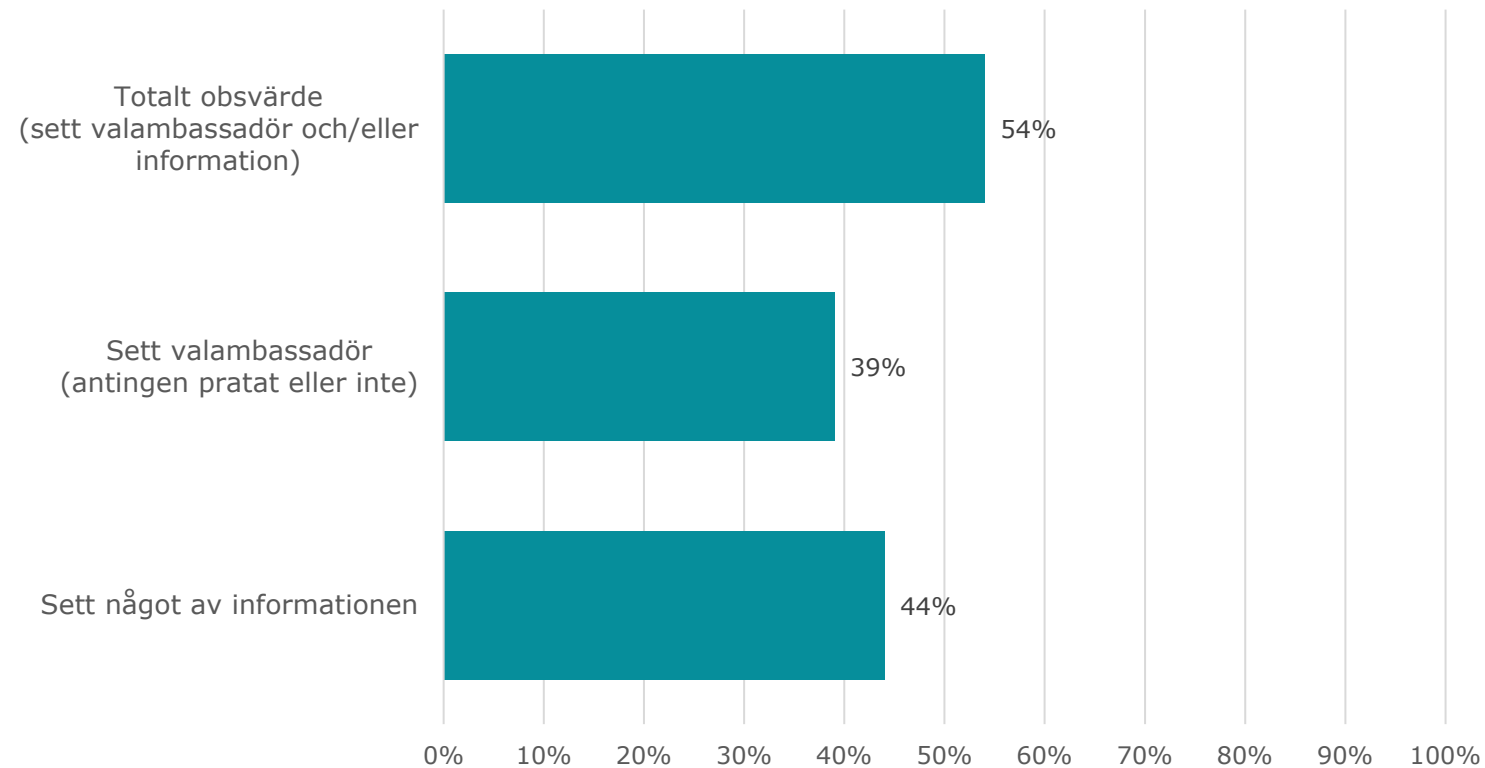
KAMPANJENS PÅVERKAN

Påverkade kampanjen din inställning till att rösta i valet?

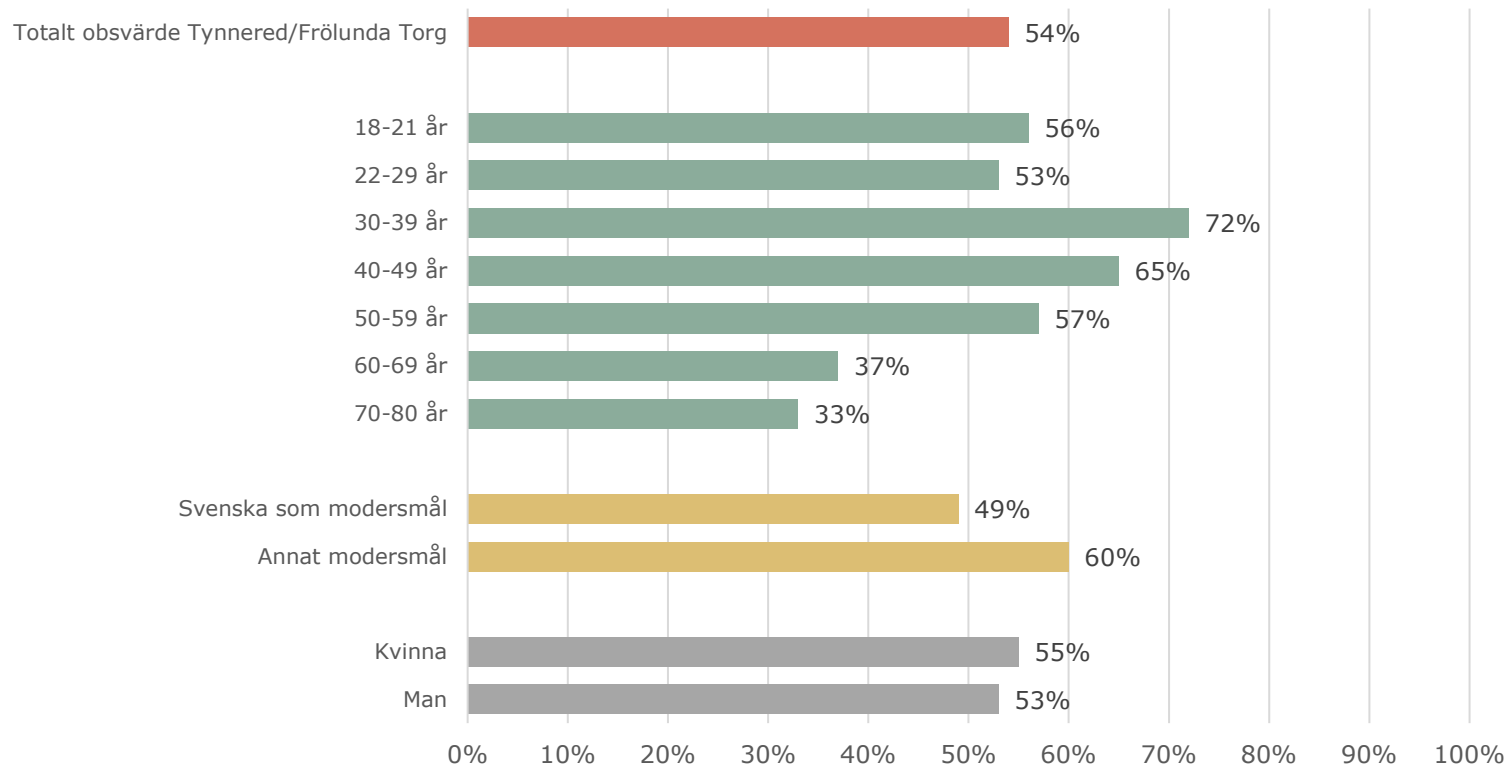


TYNNERED/FRÖLUNDA TORG

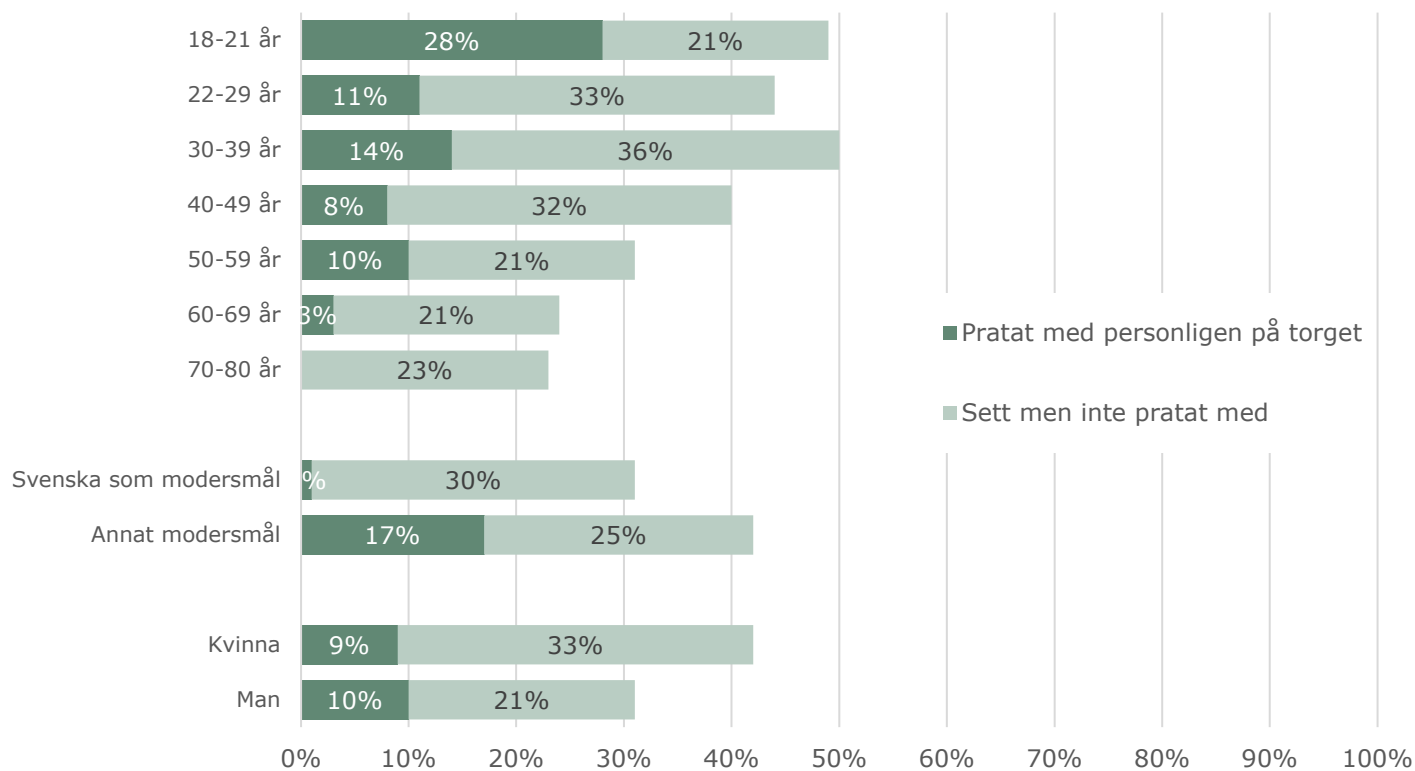
KAMPANJENS OBSVÄRDE I TYNNERED/FRÖLUNDA TORG



KAMPANJENS TOTALA OBSVÄRDE I OLIKA GRUPPER

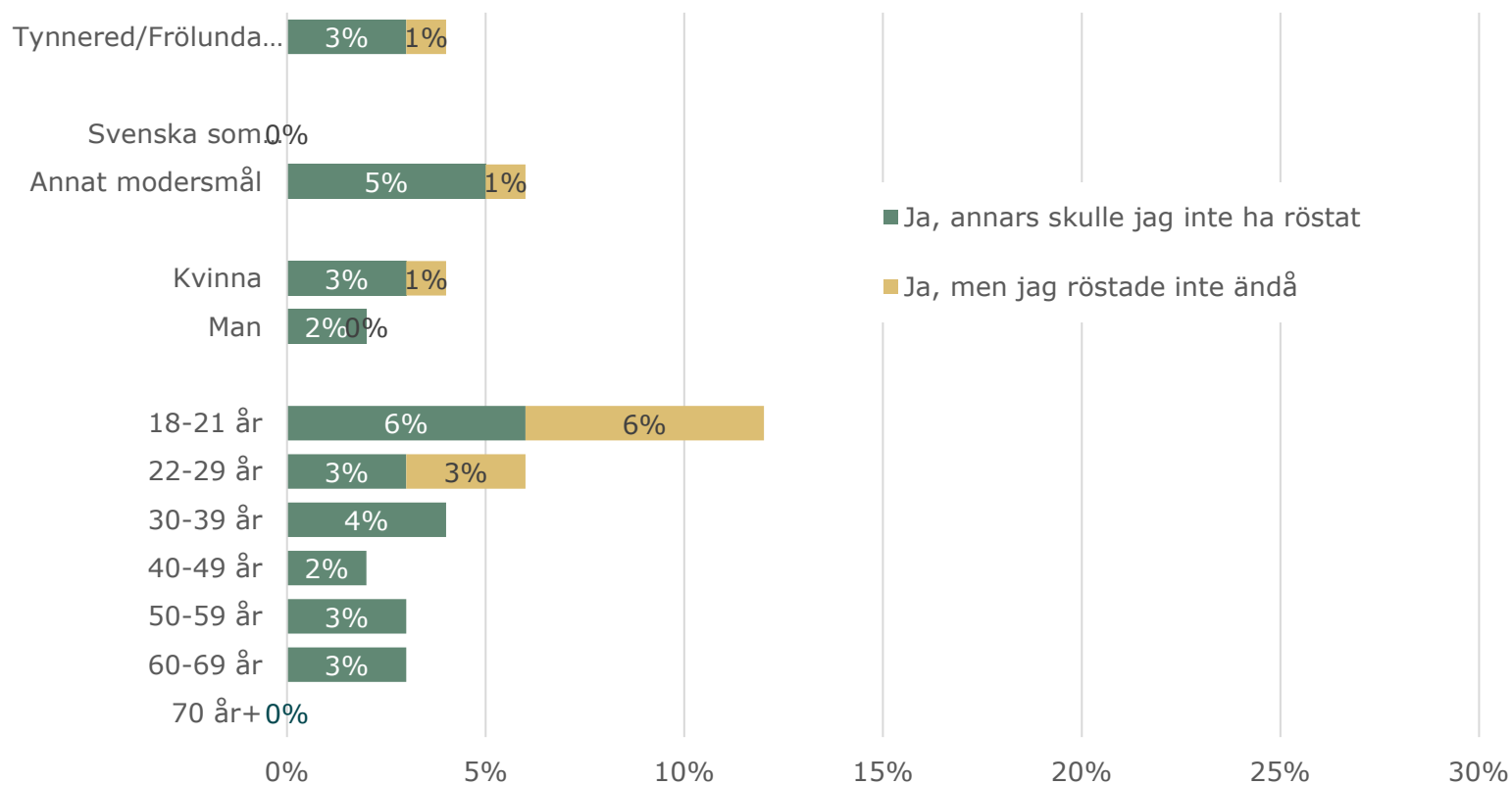


PRATAT MED/SETT VALAMBASSADÖR I OLIKA GRUPPER



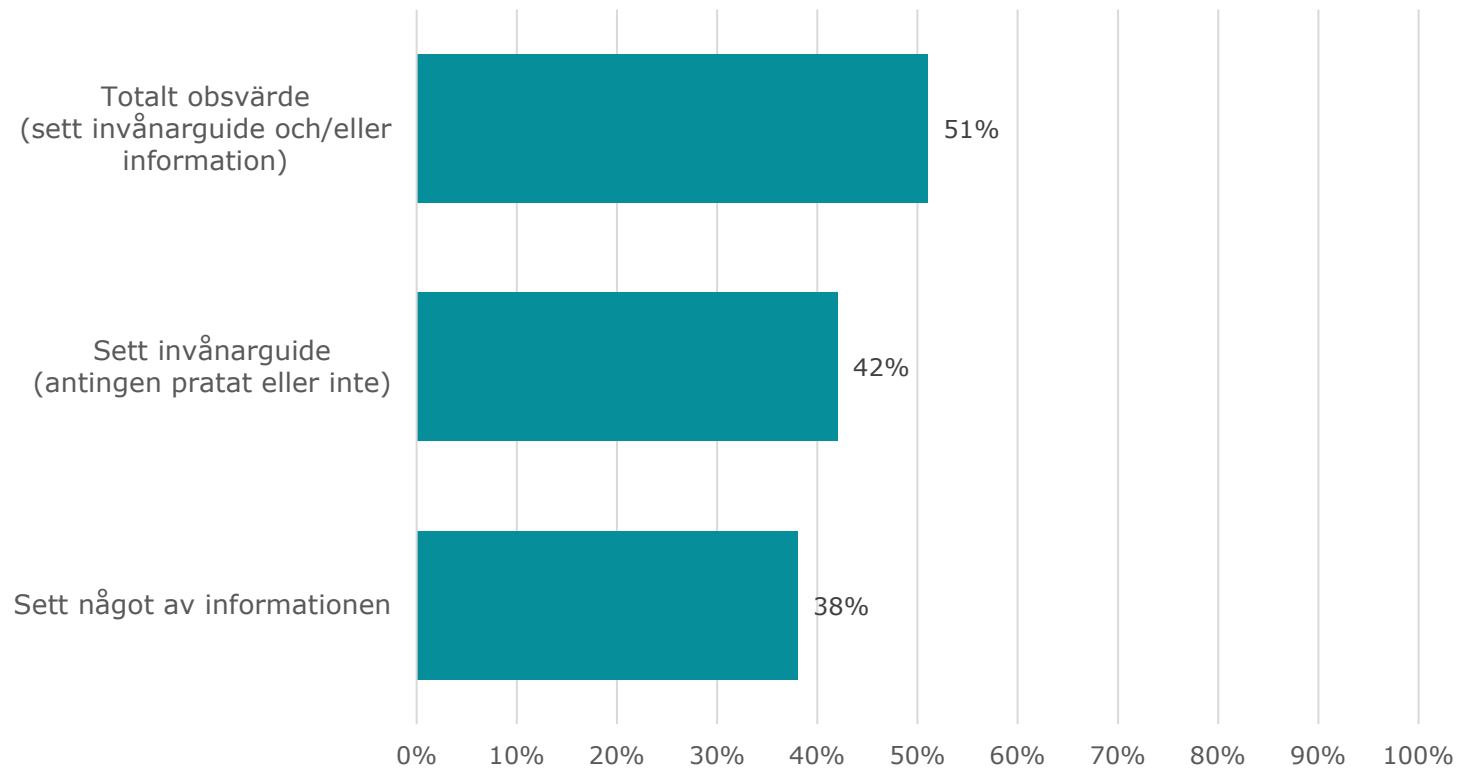
KAMPANJENS PÅVERKAN

Påverkade kampanjen din inställning till att rösta i valet?

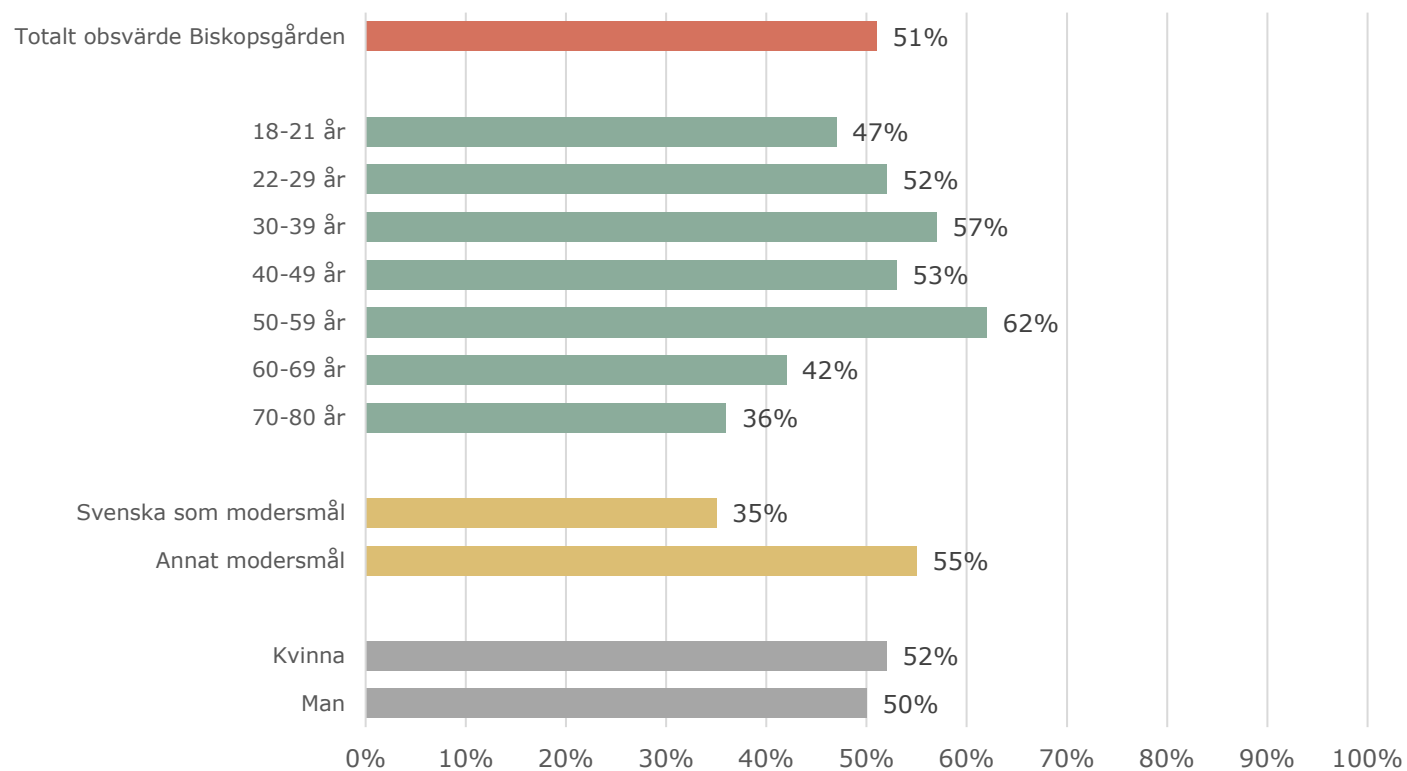


BISKOPSGÅRDEN

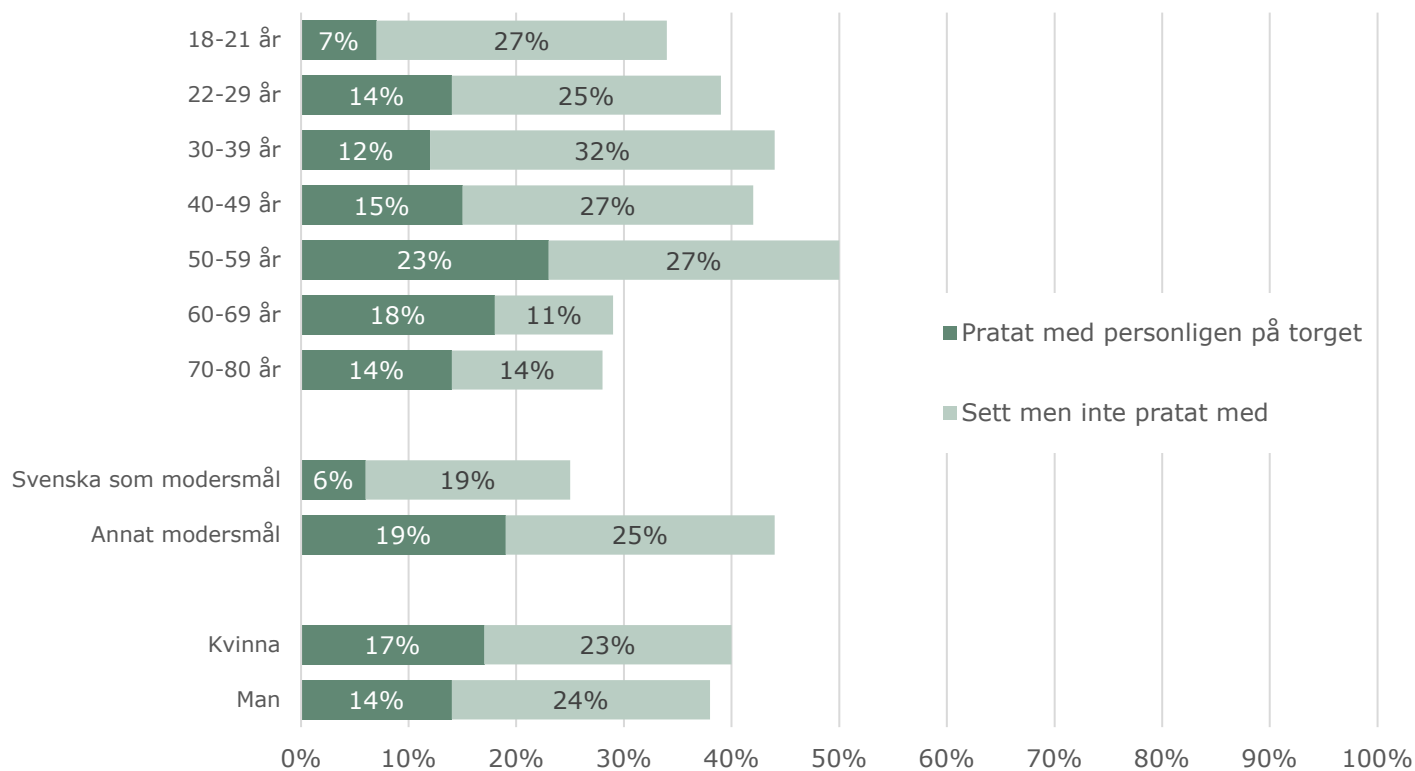
KAMPANJENS OBSVÄRDE I BISKOPSGÅRDEN



KAMPANJENS TOTALA OBSVÄRDE I OLIKA GRUPPER

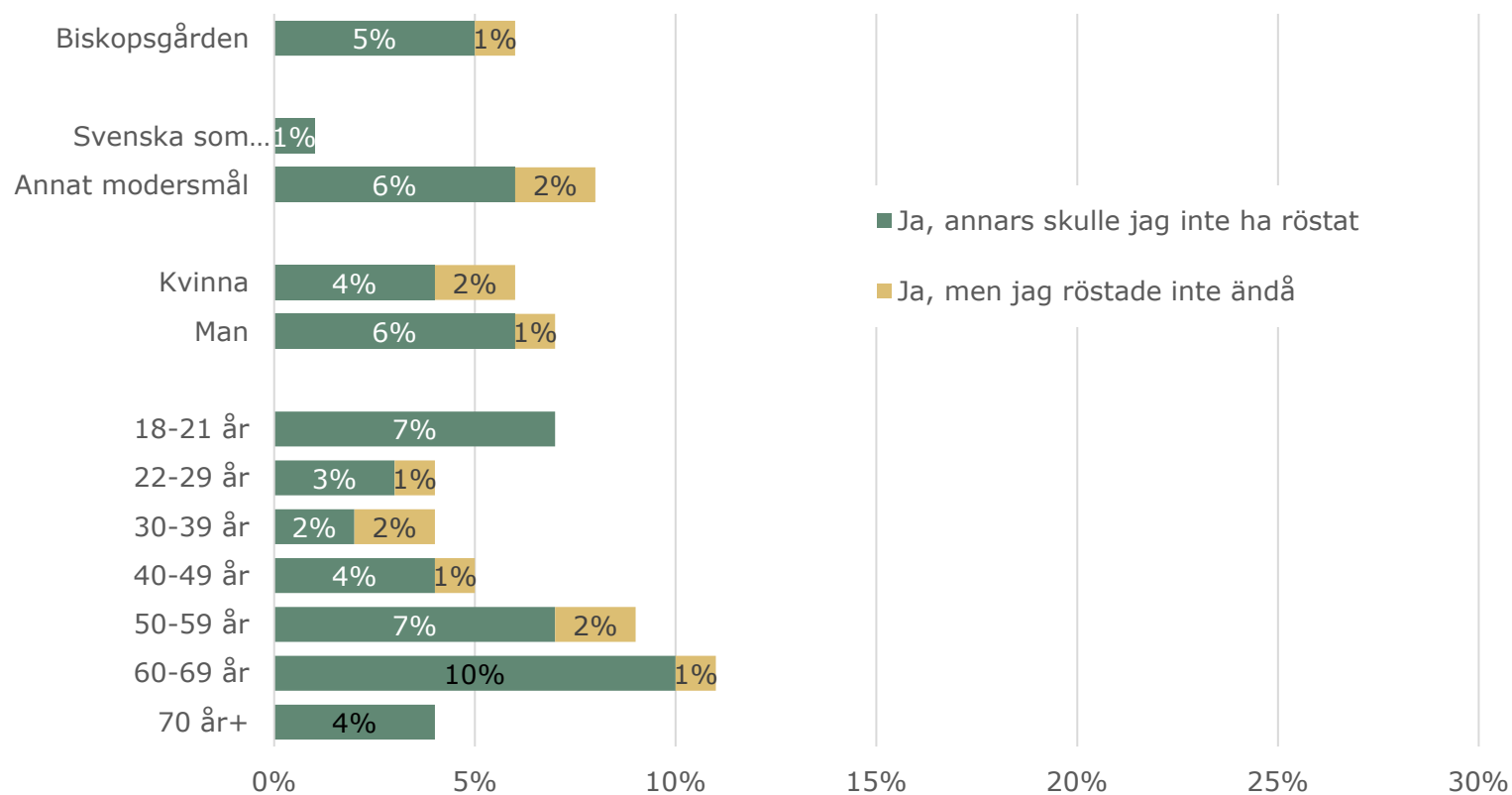


PRATAT MED/SETT INVÅNARGUIDE I OLIKA GRUPPER



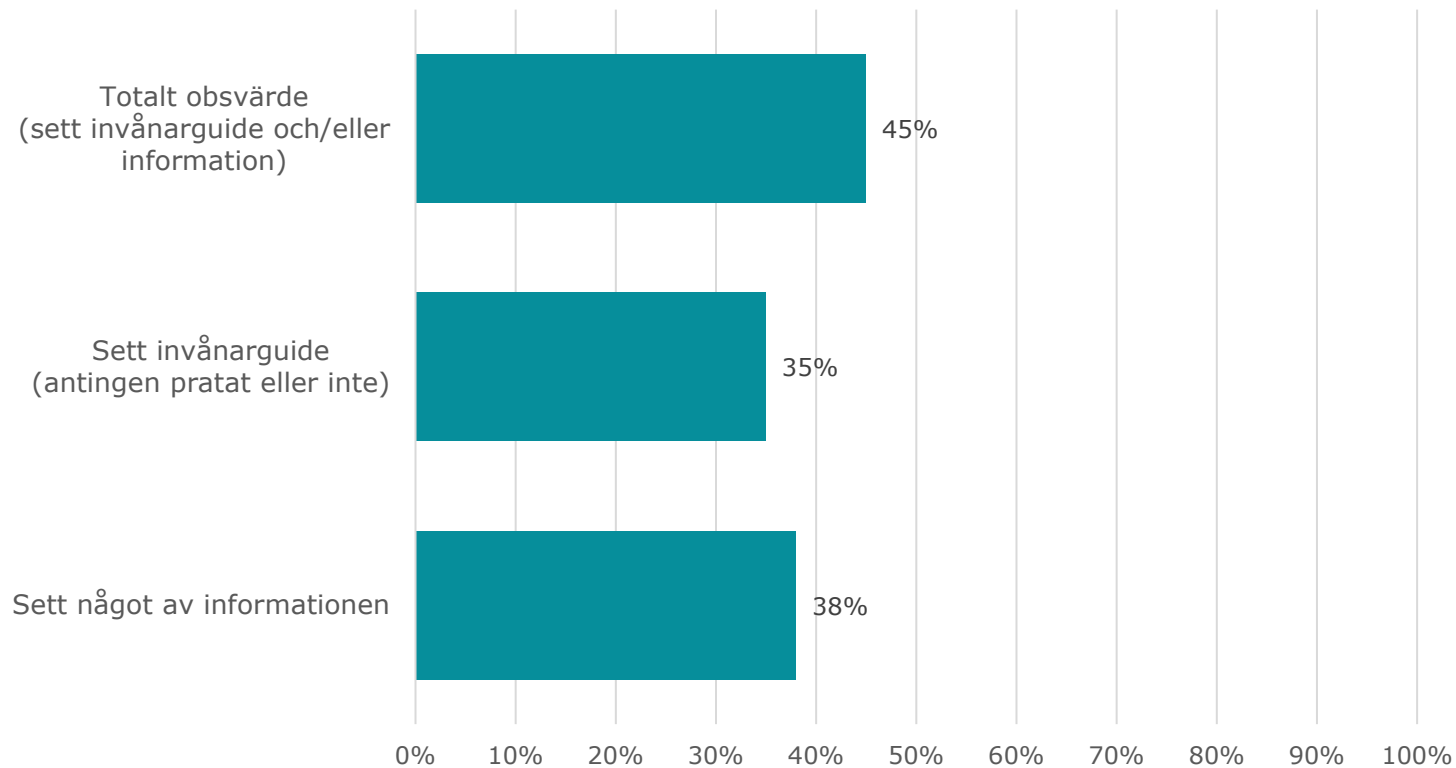
KAMPANJENS PÅVERKAN

Påverkade kampanjen din inställning till att rösta i valet?

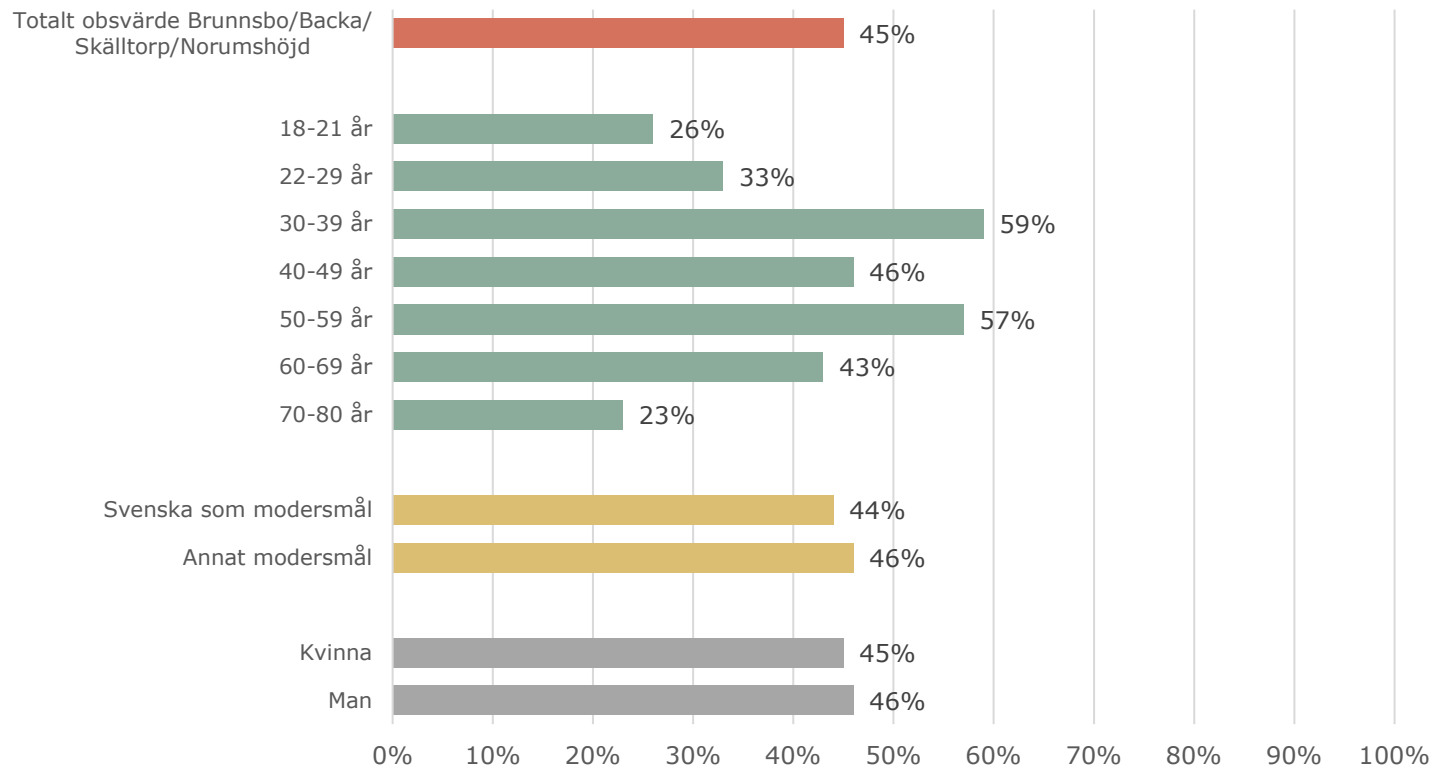


BRUNNSBO/BACKA/SKÄLLTORP/NORUMSHÖJD

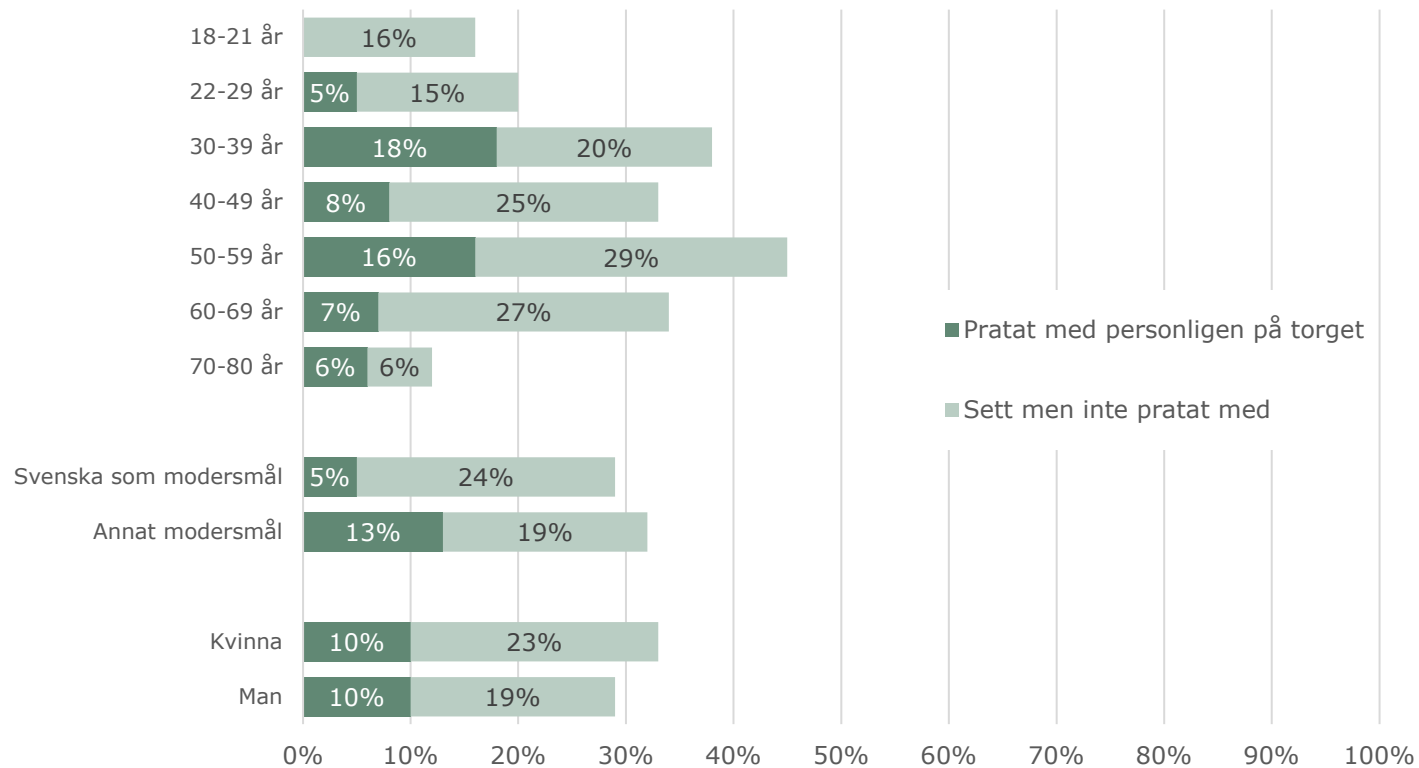
KAMPANJENS OBSVÄRDE I BRUNNSBO/BACKA/SKÄLLTORP/ NORUMSHÖJD



KAMPANJENS TOTALA OBSVÄRDE I OLIKA GRUPPER

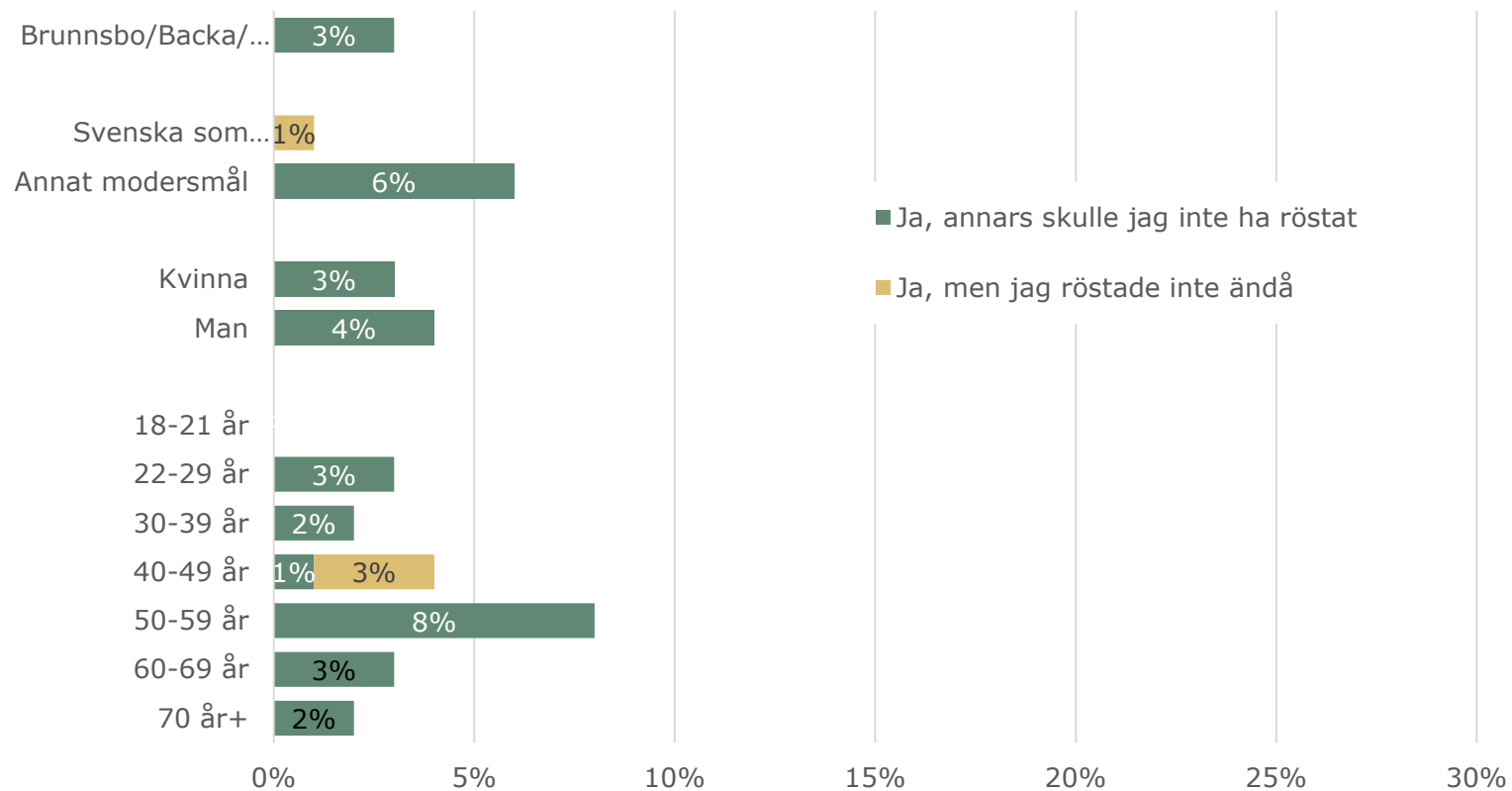


PRATAT MED/SETT INVÅNARGUIDE I OLIKA GRUPPER



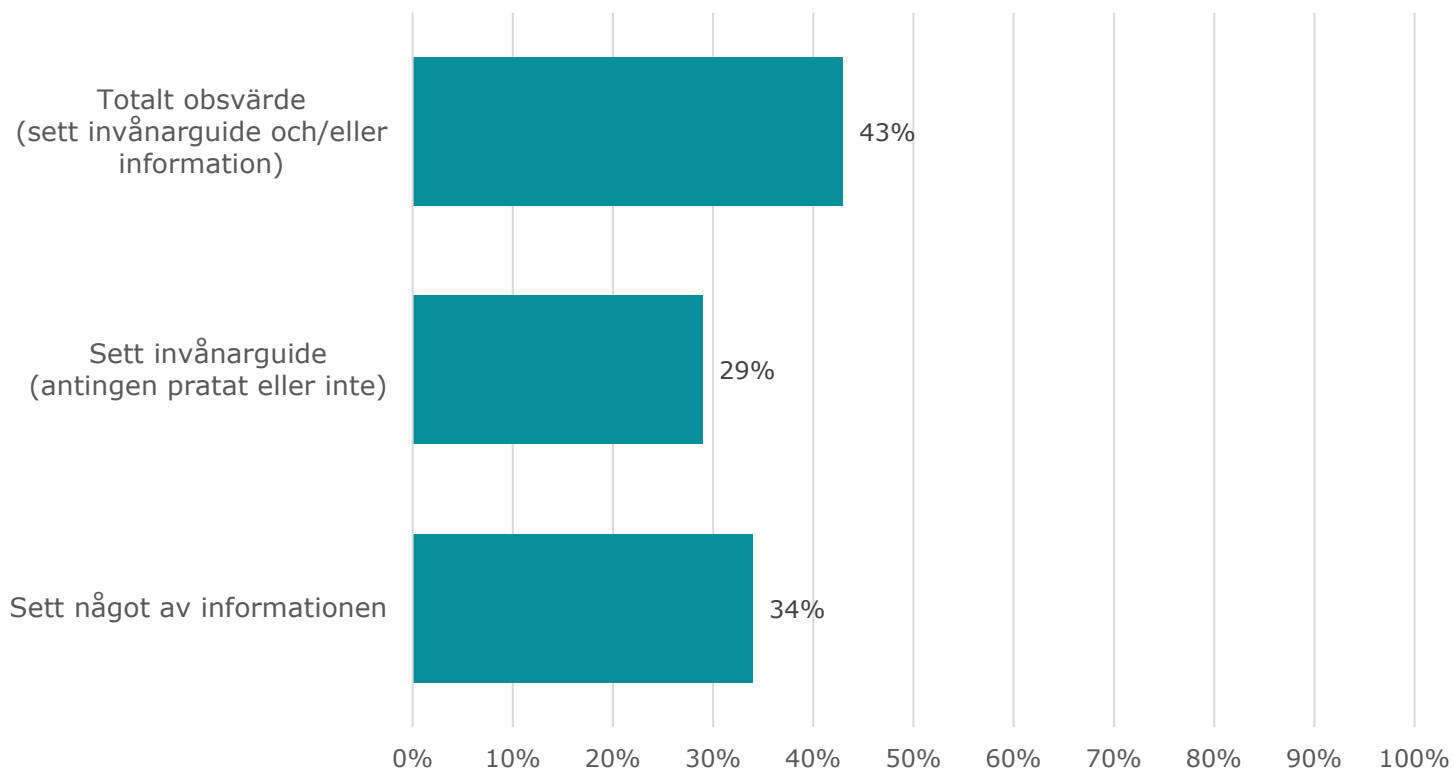
KAMPANJENS PÅVERKAN

Påverkade kampanjen din inställning till att rösta i valet?

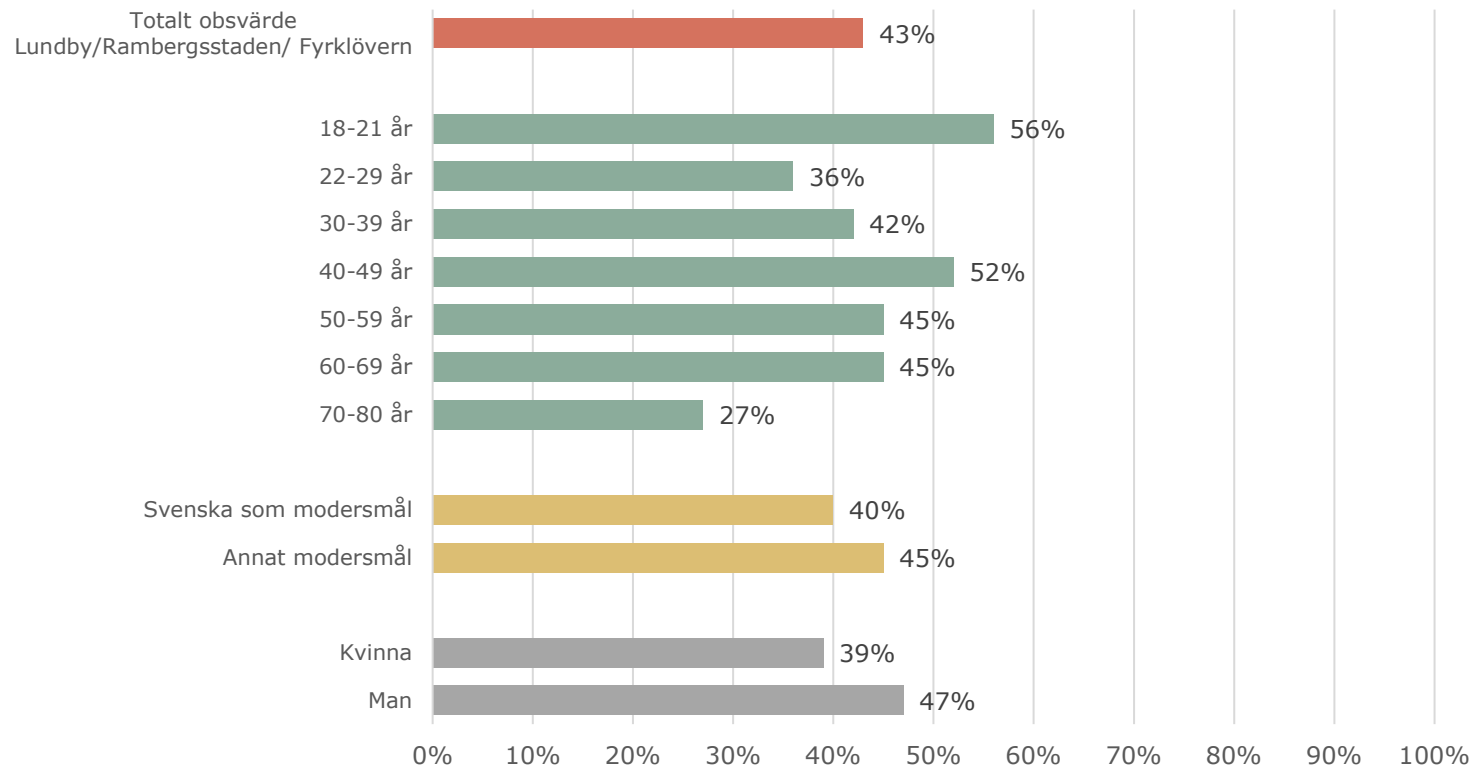


LUNDBY/RAMBERGSSTADEN/FRYKLÖVERN

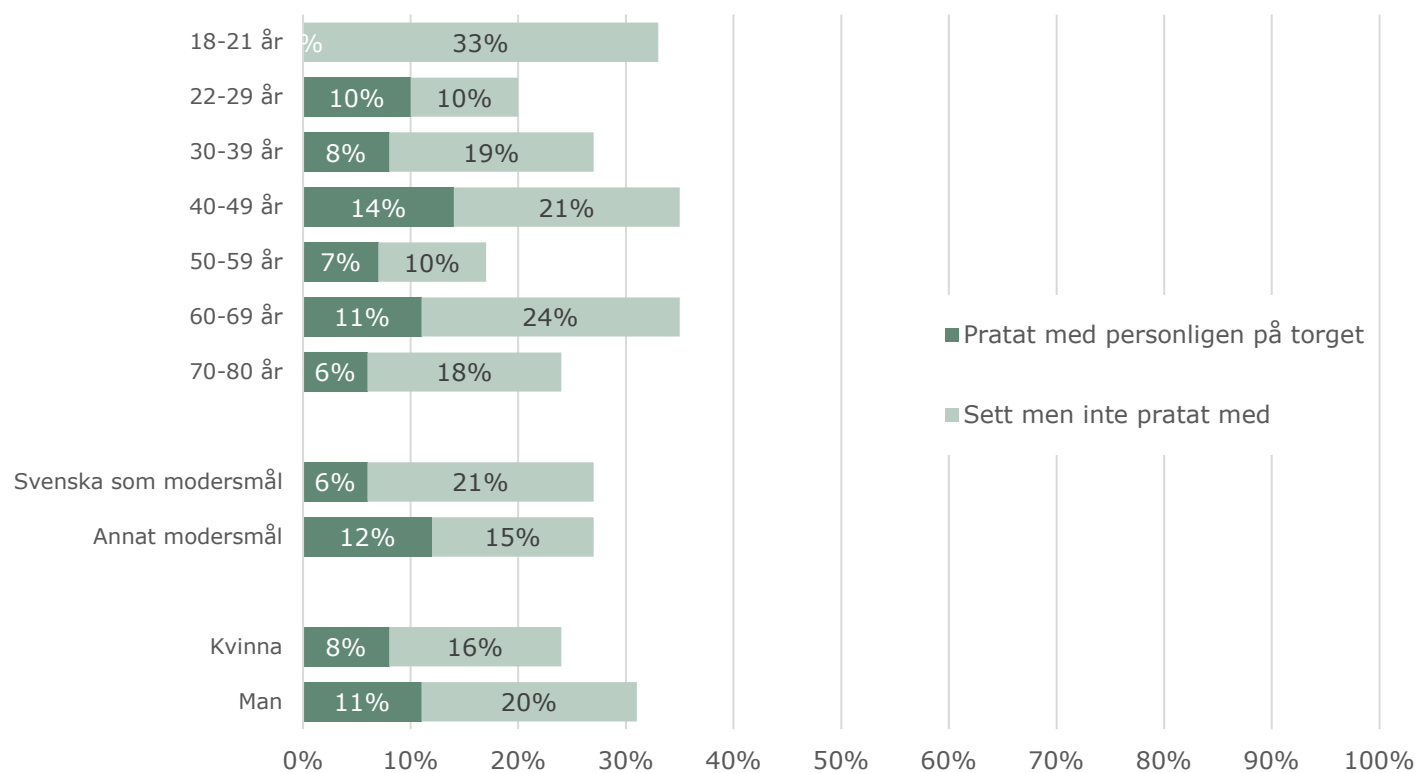
KAMPANJENS OBSVÄRDE I LUNDBY/RAMBERGSSTADEN/ FYRKLÖVERN



KAMPANJENS TOTALA OBSVÄRDE I OLIKA GRUPPER

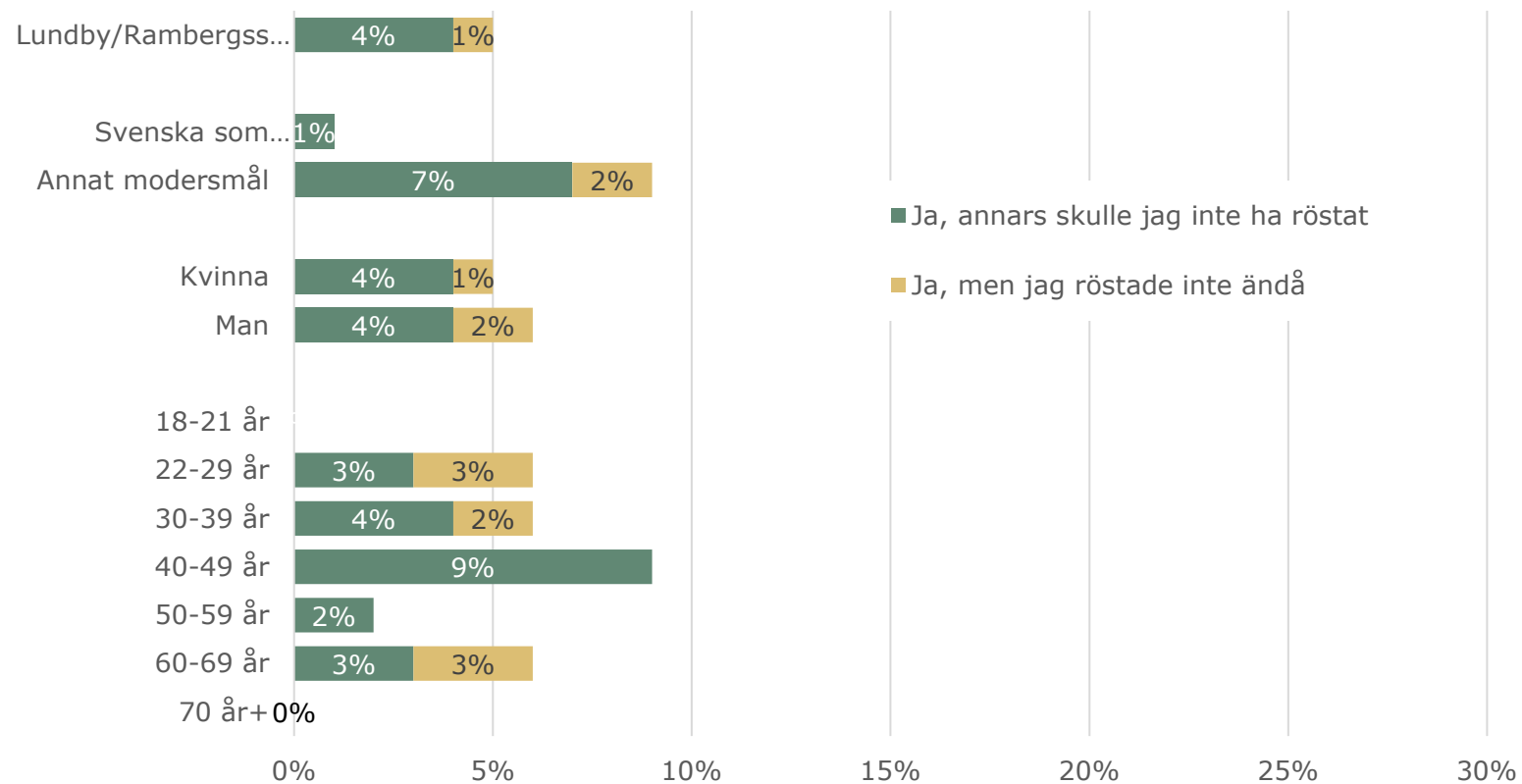


PRATAT MED/SETT INVÅNARGUIDE I OLIKA GRUPPER



KAMPANJENS PÅVERKAN

Påverkade kampanjen din inställning till att rösta i valet?



KEEP UP THE GOOD WORK!

