



Kommunikationsplan för valen 2026

Inledning

Den 13 september 2026 är det val till riksdag, kommun- och regionfullmäktige. Valnämnden i Gävle kommun har i uppdrag att genomföra de allmänna valen.

Detta är en övergripande kommunikationsplan som visar vilka strategier och kommunikationsinsatser som kommer att göras för att informera om när, var och hur man röstar. Det ingår i valnämndens reglemente att upprätthålla ett högt valdeltagande vilket den här kommunikationsstrategin ska understödja.

Valnämnden ansvarar även för att rekrytera röstmottagare som tar emot i kommunens vallokaler och genomför den första preliminära rösträkningen på valdagen.

Bakgrund

Valnämnden har en viktig funktion när det gäller att sakligt och opartiskt informera väljarna om de allmänna valen. Innehållet i valnämndens informationsinsatser följer av de kommunala valnämndernas uppdrag. Informationen kan handla om hur den representativa demokratin fungerar, och hur väljaren ska gå till väga för att rösta.

En grundläggande princip för de kommunikationsinsatser som genomförs är att åtgärderna ska upplevas som opartiska och sakliga. En valmyndighet får aldrig riskera att bli försatt i en situation där väljarna kan få uppfattningen att myndigheten har gjort ett politiskt ställningstagande eller på annat sätt försöker påverka väljarna i deras val.

Precis som i övriga Sverige sjönk Gävle kommuns valdeltagande 2022. Nedanstående siffror gäller för Gävle kommun i respektive val.

Valdeltagande i valet till kommunfullmäktige

- 2022: 81,18 %
- 2018: 85,58 %
- 2014: 84,5 %

Valdeltagande i valet till regionfullmäktige

- 2022: 80,91 %

- 2018: 85,43 %
- 2014: 84,31 %

Valdeltagande i riksdagsvalet inom Gävle kommun

- 2022: 83,98 %
- 2018: 87,53 %
- 2014: 86,81 %

Kommunikationsutmaningar - Valet 2026

- **Nya och förändrade valdistrikt**
Ett nytt valdistrikt plus ändrad gränsdragning i flera andra innebär att en del väljare behöver rösta på andra platser än tidigare under valdagen. Det finns en risk för förvirring om informationen inte är tydlig, tillgänglig och når alla i god tid.
- **Digitalisering av röstkort**
Röstkortet blir för första gången digitala för alla med digital brevlåda. Det innebär att många väljare inte längre får ett fysiskt röstkort. Det innebär till exempel en risk att väljare inte märker att de får sitt röstkort och att det skapas en oro kring hur de ska använda det.
- **Minskat valdeltagande**
Färre röstade i valet 2022 jämfört med valet 2018 både i Gävle och hela Sverige. Det innebär en utmaning att motivera och engagera väljare samt motivera röstberättigade att delta i den demokratiska processen.
- **Begränsade annonseringsmöjligheter i sociala medier**
META:s nya regler för politisk och samhällsrelaterad annonsering gör det svårare för oss att nå ut via sociala medier. Detta ställer krav på att vårt organiska innehåll engagerar för att få spridning. Samt att vi ser över alternativa kanaler och ökad samverkan.
- **Desinformation och ett osäkert omvärldsläge**
Valet 2026 klassas som en särskild händelse av Polismyndigheten. Kommunikationsarbetet behöver därför ha hög beredskap för krishantering och tydlig samordning för att upprätthålla förtroendet för valprocessen.
- **Fler målgrupper kan få ambulerande röstmottagning**
Lagändringar innebär att fler grupper, till exempel personer på anstalt eller inom vårdinrättning, har rätt att begära ambulerande röstmottagare. Vi behöver säkerställa att berörda grupper och verksamheter känner till möjligheten och vet hur de går tillväga.

Målgrupp och målsättningar

Med utgångspunkt från tidigare val är rimliga målsättningar att samtliga röstberättigade ska få information om att det är val, hur de röstar och när de kan göra det. Målet är också att öka valdeltagandet i hela kommunen jämfört med valet 2022.

Strategi

Strategin består dels av en grundläggande informationskampanjen som anger var, när och hur man röstar. Den kompletteras med insatser för att öka valdeltagandet, underlätta valprocessen samt möta de nya utmaningarna. Detta sker genom att:

- Inspirera och motivera målgruppen att rösta
- Komplettera digital och tryckt information med muntlig direktkommunikation

Kanalval

För den grundläggande informationskampanjen används följande kanaler:

- [Gavle.se/val2026](https://gavle.se/val2026). Det är huvudkanalen för all valinformation. Här anges var, när och hur man röstar och med tydliga länkar till valmyndighetens nationella webbsida.
- Gävle kommuns sociala medier
- Stadstavlur i centrala Gävle och infartstavlur vid E4 och E16.
- Digitala skärmar inom Gävle kommunkoncern.
- Samverkan med biblioteken, vuxenutbildningen och andra verksamheter inom Gävle kommunkoncern för spridning av information inför valet.
- Samverkan med fastighetsägare och övriga näringslivet för spridning av information inför valet.

Valambassadörer

Gävle kommun rekryterar valambassadörer som opartiskt informerar målgruppen om valet. Särskilt stor vikt läggs vid valambassadörernas förmåga att förhålla sig politiskt neutrala. De genomgår en introduktion som utöver planering av insatser innefattar kunskap kring beskrivna ramar för valnämndens informationsinsatser.

De genomför uppsökande insatser mot målgrupperna, primärt utifrån en samtalsbaserad metodik.

För valambassadörer kommer det prioriterade kanalvalet att vara personliga möten. Vilka dessa är och omfattningen av dessa är en senare planeringsfråga i vilken valambassadörerna själva är medskapande. Det kan handla om:

- föreningsliv och civilsamhällets aktörer
- insatser i samband med evenemang
- samt under valdagen.

Kompletterande köpta kanaler

Dessa kan användas om budget tillåter. Exempelvis:

- hushållsutskick till samtliga hushåll med påminnelse om valet, information om hur valet går till samt information om förtidsröstningslokaler.
- radioreklam
- bussreklam
- annonser i matkedjor som exempelvis Willys och Lidl
- annonsering i media
- anslagstavlor/affischer vid mötesplatser, affärer, centrum och centrum i olika stadsdelar.