

Tinder en De Nationale Jeugdraad (NJR) bundelen krachten om jongeren naar de stembus te krijgen

In aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen krijgen Tinder-gebruikers stapsgewijze instructies over registraties, machtigen, doorverwijzen en een stem-checklist

Tinder en [De Nationale Jeugdraad \(NJR\)](#) lanceren vandaag samen een campagne met als doel om jonge en nieuwe kiezers aan te moedigen om te gaan stemmen voor de Tweede Kamerverkiezingen op 22 november. Vanaf 1 november tot en met 22 november zullen alle Tinder-gebruikers in Nederland verschillende zogenaamde "Swipe Cards" (onderstaande afbeeldingen) te zien krijgen in de app. Wanneer een gebruiker de kaart naar rechts swipet, worden ze direct doorgestuurd naar een Instagram-reel die linkt naar de [landingspagina](#) van de NJR, waar toegankelijke bronnen beschikbaar zijn om zich verder te verdiepen in de politiek.

De campagne zal niet alleen benadrukken waarom stemmen belangrijk is, maar ook stapsgewijze instructies bieden over hoe je je kunt registreren, iemand kunt machtigen om namens jou te stemmen, en gebruikers doorverwijzen naar de stem-checklist van de Nationale Jeugdraad (NJR).



In Nederland wordt politiek steeds meer een "hot topic" onder Tinder-gebruikers. Zo komt de term "politiek" de afgelopen 12 maanden maar liefst 186% vaker voor in Tinder-bio's. Voor veel Tinder-gebruikers is het in november de eerste keer dat ze de kans krijgen om te stemmen voor de Tweede Kamer.

"De helft van de Tinder-gebruikers in Nederland is tussen de 18 en 25 jaar oud en historisch gezien zijn jongvolwassenen het minst geneigd om te gaan stemmen," zegt Benjamin Puygrenier van Tinder Nederland. "Tinder zet zich graag in om dit te veranderen. We vinden het daarbij belangrijk deze grote groep ook adequaat te informeren. Door het delen van de stappen om te kunnen stemmen, in samenwerking met de Nationale Jeugdraad, hopen we samen de nieuwe generatie kiezers te laten zien dat ze echt een stem hebben in hun toekomst."

"De aankomende verkiezingen zijn buitengewoon belangrijk, vooral voor jongeren. Onderwerpen zoals mentale gezondheid, klimaatverandering, de wooncrisis en de financiële positie van jongeren zijn van groot belang en ze zijn allemaal met elkaar verbonden." aldus Kimberley Snijders, voorzitter van de Nationale Jeugdraad. "Het is aan de politiek om dit te gaan fixen. Als iedereen zijn stem laat horen, kunnen we onze stempel drukken op onze toekomst. Maar als jongeren niet worden betrokken bij wat er gebeurt, kunnen ze het gevoel krijgen: Politiek, dat is gewoon niet voor mij. We hebben creatieve oplossingen nodig om jongeren naar de stembus te krijgen, en daarom zijn we ontzettend enthousiast over de samenwerking met Tinder."

Hoewel deze campagne een primeur is voor Tinder in Nederland, steunde het bedrijf in het verleden al vergelijkbare initiatieven in andere landen, zoals voor de verkiezingen in [Brazilië](#) in 2018, het [Verenigd Koninkrijk](#) in 2019, de verkiezingen in de [Verenigde Staten](#) in 2020, [Duitsland](#) in 2021 of recentelijk in [Frankrijk](#) in 2022.

Additional assets available online:  [Foto's \(7\)](#)

<https://nl.tinderpressroom.com/nieuws?item=122604>