

RAPPORT AV EU-valet 2019

**Socialdemokraterna i Göteborg
LO Göteborg**

Reviderad 190620

EU-VALET 2019



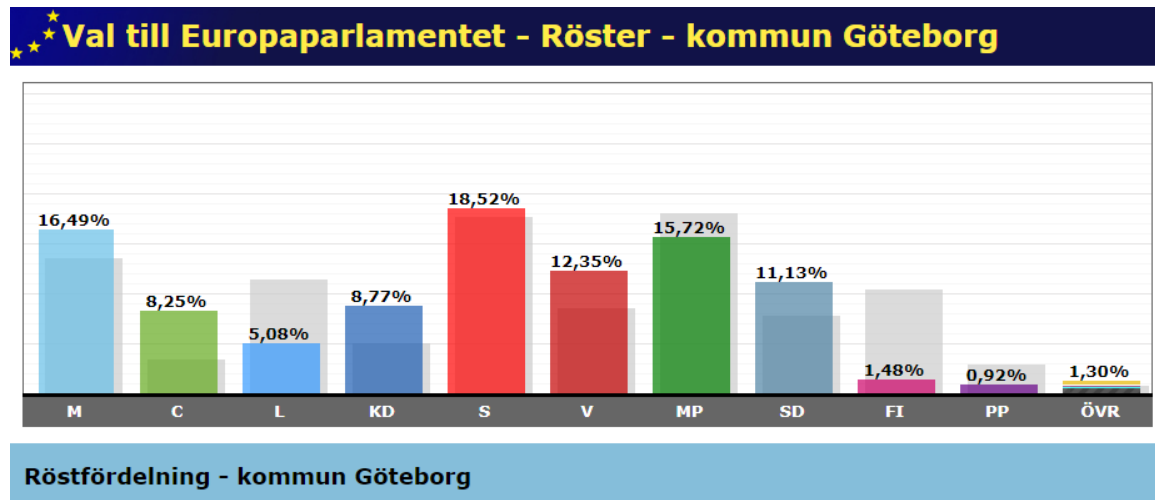
Målsättningar, Målgrupper, Budskap	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Valresultat.....	3
Målsättningar, Målgrupper, Budskap	3
Valorganisation	4
Ansvarsfördelning – nivåer/organisationer	7
Metoder	8
Valet på Arbetsplatser	8
Valet i stadsdelarna.....	10
Medlemsvärvning	13
Kommunikatörer.....	13
Kommunikation externt.....	15
Kommunikation internt.....	19
Stora möten	20
Valsedlar	21
Efterarbete	22



Sammanfattning (urval)

- 43 321 röster, en ökning med 4 065 röster jämfört med 2014
- 30 000 väljarsamtal redovisade via SAPen
- 10 000 frukostpåsar utdelade utanför arbetsplatser och vid knutpunkter
- 75 stycken torgmöten
- 2 500 uppsatta valtavlror
-

Valresultat



Socialdemokraterna fick i Göteborg 43 321 röster, eller 18,52%. Det var en ökning med 4 065 röster jämfört med 2014. Högst röstandel fick S i valdistrikt Östra Göteborg, Bergsjön, med 55,7 %.

Valdeltagandet i Göteborg ökade till 55,6% jämfört med 54,6% 2014.

Målsättningar, Målgrupper, Budskap

Vi ska följa den centrala valstrategin.

Resultat:

Vi hade ingen egen lokal valstrategi utan följde den centrala.



Valorganisation

Socialdemokraterna är ett folkrörelseparti där kraften ligger i att vi är många som strävar mot ett gemensamt mål. Genom att aktivera vår medlemskår till att göra insatser i valrörelsearbetet ökar vi våra chanser att nå de mål som fastslås i den här valplanen.

Valledare är Eva-Marie Rasmusson, förste ombudsman, Socialdemokraterna i Göteborg

Vice valledare är Leif Andersson, ombudsman, LO Göteborg

Resultat:

Som valledare var istället för Eva-Marie Rasmusson Claes Wennberg. Leif Andersson var vice valledare.

Styrelserna

Ansvarig: Claes Wennberg

Styrelsernas uppgift var att strategiskt leda partidistriktets verksamhet under året.

Styrelserna handhar partidistriktets och LO Göteborgs fortlöpande angelägenheter och förvaltar i överensstämmelse med stadgarna distriktskongressens fattade beslut. Styrelsen är mellan distriktskongresserna partidistriktets högsta beslutande organ. Styrelsen utser inom sig ett verkställande utskott var uppgift är att bereda och verkställa styrelsens beslut.

Mål

Styrelsen ska strategiskt leda partidistriktets arbete. Så att partidistriktet fullgör sina uppgifter enligt stadgan samt att verksamheten utvecklas i den riktning som distriktskongressen beslutat om.

Resultat

Enligt plan. Distriktsstyrelsen tog EU-valplanen, men hade i övrigt ingen operativ roll som styrelse.

Politisk valledning

Ansvarig: Claes Wennberg

En mindre politisk valledning möjliggör snabbare beslut och ger flexibilitet. Uppgiften för den politiska valledningen är att göra politiska och strategiska avvägande under valrörelserna. Vidare ska den politiska valledningen ha ett ansvar för att fatta beslut och samråda kring eventuella personvalskampanjer.

Mål

Att leda valrörelsen politiskt och övergripande strategiskt i enlighet med den av styrelsen antaga valstrategin.

Personvalskampanjer ska bedrivas på ett sätt så att de bidrar till att målen i valstrategin uppfylls.



Resultat

Delvis enligt plan. Den politiska valledningen hade bara två telefonmöten, 15 och 22 maj. Anledningen var dels bytet av valledare i valrörelsens uppstart vilket ledde till tappad fart, dels att behovet av fler möten inte uttrycktes. Inga lokala kandidater hade egna kampanjmedel.

Organisatorisk valledning

Ansvarig: Claes Wennberg

För att valrörelsen ska genomföras på ett effektivt sätt och följa den fastslagna strategin så behöver valrörelsen samordnas och hållas ihop organisatoriskt.

Mål

Att samordna valrörelsens aktiviteter samt leda valrörelsen organisatoriskt.

Medel

På sammanträden med den organisatoriska valledningen ska planering och rapportering av genomförda och planerade aktiviteter göras, eventuella problem ska lösas och ytterligare initiativ för att förstärka det politiska budskapet diskuteras.

Kontakter med den politiska valledningen, samordning med riksdagsgruppen, regionstyrelsegrupp och KS-grupp är andra viktiga arbetsuppgifter.

Den organisatoriska valledningen ska också bevaka de prioriteringar som gjorts i strategin när det gäller budskap, målgrupper och särskilt styrda insatser.

Den organisatoriska valledningen leds av partidistriktets valledare som är huvudansvarig för hela valorganisationen.

I den organisatoriska valledningen ingår följande:

- 20 st valorganisationer från stadsdelskretsarna.
- 4 st från fackliga utskottet.
- valorganisatörer från sidoorganisationerna.
- Ordföranden för seniorutskottet.
- Partidistriktets ombudsmän.
- LO-ombudsmän, 2 pers.

Ytterligare personer kan knytas till den organisatoriska valledningen vid behov.

Organisatoriska valledningen kan vid behov kalla in föreningarnas valorganisatörer till möte.

Resultat

Enligt plan. Den organisatoriska valledningen samlades fysiskt 4 gånger (30 jan, 19 feb, 27 mars och 12 juni) samt hade telefonmöten de sista tre veckorna två gånger i veckan. Kretsarna var representerade vid i stort sett varje möte. Till valledningen knöts även två personer från kommunstyrelsegruppen. Vid mötena samordnades aktiviteter, både mellan kretsarna som tillsammans med partidistriktet.



Partiexpeditionens roll

Ansvarig: Claes Wennberg

Partidistriktets expedition ska vara tillgänglig för såväl medlemmar som för väljare och ha ett brett utbud av valrörelsematerial, som föreningarna kan hämta till sina aktiviteter.

Mål

Att underlätta för partidistriktets föreningar i valrörelsearbetet.

Att all personal på partidistriktet har nödvändig kunskap rörande valrörelsen och dess plan.

Att utöka tillgängligheten till expeditionen för så väl medlemmar som för väljare.

Resultat

Enligt plan. Föreningar kunde hämta material på expeditionen. Personalen fick utbildning och tillgängligheten utökades. Tre personer valanställdes av partidistriktet under maj månad för att stärka upp expeditionen, partidagar och kommunikationen.

Utskottens roll

Facklig-politiska utskottet

Ansvarig: Eva Olofsson

Utskottets uppgift är att vara en förlängd arm mellan partidistriktets styrelse och de fackliga förbundsavdelningarna i valrörelsen.

Facklig-politiska utskottet kommer bjuda in till frukostmöten med politikermedverkan dels för att stämma av läget och dels som kunskapsinhämtning. Utskottet ska initiera det facklig-politiska arbetet i valrörelsen och har därför tagit fram en gemensam grundläggande EP-valplan. Den 3 april inbjuds fackliga valledare på förbundsavdelningarna, förtroendevalda på arbetsplatsklubbar/sektioner, S-fackklubbar i Göteborg och Göteborgsområdet till en facklig-politisk valupptakt med bl a argumentationstrimning.

Mål

Att ha en gemensam grundläggande facklig-politisk EP valplan

Att genomföra en EP valupptakt med argumentationstrimning för minst 150 personer

Resultat

Den 3 april genomfördes en facklig-politisk valupptakt med 100 deltagare. Medverkande gjorde bl a Johan Danielsson, nr 2 på EU-valsedeln och Paula Thunberg Bertolone, ombudsman IF Metall Förbundet centralt. Initiativet till en gemensam valplan kom från facklig-politiska utskottet. Valplanen mål var det minsta möjliga som skulle genomföras i valrörelsen. Förbundsavdelningarna och S-fackklubbarna egna aktiviteter utöver den gemensamma planen så som politikerbesök på fackliga utbildningar, pass i valstugor, det



ringes hos ett flertal förbundsavdelningarna, delades ut 10 000 frukostpåsar utanför arbetsplatser och vid knutpunkter kl. 06.00. Vid ett sådant utdelningstillfälle deltog Anna Ekström, utbildningsminister. Den 17 maj hade vi ett frukostmöte på Kommunal Väst avdelning med ca 60 deltagare. Annika Strandhäll, socialförsäkringsminister deltog och peppade de närvarande.

Ansvarsfördelning – nivåer/organisationer

För att valrörelsen ska bli optimal både i budskap och resursmässigt är det av vikt att ansvarsfördelningen mellan nivåerna är tydliga.

Central valorganisation

Ansvar för och samordning av den nationella valrörelsen - att politiskt och budskapsmässigt hålla ihop valrörelsen, samt arbetet inom kampanjorganisationen, nationellt.

Ledning och stöd till partiorganisationen genom:

- Nationell valstrategi med politiska budskap/frågor.
- Central kommunikations- och kampanjplattform.
- Utveckling och drift av gemensamma verktyg och metoder.
- Nationella utbildningar, konferenser, turnéer och större evenemang.

LO-distriktet

LO-Väst har för egen del utarbetat en valstrategi som bland annat innebär att LO aktivt kommer att stödja partidistriktet genom att koppla en kontaktperson till respektive partidistrikt. Partidistriktet förväntas få stöd genom att LO ställer kompetens till förfogande rörande arbetsmarknadspolitik, sysselsättning, näringslivsfrågor med mera som har nära koppling till jobbfrågorna.

Partidistriktet

- Ansvar för att samordna den lokala valrörelsen - att politiskt och budskapsmässigt hålla ihop valrörelsen, samt arbetet inom kampanjorganisationen, lokalt.
- Samordnande funktion för arbetarekommunens föreningar och valarbetare/medlemmar, samt för arbetarrörelsen (fackförbund och sidoorganisationer) i kommunen.
- Huvudansvar i partiet för att mobilisera medlemmarna och maximera väljarkontakterna i partiets gemensamma samtalskampanj.
- Ansvara för lokal kommunikation samt för kontakten med regionen och närliggande arbetarekommuner.
- Fördela och turnélägga riks- och regionpolitiker i partidistriktet.
- Organisera aktiviteter i samarbete med kretsarna.



Kretsarna

Samordnar den lokala valrörelsen inom stadsdelen. Varje krets har utsett två stycken valorganisatörer som ingår i den organisatoriska valledningen. Dessa i sin tur samordnar föreningarna i varje krets utåtriktade arbete, planerar dörrknackningar, torgmöten, hemma hos mm utifrån målgruppsanalysen. Några kretsar kommer att ansvara för valstugor.

LO och fackförbunden

LO och dess 14 medlemsförbund kommer att genomföra en samtalskampanj med ett stort antal arbetsplatsbesök, aktiviteter vid knutpunkter och bemanning av valstuga på Järntorget. LO kommer att samordna mycket av aktiviteterna t ex valbilen och valstugan men även förbundsavdelningarna själva ansvarar för aktiviteter. LO kommer också att ha ett antal valarbetare anställda för att stötta förbundsavdelningarna och partidistriktet i valrörelsen.

Resultat

Enligt plan.

Metoder

Valet på Arbetsplatser

Ansvariga: Leif Andersson och Eva Olofsson

Övergripande

De 14 förbunden inom LO kommer att ha en gemensam kandidat på valsedel, Johan Danielsson. Vilket är en samlande kraft, Johan är dock relativt okänd. Därför har vi en valupptakt där Johan finns med utöver argumenttrimning, studiepresentation mm. En del förbundsavdelningar har anställt valledare och har genomarbetade valplaner, medan andra har en "lösare" planering. Vi kommer därför ta fram en gemensam EP-valplan som kan antas helt eller delvis och implementeras i befintlig valplaneringen.

Arbetsplatser

Ansvarig: Eva Olofsson

Det är viktigt att vi finns på arbetsplatserna för att belysa att fattade beslut i Europaparlamentet påverkar var och en både i arbetslivet och på fritiden. I detta arbete är de förtroendevalda en mycket viktig del men också våra politiker. Vi kommer därför erbjuda arbetsplatsklubbar politikerbesök på arbetsplatserna men också politikermedverkan vid fackliga aktiviteter, fackliga möten och utbildningar mm.

Mål

Att genomföra minst 40 facklig-politiska aktiviteter med politikermedverkan



Resultat

Målet är svårt att mäta då inte alla förfrågningar om politikermedverkan gick via partidistriktet men t ex vet vi att IF Metall hade flertal politikerbesök på arbetsplatser samt på alla deras fackliga utbildningar. 6F hade också med politiker då de t e x stod utanför större byggen med korvkök och på Landvetter flygplats. Volvo Sdf hade materialutdelning i samband med träff för 250 förtroendevalda, SKF hade 250 material utanför portarna vid skiftbyte, Handels hade 500 utdelningsmaterial utanför Jollyroom och närliggande Handelsarbetsplatser, Kommunal fanns bl a vid SU.

Utdelningar

Ansvarig: Eva Olofsson

Aktiviteter vid skiftbyten utanför större arbetsplatser och vid knutpunkter.

Mål

Att vid minst fyra tillfällen under valrörelsen ha utåtriktade tvärfacklig-politiska aktiviteter
Att tillhandahålla utdelningsmaterial för S-fackklubbar och förbundsavdelningar

Resultat:

En spårvagnshållplatskampanj gjordes vid tre tillfällen. Det innebar att det fanns valarbetare på varenda hållplats mellan punkt A och punkt B och delade ut frukostpåsar (Tynnered-Marklandsgatan, Bergsjön-Gamlestan, Biskopsgården-Backaplan. Även på Järntorget gjordes frukostpåseutdelning. Ett flertal nya medlemmar värvades till partidistriktet under dessa aktiviteter. Partidistriktets källare på Heurlins plats 15 var material central samt att frukostpåsar packades där.

Valbil och valstuga

Ansvarig: Leif Andersson

LO Göteborg kommer ha en valbil som kan vara vid arbetsplatser och knutpunkter, där samtal kan föras om vikten av att rösta i EP-valet för schyssta villkor och mot högerextremismens utbredning i parlamentet. Denna valbil kommer i viss mån att fungera som en mobil valstuga. En fast valstuga på Järntorget "adopterar" av förbundsavdelningarna dagtid och kvällstid tas den över av partidistriktets centrumföreningar.

Mål

Att bemanna valstugan på Järntorget dagtid på vardagar under valrörelsen
Att valbilen finns behjälplig vid minst 20 facklig-politiska aktiviteter

Resultat

Valstugan bemannades med någon timmes undantag såsom planerat, d.v.s. vardagar 11 – 16 från den 6 – 24 maj. Under dessa cirka 75 timmar som valstugan var öppen registrerades långt över 100 samtal. Valstugan var inte alltid så välbesökt men symbolvärdet i att vi fanns på vårt torg (Järntorget) skall inte underskattas.



Valbilen var väl använd, 6 stora frukostpåseutdelningar samt ett tjugotal aktiviteter vid arbetsplatser där 6f bjöd på korv med bröd och registrerade tusentals samtal.

Valet i stadsdelarna

Dörrknackning – vår mest prioriterade metod

Ansvarig: Rikard Andersson

Erfarenhet och forskning visar att det mest effektiva sättet att nå våra målgrupper är genom dörrknackning. Dels går det med stor tydlighet att räkna ut var målgrupperna bor och dels är den personliga kontakten viktig. Enligt expertisen så krävs det femton direkta samtal för att skaffa en ny röst att jämföra med ca: 170 materialutdelningar i brevlådor.

Vi kommer därför att satsa på en stor dörrknackningskampanj i våra stadsdelar. För att utöka kvaliteten på dessa kommer teamledare att utses och utbildas och de som knackar kommer att erbjudas utbildningar i metodik.

80% av våra samtal ska genomföras via dörrknackning vilket motsvarar 24 000 när målbilden är totalt 30 000 samtal.

Resultat

Vi genomförde en framgångsrik dörrknackningskampanj, något som tydliggörs av att valdeltagandet i snitt var 5% högre eller mer i mobiliseringsområden där vi satsade stort på dörrknackning i jämförelse med andra jämförbara områden där vi inte knackade lika många dörrar. Under valrörelsen genomförde vi totalt 30 000 samtal. Dock var ”enbart” 29% av dessa dörrknackningssamtal, en bra bit från målet om 80%.

Ringcentral – dom vi inte når via dörrknackning

Ansvarig: Rikard Andersson

Partidistriktet ansvarar för att det finns minst en lokal att sitta och ringa från. Vi ger ringare möjlighet att ringa tillsammans med andra. Vi använder ett webbverktyg. Ett samtal åt gången. Det är en beprövad metod som fungerar. Det personliga samtalet är viktigt. Innan vi kör igång ger vi ringarna möjlighet att få en introduktion i hur det fungerar samt hur vi agerar under ett samtal, start och avslut.

Resultat

Projektet genomfördes enligt plan. Liberté användes som ringstudio. Ringmetoden användes sporadiskt i valrörelsens inledning men ökade i frekvens mot slutet av valrörelsen. Sista helgen var ringstudion flitigt använd. Totalt genomfördes ca 5000 ringsamtal under valrörelsen, vilket utgör 17% av den totala mängden samtal som genomfördes.



Torgmöten

Ansvarig: Anton Åvall

Konkreta mål

Socialdemokraterna i Göteborg ska genomföra 50 torgmötesaktiviteter under valrörelsen. Det inkluderar ex frukostpåutdelningar, men ej valstugeaktiviteter.

Metod

Partidistriktet erbjuder alla kretsar och föreningar som behöver torgmötespaket innehållande torgmötesbord, beachflagga, ballong och pinne, flygblad, övrigt utdelningsmaterial, värvarblock, lockvara (ex godis), s-klädesplagg. Partidistriktet ska ha ett eget torgmötespaket.

Varje torgmöte har en särskild dagordning med samling innan om aktivitetens syfte och upplägg, personliga mål för aktiviteten, avrapportering efteråt och redovisning i sappen. Metoden samordnas mellan projekten torgmöten, dörrknackning, knackteamen och valstugor.

Resultat

Under valrörelsen hölls 75 stycken torgmöten runtom i distriktet, vilket är exakt 150% av målet. I detta arbete drog kretsarna såväl som stadshuset ett stort lass. Totalt höll nio stycken kretsar + stadshuset torgmöten. Från partidistriktets sida såg vi till att alla kretsar hade rätt förutsättningar för att kunna hålla torgmöten genom att köpa in torgmötes-utrustning till de som anmälde att de behövde.

Valtavlor

Ansvarig: Rikard Andersson

Mål

Vi ska sätta upp 2 500 valtavlor.

Metod

Vi har beställt från partistyrelsen 2 500 organisationsaffischer i plast samt 150 organisationsaffischer i papper. Totalt 2 650. De har förstansade hål. De behöver ej klistras. Vi behöver 8 000 buntband för att sätta upp dem. Vi ansvarar själva för att ta ned tavlorna och tar alltså inte hjälp denna gång av staden.

Organisation för uppsättning

Varje stadsdelskrets	200 tavlor var (totalt 2000 tavlor)
Den fackliga kretsen	200 tavlor
SSU	200 tavlor
Reserv på pd	100 tavlor

Resultat

Enligt plan. Samtliga valtavlor sattes upp.



Valstugor

Ansvarig: Carina Ring

Valstugan är ett klassiskt inslag i svensk valrörelse. Den stora fördelen med dessa är att de står på samma plats, som medborgare kan man gå hem och grubbla över en frågeställning för att senare komma tillbaka nästa dag och utveckla den.

Valstugorna kommer att placeras på: Kopparmärra, Järntorget, Backaplan och Angered Centrum.

Resultat

Vi hade som planerat valstugor vid Kungssportsplatsen, Järntorget, Backaplan och i Angered C mellan måndagen 6 maj och söndagen 26 maj. Valstugorna vid Kungssportsplatsen, Järntorget och Backaplan hade öppet 7 dagar i veckan och valstugan i Angered C 6 dagar i veckan. Totalt hade valstugorna öppet i 178h (Kungssportsplatsen 48h, Backaplan 48h, Järntorget 43h, Angered 39h) under valrörelsen och vid dem genomfördes uppskattningsvis 9300 samtal.

Valstugan vid Kungssportsplatsen ansvarade partidistriktet för i samarbete med Centrumkretsen och Majorna-Linnékretsen. Valstugan vid Järntorget ansvarade LO för i samarbete med partidistriktet. Valstugan i Backaplan ansvarade Hisingskretsarna för och valstugan vid Angered C ansvarade Angeredskretsen själv för. Arbetet i valstugorna fortlöpte bra, vid sidan av vissa mobiliseringssvårigheter.

Liksom under höstens allmänna val hade vi valstugor i form av containrar. Detta lämpar sig mycket väl eftersom de är stryktåliga och har en hög grad av inbrottsäkerhet.

Sociala medier

Ansvarig: Jesper Hallén

Sociala medier är ett redskap där vi har möjligheten att rikta våra budskap på olika sätt till olika målgrupper. Budskapen ska riktas så att de träffar så rätt som möjligt utifrån målgrupper och prioriterade politiska frågor är. Genom Facebook ska vi på ett offensivt sätt även försöka komma igenom det mediala bruset genom att reagera på det som händer i valrörelsen. Vi kommer till största delen använda oss utav partiets nationella digitala material.

Resultat

Genom framförallt Facebook har vi haft hög närvaro med vår kampanj.

Evenemang (t ex debatter, ministerbesök osv)

Kampanjfilmer med både politiker och partimedlemmar.

Delningar av både eget och centralt producerat kampanjmaterial med våra huvudbudskap

Annonsering/riktade insatser (se annonsering)



Hammarkullekarnevalen 24-26 maj

Ansvarig: Carina Ring

Mål

Att under karnevalens tre dagar nå ut med våra budskap till så många besökare som möjligt samt att få så många som möjligt att gå och rösta och lägga sin röst på Socialdemokraterna. Att få minst 100 personer per dag att avge löfte att rösta S. Viktigt att tänka på är att ha material på andra språk tillgängligt. Detta då en stor andel av karnevalens besökare har ett annat modersmål än svenska. Viktigt är även att ha material som beskriver hur och var man kan rösta (även det på olika språk).

Resultat

Under 3 dagar hade vi möjlighet att prata med festivalbesökare om att gå att rösta under valrörelsens slutspurt. Vi hade 2591 besökare i tältet som vi delade med LO. Vi hade valmaterial på engelska och arabiska samt hur man röstar på alla språk som finns tillgängliga på val.se. Kurdiska sdf och Hammarkullens sdf var samarbetspartners. Vi hade en tipspromenad med frågor först och främst om EUvalet. Priserna var presentkort på bio och Liseberg (2st varje dag) Det behövs många valarbetare för att bemanna tältet eftersom det är öppet länge på kvällarna. Att ta med sig till nästa gång är att det är viktigt att vi syns med våra politiker och om möjligt att prata under invigningen.

Medlemsvärvning

Ansvarig: Claes Wennberg

Se verksamhetsplan 2019.

Kommunikatörer

Våra kommunikatörer är företrädare, kandidater, valarbetare, medlemmar, och alla som sympatiserar med oss. Målet är att fylla dessa grupper med så mycket kunskap som möjligt i relation till sina roller.

Huvudkommunikatörer

Våra huvudkommunikatörer de på EP-valsedeln med Göteborgsanknytning samt för LOs del Johan Danielsson.

Resultat

Enligt plan. LO-förbunden lyfte fram Johan Danielsson, SSU och partidistriktet Linus Glanzelius och partidistriktet Mariya Voyvodova.

Statsrådsbesök

Ansvarig: Kristina Körnung



Vi kan förvänta oss ett ökat antal statsråd och andra ledande nationella företrädare som besöker Göteborg under valet. För varje besök ska besökets syfte tydliggöras, dess roll för valrörelsen samt säkerställas att det sker i linje med valstrategin. Särskilt fokus läggs på det mediala genomslaget.

Resultat

Under EU-valrörelsen ansvarade partidistriktet för ett stort antal inkommande besök. Under maj månad mottog Göteborg ett stort antal statsråds- och kandidatbesök tillsammans med besök av statsministern samt partisekreteraren. Totalt hade vi 13 inkommande besök, varav några var återkommande under månaden.

Besöksplaneringen låg i linje med valplattformen. Även om tidshorisonten för planeringen var kort, lades program som vägde in politiska prioriteringar samtidigt som dessa värderades utifrån statsrådets sakområde. I några fall genomfördes besök som var kopplat till excellens inom ett område, som utmärkelse för bästa Europasamarbete (Erasmus).

Störst genomslag fick besök som kopplades till redan planerade aktiviteter. Detta kunde handla om att invigningstala vid större konferenser/sammanslutningar eller genom att anordna en aktivitet som knöt an till ett större, aktuellt tema. Det nationella mediagenomslaget för återskapandet av den klassiska bilden vid rösträttsdemonstrationen på Järntorget 1918 är ett sådant gott exempel.

En bra samverkan mellan partidistriktet, stadshus, region, SSU, GSHF, S-kvinnor samt kretsar och partiföreningar är en viktig faktor för kvalitetsmässiga besök. Att skapa mer innovation i besöksmål och upplägg är ett viktigt utvecklingsområde.

En övergripande slutsats och rekommendation är att utveckla, gemensamt mellan partidistriktet och politiska företrädare i stad och region, en specifik besöksstrategi. Det räcker inte med att konstatera att syftet ska följa valstrategin, utan gemensamma överväganden utifrån valstrategin behöver diskuteras och värderas mer strategiskt. På sätt kan vi skapa synergieffekter och säkerställa resultat.

Talarförmedling

Ansvarig: Claes Wennberg

Samtliga externa förfrågningar om talare, medverkande eller företrädare till aktiviteter ska hanteras skyndsamt och professionellt. Då volymen av externa förfrågningar blir stor under en valrörelse byggs en särskild organisation upp för det. Förfrågningar som kräver ett politiskt ställningstagande stäms av med den politiska valledningen.

Resultat

Det var endast enstaka förfrågningar till partidistriktet om talare. Frågor gick istället direkt till kandidaterna.



Medlemmar

Ansvarig: Carina Ring

Mål

Medlemmarna är de som kommer föra samtalen i valrörelsen. De ska vara rustade med vår politik, på ett maner som passar mottagaren. De ska dessutom vara rustade för att bemöta människor. Under våren 2019 kommer samtliga medlemmar erbjudas utbildning/argumentationstrimning utifrån ett nationellt framtaget studiematerial. Material kommer att presenteras på vår hemsida.

Resultat

Under våren har vi genomfört medlemsutbildningar om 6 träffar både på kväll och dagtid. Dessutom har vi arrangerat 8 argumentationsträffar på kvällstid under olika dagar och 1 på dagtid, runt om i Göteborg för att den ska vara tillgänglig för så många som möjligt. Det har varit mycket uppskattat. Materialet var centralt publicerat och har varit tillgängligt för alla via vår studiehemsida.

Det var färre valarbetare än under det allmänna valet hösten 2018. Inte alla politiskt förtroendevalda valarbetade.

Kommunikation externt

Ansvarig: Jesper Hallén

All vår kommunikation ska vara proffsigt framtagen för att vi ska framstå som den seriösa och kompetenta aktör vi är. Kommunikationen ska i så stor utsträckning som möjligt hålla sig till våra prioriterade frågor. Vi ska ligga nära och utgå ifrån den nationella valstrategin. Det ska vara tydligt att vi har en sammanhållen valrörelse. Kommunikationsgruppen arbetar med att leda, samordna och producera innehåll till olika utspel, kampanjmaterial, köpt reklam och sociala medier. Samt med att ta fram underlag, talelinjer, förbereda debatter, hantera media, ordna pressträffar, krishantera, paketera nyheter, omvärldsbevaka, säkra strategirelevansen internt samt vara lyhörd mot partiorganisationen och dess behov.

Gruppen ska löpande arbeta fram utspelsplaner för systematik i kommunikationen för att uppnå förstärkningar samt för att undvika att slåss om medieutrymmet.

Gruppen gör ingen distinktion mellan det skrivna ordet och det politiska samtalet. Mot denna bakgrund ansvarar gruppen också för det strategiska tänket bakom bland annat statsrådsbesök, talarförmedling och initiativ till dialoger och öppna möten med förtroendevalda.



Mediestrategi

Vi ska ha en hög och stringent medienärvaro. Den ska hålla sig till vår strategi i så hög utsträckning som möjligt. Målet är att nå ut på nyhetsplats men även på debattsidorna ska vi ha hög närvaro.

Sociala medier

Primärt Facebook men även Instagram kommer användas för riktade budskap. Ett målgruppstänk ska präglade alla våra politiska utspel. Närvaron på sociala medier kommer vara avgörande i valrörelsen och vi ska därför ha en mycket hög närvaro.

Vi kommer även försöka styra tonen i våra egna och andras kanaler genom att ge våra valarbetare och företrädare förutsättningar att delta i den digitala valrörelsen.

Hemsida

Hemsidan ska fungera som en informationsbank för medlemmar, intresserade och nyfikna.

Materialproduktion

Vi ska försöka hålla nere antalet produkter för att vara så tydliga som möjligt. Vi kommer främst att använda oss av partiets nationella valmaterial.

Annonsering/marknadsföring

Vi kommer inte att köpa alltför mycket reklam. Vi kommer istället satsa på en hög medial närvaro och arbete med sociala medier.

Krishantering

Under de kommande månaderna fram till valdagen kommer medias granskning att bli än hårdare. Vi riskerar också att s.k. "fake news" tar plats även i seriösa media.

Mediegruppen ansvarar för att adekvata talepunkter osv tas fram när så behövs samt ger stöd till berörd/beröra politiker. Fram tills att den politiska valledningen är igång från och med 1 maj ansvarar verkställande utskottet för att ta de strategiska beslut som kan komma att behövas. Förste ombudsmannen har ett särskilt ansvar för att tillse att beslutande part får nödvändig information. Förste ombudsman har även ansvar för att i ett initialt skede föra partiets talan i saker som rör partiorganisationen, förtroendefrågor och dylikt.



Resultat

Sociala medier

Genom framförallt Facebook har vi haft hög närvaro med vår kampanj.

Evenemang (t ex debatter, ministerbesök osv)

Kampanjfilmer med både politiker och partimedlemmar.

Delningar av både eget och centralt producerat kampanjmaterial med våra huvudbudskap

Annonsering/riktade insatser (se annonsering)

Hemsida

Via en skräddarsydd EU-valsida har vi samlat information kring vår valrörelse och valaktiviteter, länkar till vår EU-politik, information om våra göteborgska kandidater.

Vårt kalendarium har varit fullt med våra valaktiviteter och en god informationskälla både internt och externt.

Materialproduktion

Vi har främst använt oss av två tryckta material. Det nationella vikta flygbladet "Dags att ta ställning" samt vårt egenproducerade göteborgska flygblad "Ta ställning". De båda materialen fungerade bra både som paket ihop eller var och en för sig. Vårt egenproducerade flygblad översattes även och fanns mot slutet av valrörelsen med fokus på Hammarkullekarnevalen även på bland annat engelska, arabiska och persiska.



Vi hade även ett begränsat antal större egenproducerade affischer som sattes upp runt om i staden samt på evenemang och valstugor.

Vid t ex Stefan Löfvens besök 17 maj tog vi fram ett speciellt flygblad samt affisch för att informera om besöket på Frölunda torg. Dessa delades ut/sattes upp i samband med kampanjaktiviteter i närområdet samt i valstugor.

Vi tryckte även upp vissa flygblad för att informera om speciella evenemang under valrörelsen. T ex ministerbesök med Ardalan Shekarabi och EU-kandidat Evin Incir i Bergsjön.

För vår göteborgska kandidat Mariya

Voyvodova tog vi tillsammans med henne fram ett speciellt flygblad för eget bruk vid hennes kampanjaktiviteter. SSU tog fram material för kandidat Linus Glanzelius.





Annonsering/marknadsföring

Digital annonsering genomfördes dels genom sociala medier samt i dagspress. Vår ambition var att hålla nere vår köpta annonsering.

Annonsering och riktade kampanjer på Facebook

genomfördes i viss mån bland annat vid Stefan Löfvens besök. På grund av problem med

auktorisering med mera begränsades vår Facebookkampanj något. Det här var ett problem som drabbade flera partidistrikt.



Annonsering i dagspress. Inför Stefan Löfvens besök 17 maj annonserade vi digitalt i GP dagarna innan med en större banner med information om besöket på Frölunda torg. Under Hammarkullekarnevalen hade vi likt tidigare år en

annons i GP:s stora Karnevalsbilaga. Vi hade en tanke om att ha en stor gemensam annons tillsammans med LO men kom till slut fram till att ha varsin.

Digital kampanjrörelse

Under slutdebatten drog vi ihop ett gäng digitala kampanjarbetare för en större digital kampanjinsats. Något vi kan arbeta vidare med framöver.

Kampanjfilmer

Vi producerade fyra externa kampanjfilmer under valrörelsen som publicerades på Facebook och delades.

1. Förtidsröstning med Mattias Jonsson och Marina Johansson

En uppmaning och uppmuntran att förtidsrösta. Inspelat vid förtidsröstningslokal Börsen. Drygt 1000 visningar och 19 delningar.

2. Uppsnack med Heléne Fritzon och Mariya Voyvodova. Under Fritzons besök passade vi på att ta ett snack med vårt förstanamn och vår egen #23.

Drygt 400 visningar och fem delningar.

3. Röstuppmaning med Mariya Voyvodova utanför förtidsröstningslokal Börsen.



Drygt 500 visningar och fem delningar.

4. Allas lika värde – HBTQ+. Tillsammans med Joakim Berlin som på ett personligt sätt fick lyfta fram vårt arbete mot extremism och för allas lika värde.

Cirka 2000 visningar och 30 delningar.

5. Allas lika värde – Extremhögern. Tillsammans med Mariya Voyvodova lyftes hotet från extremhögern fram och vikten av att använda sin röst. Cirka 600 visningar och fyra delningar.

Kommunikation internt

Ansvarig: Jesper Hallén

Sociala medier

Vi kommer använda Facebook till att ge våra valarbetare det självförtroendet de behöver för att driva vår valrörelse. Grupper på Facebook kommer även användas för att informera om och uppmuntra till debatt på nätet.



Hemsida

Hemsidan ska vara en plattform för våra medlemmar där de hittar material och tid/plats för aktiviteter.

Materialproduktion

Vi kommer i huvudsak att använda det nationella materialet. En målsättning är att lokalt ta fram material på andra språk då partistyrelsen inte kommer att vara behjälplig med detta.





Resultat

Sociala medier

Genom främst Samtalskampanjgruppen på Facebook mobilisering och uppmuntran samt information om kommande kampanjinsatser.



Film

Vi producerade ett antal "EU-valnytt" med aktuell information och lägesrapport från valrörelsen. Dessa lades ut i Samtalskampanjgruppen på Facebook.

Epost

Medlems- och föreningsmail med information om valrörelsen och kommande kampanjinsatser. Länkar till anmälningsquestbacks med mera.

SMS

Två SMS-utskick under slutspurten med slutspurtskampanjinformation samt ett med information om valvaka.

Utskick

Ett brevutskick gick till alla medlemmar med flygblad och informationsblad.

Slutsats:

En godkänd kommunikativ insats.

Stora möten

1 maj och valupptakt

Ansvarig: Leif Andersson och Carina Ring

Mål

Första Maj är starten på valrörelsen. Arrangemanget sker i samverkan mellan LO Göteborg och partidistriktet.

Valupptakten kommer att äga rum på Valand efter att 1 majfirandet avslutats. Detta sker i samarbete med ABF och LO Göteborg.

Resultat

I år körde vi ett 1 maj light. Inget extra utan med minsta möjliga resurser. Vi genomförde första maj i bra väder och med gott humör. På Olof Palmes platsarrangerade LO-facken förrangemang med fiskdamm och familjeaktiviteter.

Lena Hallengren var huvudtalare på Götaplatsen och vi hade både ny distriktsordförande



Mattias Jonsson och SSU ordförande Hanna Andersson.
Det var 1400 deltagare i tåget.

Valvaka

Ansvarig: Leif Andersson och Eva Olofsson

En valvaka är ett naturligt avslut på en valrörelse. I samverkan mellan LO och partiet samt ABF Göteborg har vi en valvaka där vi kan inhämta de första prognoserna av valresultatet, njuta av att äta en bit mat tillsammans, känna gemenskap och samhörighet.

Mål

Att genomföra en valvaka den 26 maj för minst 120 personer

Resultat

Valvakan genomfördes i samverkan mellan LO Göteborg, ABF Göteborg och partidistriktet. ABF ordnade med trubadur och PA. Ett drygt 80-tal valarbetare anslöt till valvakan, där en AW buffé erbjöds mellan 19.00-21.30. Partidistriktets ordförande Mattias Jonsson, partidistriktets facklige-ledare Kristofer Bergman samt EU-valkandidaterna Mariya Voyvodova och Linus Glanzelius höll tal. På TV monitorerna sändes förutom TV4 och SVT valvakorna också filmer/foton från valrörelsen i Göteborg.

Valsedlar

Ansvariga: Eva Olofsson

Europaparlamentsvalsedeln beslutas av partistyrelsen efter nomineringar från partidistriktet.

Socialdemokraterna har därför en och samma valsedel över hela landet.

Valmyndigheten i Göteborg sköter att vår valsedel finns i förtidsröstningslokalerna samt i vallokaler på valdagen. Partidistriktet tillgodoser föreningar med extra valsedlar för utdelning under dörrknackning, torgmöten mm. Ingen valsedelsförsändelse kommer att ske i detta val.

Mål

Att tillhandahålla tillräckligt med valsedlar för bl a föreningarnas utdelningsaktiviteter

Medel

Vi gör en extrabeställning hos partistyrelsen av valsedeln så att den finns för avhämtning på expeditionen, 11 kartonger á 16 000 valsedlar/st.

Resultat

Inget valsedels utskick till hushållen gjordes men ett brev till alla medlemmar (3 800st) den 30 april innehöll två valsedlar och en uppmaning att förtidsrösta den 8 maj.

Centrum kretsen, Östra kretsen, Angeredskretsen, Askim-Frölunda-Högsbo kretsen, Västra Hisingen kretsen delade ut valsedlar på valdagen. I valstugor och i frukostpåsar fanns valsedlar.



Efterarbete

Utvärdering

En av de viktigaste delarna i en process är utvärderingen. Det är genom att utvärdera vad som har fungerat bra och vad som fungerat mindre bra som vi kan vässa våra arbetsmetoder ytterligare inför kommande valrörelser.

Valanalysgrupp/Valanalys

En analysgrupp med tillhörande uppdrag utses av distriktsstyrelsen i enlighet med nedan, för att träda praktiskt i tjänst i utvärderingstiden direkt efter Ep-valet. Gruppens arbete ska ligga till grund för en rapport på hur partiet kan utveckla sitt arbete inför kommande val. Det är av stor vikt att expeditionen knyts till valanalysgruppen för att säkerställa att all valverksamhet analyseras då det är den vi har egen rådgivning över i detta val. Budskap osv hanteras helt av den nationella nivån.

Resultat

En valanalysgrupp kommer att tillsättas.