

# Valgkampevaluering

Valgkrets Vestfold

## Innhold

### Forutsetninger før valget

Målsetning

Covid-19

Det politiske landskapet

### Forberedelser

Valgkampsgruppe

Skolering

Mobilisering

### Gjennomføring

Lokal aktivitet

Sosiale medier

Debatter

Andre arrangementer

### Valgresultater

## Forutsetninger før valget

### Målsetning

Vårt mål i 2021 var å få inn førstekandidat Grete Wold. Det var en stund siden sist Vestfold hadde fått inn egen representant, og med et politisk landskap hvor SV hadde vært mer relevant og fått mer medlemsvekst enn på mange år, var dette sett på som et realistisk og oppnåelig mål av mange medlemmer som ønsket å bidra.

Valgkampsansvarlig tror at dette bidro sterkt til å motivere medlemmer i stor grad, på tross av pandemi.

## **Covid-19**

Pandemien påvirket hele valgkampen til ethvert øyeblikk. Alle arrangementer, møter, stands, debatter, alt sammen var påvirket av pandemien. Det måtte ofte legges en plan B og C for hvert eneste arrangement. Det å finne passende lokaler var vanskelig, det å konstant sjekke opp restriksjoner før arrangementer var vanskelig. Det var vanskelig å forholde seg til råd som endret seg stadig vekk. Hyppig kontakt og mange avklaringer med kommuneoverlegen i Færder i forbindelse med et arrangement var bare en av få ekstra-oppgaver pandemien ga partiet. Dette påvirket naturligvis kapasiteten vår til å gjennomføre andre ting.

Valgkampen var riktignok en av de mer langsiktig stabile tidene under pandemien, men det var fortsatt veldig merkbart at det var pågående pandemi mens vi holdt på. Grete tok ofte debatter hvor f.eks 10 stk hørte på, og 7 av dem var heia-gjeng fra de andre partiene.

Covid-19 påvirket oss meget stort. Man kunne også merke forskjeller innad i valgkretsen, særlig i Horten var det mye strengere regler enn alle andre steder i valgkretsen. Der fikk man ikke lov til å ha med materiell på standene sine under hele valgkampen.

## **Det politiske landskapet**

Det politiske landskapet besto som sagt av at SV var mer relevante enn på lenge. Den blå regjeringen hadde kjørt ostepølvekutt i 8 år, og det var en generell oppfatning i befolkningen om at regjeringen med H, V og KrF var en usosial regjering.

Arbeiderpartiet hadde lenge blitt oppfattet som utydelige, og det er grunn til å tro at SV har fått mye av stemmene sine fra misfornøyde tidligere Ap-velgere. Det samme kan sies for valgvinger Senterpartiet, som gjorde sitt beste valg på mange år og mobiliserte store, forskjellige masser som hadde det til felles å ha «fått nok» av regjeringen og dens støttespillere.

Norstat gjennomførte en undersøkelse på vegne av Aftenposten og fant ut at sosiale forskjeller, skatter og avgifter, arbeidsliv, innvandring, distriktspolitikk, helse og miljø var de sakene som folk opplevde som viktigere under stortingsvalget i 2021, sammenlignet med 2019 og 2016. Disse tallene er basert på hele befolkningen, så naturligvis vil det være slik at enkelte grupper mer opptatt av enkelte saker (unge og miljø, f.eks) enn andre, men dette er da altså en helhetsvurdering.

## Forberedelser

### Valgkampsgruppe

Valgkampsgruppen for valgåret 2021 bestod av Grete Wold (1.kandidat), Aram Karim (2.kandidat og valgkampkoordinator), Charlotte Jahren Øverbye (3.kandidat), og Andrew Knight (sosiale medier ansvarlig). Valgkampgruppa var også hyppig i kontakt og samarbeid med distriktssekretær Marit Nagel Rønningen.

Gruppen ble satt ned tidlig i 2021, og hadde sitt første møte i starten av mars. Gruppen fungerte som både en sentral for sosiale medier innlegg, (Takk, Andrew.) organisatorisk administrativ, og politisk beslutningstagende gruppe. Toppkandidatene avklarte seg imellom hva de skulle ha som sine politiske fokusområder, og fulgte den planen igjennom hele valgkampen.

**Grete:** Røde saker.

**Aram:** Grønne saker.

**Charlotte:** Litt forskjellig, men i hovedsak Inkludering (forskjellige etnisiteter, LHBTI, mennesker med varierende funksjonsnivå og helse, osv)

Politiske prioriteringer, produksjon av materiell, fordeling av kandidater på stands, hvilke debatter man skulle prioritere osv var alle beslutninger som ble tatt i felleskap i valgkampsgruppa. Alle lokallag hadde på forhånd fått beskjed om å utnevne egen valgkampsansvarlig, som hadde hyppig kontakt med gruppen og kunne melde inn konkrete saker som valgkampgruppa kunne drøfte og ta stilling til.

Det var selvfølgelig også rom for at enkeltmedlemmer kunne løfte ting inn i valgkampgruppa, og innspillene ble alltid tatt opp på de interne møtene vi hadde.

## **Skolering**

Valgkampens skoleringsarrangement ble arrangert på Park Hotell i Sandefjord, 19 juli. Den skulle egentlig avholdes i mars/april, men slik ble det altså ikke pga smittetrykket i Færder kommune (arrangementet skulle finne sted på «Heia Eidene»).

Medlemmer ga stort sett positive tilbakemeldinger på dette skoleringsarrangementet, men flere uttrykket ønske om mer skolering. Enkelte lokallag arrangerte skoleringer på egenhånd, andre gjorde ikke. Det var en tydelig sammenheng mellom hvilke lokallag sine medlemmer som ba om mer skolering og hvem som ikke gjorde det, avhengig av om lokallaget hadde tatt eget initiativ til å arrangere skoleringer på egenhånd eller ikke. SV nasjonalt tilbydde også mange skoleringer, men disse var digitale og få dukket opp på dem, på tvers av fylkesgrensene.

## **Mobilisering**

Mobilisering i akkurat denne valgkampen vurderes som et såpass kraftig avvik fra normalen, at det vil være vanskelig å skille mellom hva som var resultatet av eventuelt slapp mobilisering, og hva som skyldes at folk kviet for å delta pga pandemien.

Nasjonalt introduserte man et program som het Zetkin, som skulle brukes som kommunikasjonsmiddel som fortalte medlemmer hvor og når arrangementer pågikk. I

realiteten så ble Zetkin kun brukt til en ting – å sette sammen en undersøkelse hvor vi spurte åssen medlemmer ønsket å delta. Den ble dessverre ikke ordentlig brukt, da vi endte opp med å sette oss mål for aktiviteter i lokallagene glemte vi i stor grad enkeltmedlemmene og deres konkrete svar i disse undersøkelsene. Helheten av undersøkelsene ble tatt hensyn til, men enkelte som f.eks tilbydde seg å gjøre det ene og ikke det andre, ble nok litt glemt i det store bildet.

Valgkampgruppa hadde nok hatt godt av en sentralt mobiliseringsansvarlig som hadde fulgt opp lokallagenes mobilisering. Lokallag er så utrolig forskjellige på denne fronten, mens enkelte ringer alle medlemmer, sender andre ut nesten ingenting.

Mobilisering er antageligvis det punktet hvor vi kunne forbedret oss aller mest.

## Gjennomføring

### Lokal aktivitet

Valgkampsansvarlig skal våge seg på å banne i kirken: Lokallag bør tenke alternativt fremover angående aktivitet, og fokusere mindre på stands. Dette var det noe enighet om også under seminaret rett etter valgkampen hvor vi hadde en kort evalueringssolk, men stands er naturligvis fortsatt en noenlunde viktig del av valgkampen.

Begrunnelsen er at det koster for mange ressurser, og gir for få målbare resultater. Eksempel 1: Rødt var nærmest helt usynlige når det gjelder stands i valgkretsen, og endte opp med å øke 2,6% i vår blåe valgkrets. 0,3% mer enn deres nasjonale økning!

Eksempel nr 2: 7,6% i Horten kommune. Dette er absolutt ikke for å si at lokallaget i Horten ikke har gjort en formidabel innsats (og bør gratuleres med å ha sterkest oppslutning i fylket!), men VK gruppas løpende vurderinger endte opp med å prioritere særlig Holmestrand, Tønsberg og Sandefjord til å få toppkandidater til stands – og det ser ikke ut til å ha spilt mye rolle i det store bildet, men det kostet oss mange ressurser, og var b.la en av prioriteringene som endte opp med å forsinke

materiellet ytterligere. Apropos materiell - det burde vi nok også ha begynt med litt tidligere enn det vi gjorde.

Det er viktig å være synlig, og stands har flere positive effekter, slik som rekruttering og aktivisering av nye medlemmer. Derimot er det nok viktigere å få snakket ordentlig og relativt lenge med folk om deres hverdag, utfordringer dem føler på osv. En samtale om politikk i lunsjen blant kolleger veier nok tyngre enn å stå på en stand som folk flest gjerne tar store omveier for å unngå. Men igjen, dette er ikke for å si at lokallagene ikke har gjort en super innsats i å stå på stands – for det har man virkelig, her ønsker jeg kun å reise et spørsmål rundt om dette er den mest effektive måten å mobilisere vår potensielle velgermasse på.

SV-parties og postkasseaksjoner virket som vellykkede arrangementer, særlig det vi hadde i Gunnarsbøparken (Tønsberg). Det å ha det ute var noe vi i utgangspunktet gjennomførte pga pandemi, men det så ut til å ha en god effekt i å fange opp forbigående sin oppmerksomhet. Dette bør man prøve ut i større grad i fremtiden, det er stort potensiale for å mobilisere forbigående her om man planlegger et stort arrangement i god tid.

Enkelte områder greide de lokale helter å levere til alle postkasser på egenhånd, andre steder bestilte vi fulldistribusjon i posten som, mildt sagt, var en varierende erfaring. I tiden fremover er det svært lite som tyder på at vi kommer til å kjøpe fulldistribusjonstjenester igjen ettersom at dem ikke har levert på det dem har lovet å gjøre i gjentatte valgkamper nå. Dermed er postkasseaksjoner og SV-parties et forslag på et arrangementer som kan erstatte standsvirksomhet.

Ellers ble det også gjennomført litt diverse stunts, f.eks sykkelaksjon i fylket og besøk innom Vestfoldmuseet. Enkeltstunts så ut til å fange oppmerksomheten i ganske stor grad sammenlignet med mye annet vi prøvde på.

Rundt omkring i lokallagene og fra valgkampgruppas hold ble det også sendt en del leserinnlegg til avisene. Disse ble i varierende grad trykket opp. Østlandsposten var svært snille mot oss, Sandefjords blad – litt mindre snille. Lokale forskjeller her også. VK gruppa kjørte også diverse utspill. ”

Det ble også hengt opp noen plakater på USN Bakkenteigen, og studentnettverket i fylket gjorde en imponerende jobb for å være så få personer som det de var.

## Sosiale medier

Spesiell takk til Andrew Knight, som gjorde en vanvittig stor innsats for å lage og publisere innhold på sosiale medier. Innsatsen var antagelig avgjørende for vårt resultat i fylket.

Valgkampgruppa hadde satt av midler til å sponse innlegg på Facebook, men dette fikk vi store utfordringer med pga at politisk innhold var overregulert og utrolig strengt på Facebook på den tiden. Ting måtte godkjennes mange ganger av Facebook. Facebook ba om pass / ID for å bekrefte vår identitet, osv osv. Dermed ble dette ikke like effektivt som vi først hadde håpet på. Dette problemet løste seg mot slutten av valgkampen, men da var det allerede litt for seint.

Organisasjonen Vestfold og Telemark SV har et forbedringspotensiale når det gjelder å like, dele og kommentere på Facebook. Synligheten økes eksponentielt (100 flere likes betyr ofte 1000 flere visninger, osv.) Det er helt gratis å «like og dele», og det er en av de mest effektive tingene vi kan gjøre som enkeltmedlemmer for partiet vårt. For enkelte kan det ta litt tid å sette seg inn i, men det er potensielt det aller sterkeste virkemiddelet vi har til å mobilisere nye velgere, så det lønner seg nok å bli kjent med.

Grete lagde en politikerside og brukte den aktivt under valgkampen. Medlemmer i lokallagene «likte og delte» relativt godt fra denne siden.

Flere medlemmer har gitt tilbakemeldinger på at dem har forsøkt å være aktive, men at det ble litt vel mange innlegg om gangen. Kanskje kan man prøve å poste litt færre innlegg i en periode, men mobilisere litt bedre til dem?

Det har også vært noe aktivitet på instagram, men innleggene vi når flest med ser ut til å være på Facebook.

## Debatter

Toppkandidatene deltok på nesten alle debatter vi ble invitert til i valgkretsen, og Grete tok stort sett de fleste. Vi fordelte likevel litt internt i gruppa basert på hva vi hadde valgt ut som våre hovedsaker. Det var svært få deltagere på både fysiske og digitale debatter.

## Andre arrangementer

Vi fikk besøk av både Karin Andersen og Audun Lysbakken i Vestfold. De ble litt fordelt på forskjellige kommuner. Begge var innom Tønsberg.

Flere steder prøvde seg på ringesentraler, det kan være en god måte å nå velgere på som vi ikke har forsøkt i vårt fylke enda. Om valgkretsen kunne hatt en felles ringesentral hadde den dekt mange nok mennesker til at det kunne vært verdt et forsøk. Om ikke valgkampskoordinator husker helt feil prøvde b.la Tromsø SV seg på dette, og der bor det jo en del færre enn det gjør i Vestfold valgkrets.

## Sosialistisk Ungdom

Sosialistisk Ungdom hadde ansvar for skolevalgkampen. De gjorde et brakvalg og fikk 11,4% i Vestfold og Telemark. I tillegg stod SUere på stand med SVere rundt omkring i fylket, og deltok på arrangementer.

Kanskje SU bør prøve seg på TikTok 😊?

# Valgresultat

## Resultater

Grete fikk, som vi vet, sin velfortjente plass på Stortinget. Dermed nådde vi vårt største mål. SV fikk 7,6% nasjonalt, og 6,2% i Vestfold. Økning på 1,6% nasjonalt, og på 1,2% i fylket siden forrige stortingsvalg. På valgdagen var det meget tett, og vi vippet mellom å være inne eller ute langs hele natten. Fra starten av på valgnatten så det ut som at Rødt skulle vinne utjevningsmandatet, men etter midnatt var SV inne og med de siste prosentene vippet Grete inn med hårfin margin.