

RAPPORT VALGKAMP 2023

STAVANGER SOSIALISTISK VENSTREPARTI



Innhold:

1. Introduksjon	s. 2
2. Praktisk gjennomføring	s. 3
• Arrangement 01.08-11.09	s. 3
• Stands og Zetkin	s. 6
• Postkasseaksjoner	s. 8
3. Materiell	s. 12
4. Sosiale medier	s. 15
5. Arbeidsoppgaver og fordeling	s. 21
6. Valgkampevaluering 02.10.2023	s. 22
7. Andre punkter: Ikke utbrodert	s. 25

INTRODUKSJON

Denne rapporten tar for seg Stavanger SVs gjennomføring av valgkampen 2023 med fokus på den praktiske siden av valgkamp. Rapporten er ment som dokumentasjon: Hva ble gjennomført? Hvor? Hvordan? Nøkkelpersoner i organisering av valgkampen er nevnt. Trykkeri for materiell, bedrifter og kontaktpersoner for gjennomføring av arrangement er nevnt. Rapporten inneholder også fremgangsmåte, særlige utfordringer, **Kommentar!** når valgkamprådgiver har noe spesielt på hjertet, **Tips!** til en annen gang, og **OBS!** ting man bør være oppmerksom på.

Rapporten er ikke ment som en politisk evaluering da dette foreligger fra evalueringsmøte 2. oktober 2023. Denne evalueringen, notert av Eirik Faret Sakariassen, er å finne i under punktet «Valgkampevaluering 02.10.2023».

Denne rapporten er skrevet av Emilie Hetland som var ansatt som valgkamprådgiver/sekretær for Stavanger SV i perioden juni-september 2023 og omhandler i all hovedsak aktiviteter i denne perioden.

PRAKTISK GJENNOMFØRING

ARRANGEMENT 01.08-11.09

PARKFEST (GATEFEST) V/BADEDAMMEN

FREMGANGSMÅTE

- Parkfest ble vedtatt på valgkamputvalget før sommeren. Valgkamprådgiver ble utnevnt som ansvarlig for arrangement av Parkfest.
- Valgkamprådgiver søkte Stavanger kommune om arrangementstillatelse for bruk av areal i Stavanger Øst – senere flyttet til Badedammen da det var satt opp stemmelokaler på originalt sted. [Her finner du informasjon om arrangementstillatelse og skjema for søknad.](#)
- Valgkamprådgiver søkte organisasjonsfondet til SV om støtte til Parkfest. [Her finner du søknadsskjema til organisasjonsfondet.](#) Max tildelingssum kr 10 000 (2023). Søknadskjema er rimelig enkelt. **OBS!** Søkte også organisasjonsfondet om støtte til valgwake – fikk ikke svar på denne søknaden.
- Fikk strømnøkkel fra kommunen fredagen før Parkfesten.

FØLGENDE BLE BESTILT TIL PARKFEST

Fra [PS Selskapsutleie AS](#):

Standuptelt 3x3 meter
Lodd til standuptelt 20 kg
Scenelementer montert 1x2 m, 40 cm ben
Soundboks
Frakt

PS Selskapsutleie AS fraktet elementene og monterte på anvist plass under instruksjoner fra Emilie Hetland. Levert kl 10, hentet kl 16(.30?)

Pris inkl. Frakt: 5 375 kr

Fra [Funcenter](#):

Spiderman Hoppeslott

Funcenter leverte og hentet hoppeslott (kl.10.30 og 16). Emilie Hetland og Matthew Moss hjalp til å rigge opp og ned hoppeslott (for å unngå ekstra kostnader ved å ha en ekstra person på frakt). Fyren fra Funcenter var dykkeentusiast.

Pris ink. frakt: 10 500 kr

KATEGORIER FOR PARKFEST 2023

KLESBYTTEHJØRNETGRUPPA (2-3 personer): Samle inn klær og sko som blir hengt opp under et telt. Meningen er at folk kan ta med og bytte til seg klær og sko. Både kjekt og miljøvennlig.

Kari Vestbø hadde ansvar for gruppa og hadde bl.a. med seg Oda Eikeland Nilsen m.fl.

GRILLGRUPPA (3-4 PERSONER): 1 grillmester som kan ta ansvar å få tak i og fyre opp grill samt frivillige som hjelper til. Denne gruppa har også ansvar for innkjøp av pølser med og uten kjøtt samt tilbehør.

Andreas Kirkhaug hadde ansvar for gruppa og hadde med seg to til.

~~ANSIKTSMALING: Et hjørne med ansiktsmaling for barn. Ble avlyst pga mangel på frivillige.~~

DJ/TEKNISK: Lage en knallbra spotify-liste, rigge høytaler og mikrofon til appeller. Holde liv i musikken. Musikk ble spilt gjennom bluetooth på Soundboksen fra PS Selskapsutleie AS.

Jon Salthe lagte Spotify-liste. Emilie Hetland holdt i det tekniske i løpet av dagen.

KAFFI OG BRUS-GRUPPA (2-3 PERSONER): Ansvar for å lage kaffi kontinuerlig – helst et sted i nærheten av Badedammen (det ble SV-huset). Kaffebeholdere og SV-kopper hentes på SV-huset.

Husker ikke hvem som hadde ansvar her – det var én person, hun var flink. Litt for lite brus.

PYNTE- og MATERIELL GRUPPA (3-4 PERSONER): Har ansvar for at det ser flott ut, og henter telt, beach flagg, løpesedler og lignende på kontoret.

Oda Eikeland Nilsen hadde ansvar for denne gruppa.

HOPPELOTTVAKT (1-2 PERSONER): Står vakt ved hoppeslottet. Hoppeslott blir levert kl 10 og hentet kl 16.

Ansvar rullerte mellom Elisabeth Aaserød, Daniel Gudbrandsen, Emilie Hetland m.fl.

OBS! Hoppeslott var en kjempesuksess blant ungene og tiltrakk mange barnefamilier i løpet av dagen. Det regnet ganske heftig til tider så hoppeslottet var vått og det er en risikofaktor. Eirik Faret Sakariassen hadde med masse håndklær som i all hovedsak ble brukt til å tørke hoppeslottet i løpet av dagen.

RYDDEGRUPPA (ca 4 personer): Alle grupper har ansvar for å rydding av sitt område, men supert om det er flere som kan være med å rydde på slutten av dagen – da går det så fort!

Oda Eikeland Nilsen hadde ansvar for denne gruppa. Flere bidrog.

Rigging med telt, hoppeslott, soundboks og annet startet kl 10 søndag morgen 3.september.

Totalvurdering: suksess, tross regn. Skulle hatt vafler.

Valgkamprådgiver holdt i arrangementet fra start til slutt og koordinerte med leverandører og frivillige.

OBS! Det var *svært* vanskelig å mobilisere frivillige til Parkfesten.

Tips! Til neste gang: Ha en entusiastisk gruppe frivillige som har ansvar for parkfest og koordinering av frivillige.

FREDAGSHILS PÅ BLYGEHARRY + CHIPSAKSJON

FREMGANGSMÅTE:

- SV sentralt ba Stavanger SV om å arrangere en «casual» samling på et kult sted, sendte halve stortingsgruppa til byen. Alt tilhørende dette arrangementet ble betalt av sentralt.
- Stavanger SV ved Emilie Hetland og Eirik Faret Sakariassen kjøpte inn ca 1000 poser med Maarud potetgull 40 g, trykket flyere med «Bruk stemmeretten» og 10 t-skjorter med bilde av Eirik.
- Trykkeri: [Omega Trykk](#) – Hillevågsveien 14, 4016 Stavanger
- Innkjøp av stiftemaskiner og stifter: Clas Ohlson ved siden av SV-huset
- Tre stifteaksjoner (stifte flyers til chips) på kontoret ved hjelp av 3-4 frivillige

Booking av BlygeHarry:

Alexander Flotve (eier) tlf. 471330936

Lengden på arrangementet ble satt av SV sentralt og varte fra ca kl 16-midnatt.

Informasjon og program:

Ta fredagspilsen med oss på BlygeHarry!

Partileder Kirsti Bergstø stikker innom før vi fyrer opp de siste debattene på storskjerm 😊

HØR KIRSTIS APPELL OG TA BILDE MED PARTILEDEREN: kl 16

DEN STORE VALGDEBATTEN: kl 18

Streames fra Aftenbladet/Folken

PARTILEDERDEBATTEN: kl 20

Lave skuldre og god stemning, ta med en venn eller flere. Vi holder koken på BlygeHarry utover kvelden.

Til BlygeHarry kommer også brorparten av SVs stortingsgruppe:

Ingrid Fiskaa (Rogalandsrepresentanten!), Freddy André Øvstegård, Kathy Lie, Birgit Oline

Kjerstad, Grete Wold 😊

Vel møtt!

Det er et godt konsept å samle medlemmer og andre rundt partilederdebatt. Den største uttellingen her var at Kirsti Bergstø var i Stavanger og partilederdebatten var rett rundt hjørnet (på Fiskepiren) – flere medlemmer fikk bilde med Kirsti og «Jeg stemmer SV fordi»-plakat og dette ble kjørt ut på sosiale medier.

Etter partilederdebatten deltok SVs stortingsrepresentanter på Chipsaksjon hvor det ble delt ut ca 1000 poser chips til folk i Stavanger sentrum.

OBS! Dette arrangementet kom sent i valgkampen og det var *svært* vrient å mobilisere folk. Spesielt vrient å mobilisere til Chipsaksjon – men de som delte ut chips kan fortelle at det var kjekt og gikk veldig fort (brusne folk elsker chips på fredagskvelden).

VALGVAKE

Kommentar! Stavanger SVs styre hadde ansvar for valgvaken så spiller ballen over til dem her 😊

Valgkampråd giver bestilte blomster til de som fikk blomster og gavekort til Tom.

Totalvurdering: Suksess med unntak av valgresultatet.

Tips! Til neste gang: vinne valget.

STANDS OG ZETKIN

Stavanger SV hadde stands følgende steder under valgkampen:

- Arneageren (rullerende stands mellom partiene)
- Joker Storhaug (flere ganger)
- Mosvatnet (1-2 ganger?)
- Prix på Våland (flere ganger)
- Kvernevik (det ble med tanken)
- Hundvåg (1 gang?)

Valgkamputvalget konkluderte med at det til neste valg må være flere stands spredt utover bydelene i løpet av valgkampen.

I valgkampen 2023 var Tom Christian Nekstad ansvarlig for å organisere standdeltakere på Zetkin. Følgende er skrevet i dialog med Tom.

I lokalvalget 2023 brukte Stavanger SV applikasjonen Zetkin på oppfordring fra SV sentralt i arbeidet med å planlegge valgkamp, sette opp valgkampeventer, sende ut medlemsundersøkelser, følge opp deltagere og rett og slett samle det meste som har med valgkampeventer på et sted. Fra Stavanger SV deltok Oda Nilsen, Andreas Kirkhaug og Tom Nekstad på opplæring i Zetkin gjennom SV sentralt. Alle deltok i arbeidet rundt medlemsundersøkelser i starten, men Tom var den som holdt i Zetkin de siste par månedene. Support fra SV sentralt var eksemplarisk, og de stilte opp på kort varsel, både kvelder og helger, til og med på videosamtaler, for å hjelpe når noe dukket opp.

Hvordan fungerte Zetkin teknisk?

Zetkin er et godt system med potensiale til å kunne være besparende og effektivt for Stavanger SV i lokalpolitisk arbeid.

Noen tekniske utfordringer underveis, og vi nevner dem kort her:

- I oppstarten var det mange av Stavanger SVs medlemmer som var registrert med to kontoer, noe som førte til forvirring og at enkelte ikke fikk beskjed om arrangementer (siden det var deres inaktive konto som ble registrert). Dette løste seg greit etter hvert, men det var en del arbeid på sommeren med å informere sentralt om hvilke kontoer som måtte slås sammen. Skjer dette igjen må sentralt kontaktes for å slå sammen innholdet på de to kontoene.
- En enkeltsituasjon som vi ikke fant noen løsning på underveis var når Zetkinansvarlig måtte kansellere deltager fra en stand, fordi de plutselig ikke kunne likevel, men at kanselleringen samtidig ikke kom opp hos deltagerens egen bruker, så de trodde de fremdeles var satt opp. Tre ganger tok bekymrede deltagere kontakt fordi de trodde de hadde gjort noe feil, eller de var sinte fordi de trodde vi hadde glemt å registrere deres kansellering. Håper dette blir fikset til neste versjon, men vær obs på dette til neste gang Zetkin brukes..
- Og så er det en utfordring at ikke alle er like trygge på teknologiske løsninger som de må bruke uten særlig opplæring, i Stavanger gjaldt det noen av de eldre, og det er dumt at dyktige valgkampdeltagere har en terskel for å skrive seg opp, og kanskje det også kan skremme noen fra å delta i neste valgkamp. **TIPS!** Til neste valgkamp: Zetkinopplæring på kontoret for de av valgkampdeltagerne som ikke kjenner til systemet.
- En utfordring på ringerunder var at folk ofte ringte tilbake når de fikk sjekket 1881 og fant ut at det ikke var noen skumle som hadde prøvd å nå dem. Men da hadde vi gått videre i ringesystemet, og hadde ikke deres profil oppe lengre, så det gikk ikke an å registrere at vi hadde snakket med dem. Så det burde i fremtiden vært en funksjon for å raskt få opp hele listen til ringerunden og da kunne gå inn på den spesifikke personen som ringte tilbake. *Sjekk med Zetkin support sentralt hvordan dette løses.*

Hvilke gode erfaringer kan tas med til neste valg?

Vi hadde jevnt over god erfaring med Zetkin inn mot valget 2023, og vi opplevde Zetkin som et godt verktøy for en stor og krevende oppgave som å administrere valgkampaktivitet.

Hovedpunktene kan oppsummeres som følger:

- Det blir med Zetkin mindre personavhengig (med mindre kun én person lokalt har blitt kurset i Zetkin), da systemet er åpent for alle som får tilgang fra sentralt. Det gjør det lettere for f.eks. kronisk syke å ta på seg slike oppgaver fordi de vet at oppgaven kan gis videre hvis nødvendig, og det blir lettere å skifte ansvarsoppgaver underveis i valgkampen uansett årsak. Etterhvert som flere har vært borti Zetkin og gått på kurs for å være admin vil det med tiden bli enda mindre personavhengig også.
- Det var relativt enkelt å ta ut lister ut fra hva folk hadde svart i valgkampundersøkelsen. Så vi fikk ulike lister over folk som ønsket å delta med ulike oppgaver, og formidlet dem videre til vedkommende som hadde ansvar for akkurat den type event.

- Det var lett å sende ut medlemsundersøkelse, da applikasjonen bruker lignende mal som surveymonkey o.l. I tillegg var det oversiktlig med alle valgkampeventene, slik at en til enhver tid hadde kontroll på hvilke arrangementer som kronologisk nærmet seg.

Hvilke spesielle utfordringer dukket opp i 2023?

Å få enkelte eldre til å bruke en slik teknologisk nyvinning kan være en terskel, og her må en planlegge. Eldre er en enorm ressurs i valgkamp, spesielt de som har blitt pensjonister og har tid til valgkamp både dagtid, kveldstid og helger. Jeg ser for meg at det også er enkelte andre demografiske grupperinger som vil synes det er utfordrende å bruke Zetkin hvis de ikke er vant med teknologiske systemer fra før av. Så poenget om opplæring lokalt i Zetkin for valgkampdeltagere gjentas og understrekes her.

Kommentar! Forslaget til neste valg om at det er en ansatt som har hovedansvaret for standoversikt og Zetkin er et godt forslag ettersom det er mye arbeid å kreve av frivillige. Det må dog sies at det i valgkampen 2023 ville vært umulig for den ene ansatte å også ha hatt dette som arbeidsoppgave. Mer om dette i punktet 'Arbeidsoppgaver og fordeling'.

POSTKASSEAKSJONER

I valgkampen 2023 gjennomførte Stavanger SV en rekke postkasseaksjoner i ulike bydeler med Bydelskort spesifisert til bydelene (mer om Bydelskort under «Materiell»).

FREMGANGSMÅTE:

- I starten visste ingen hvem som hadde ansvar for postkasseaksjoner.
- Valgkamprådgiver fikk ansvar for postkasseaksjoner og satt opp mailinglister med de som hadde meldt seg til Tom – én mailingliste per bydel.
- Mailen inneholdt: Informasjon om når og hvor Bydelskort kunne hentes, [link til rodekart for Stavanger kommune](#) med oppfordring om å velge en rode, gi beskjed på mailinglista hvilke roder som var tatt og så gå de rodene man har satt seg.

Ofte stilte spørsmål:

HVA ER EN POSTKASSEAKSJON?

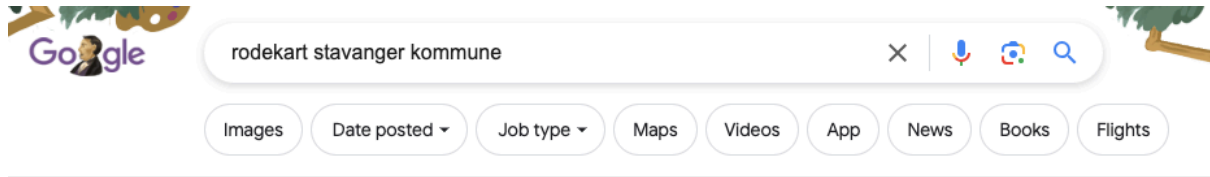
En postkasseaksjon er når én eller flere går fra postkasse til postkasse og legger materiell i postkassen til noen andre.

HVA ER RODER?

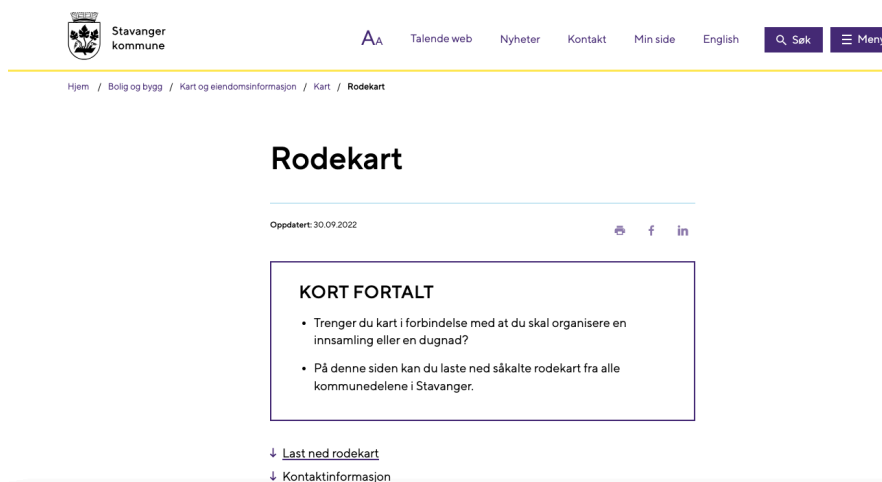
Roder er inndeling av en krets eller et område med et tall. Rodekart finnes på Stavanger kommunes nettside.

JEG SKAL GÅ PÅ VÅLAND, MEN LINKEN TIL RODEKARTET VIRKER IKKE – HVA GJØR JEG?

Tast inn «Rodekart Stavanger kommune» i din nettleser (f.eks Google)



Mest sannsynlig vil Rodekart fra Stavanger kommune komme opp øverst. Klikk på Rodekart.



Scroll ned til «Last ned rodekart»

Last ned rodekart

[I denne mappen ligger pdf-er av rodekart fra alle kommunedelene ↗.](#)

Klikk på «I denne mappen ligger pdf-er av rodekart for alle kommunedelene»



Download Integrate

Documents > Offentlig > Internett > Rodekart

Name	Modified	Modified By
<input checked="" type="checkbox"/> Eiganes Våland	September 19, 2022	Alexandra Björk
Finnøy	September 19, 2022	Alexandra Björk
Hillevåg	September 19, 2022	Alexandra Björk
Hinna	September 19, 2022	Alexandra Björk
Hundvåg	September 19, 2022	Alexandra Björk
Madla	September 19, 2022	Alexandra Björk
Rennesøy	September 19, 2022	Alexandra Björk
Storhaug	September 19, 2022	Alexandra Björk
Tasta	September 19, 2022	Alexandra Björk

Klikk deg inn på din bydel – i dette tilfellet «Eiganes og Våland»



Download Integrate

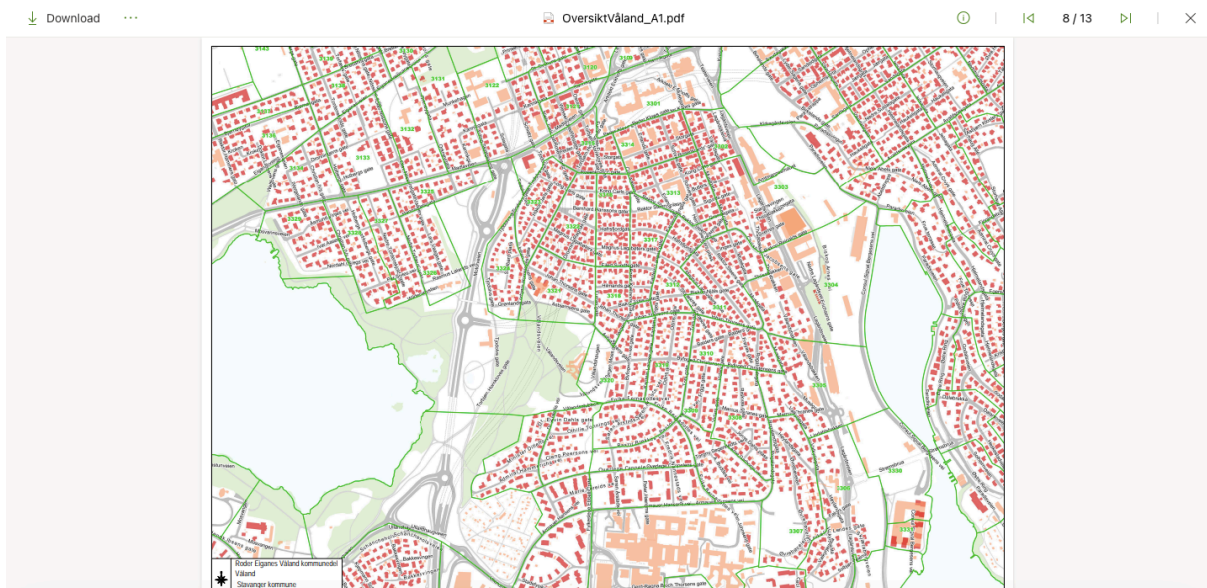
Documents > Offentlig > Internett > Rodekart > Eiganes Våland

Name	Modified	Modified By
Bjergsted_Bakside.pdf	September 26, 2022	Alexandra Björk
Byhaugen_Bakside.pdf	September 26, 2022	Alexandra Björk
Eiganes_3101-3167_A4.pdf	September 26, 2022	Alexandra Björk
Eiganes_Bakside.pdf	September 26, 2022	Alexandra Björk
Eiganes_oversiktskart_A1.pdf	September 26, 2022	Alexandra Björk
Kampen_3001-3041_A4.pdf	September 26, 2022	Alexandra Björk
Kampen_oversiktskart_A1.pdf	September 26, 2022	Alexandra Björk
OversiktVåland_A1.pdf	October 6, 2022	Alexandra Björk
Stokka_Lassa_3201-3233.pdf	October 21, 2022	Alexandra Björk

Klikk videre på «OversiktVåland_A1»

Nå kommer til et kart med roder over hele Våland. Du kan:

1. Zoome inn og finne roder på det første kartet
2. Klikke deg videre til du kommer til et avgrenset område du vil gå.
3. Laste ned og printe ut kartet, og velge roder på papir.



HVA GJØR JEG HVIS DET STÅR «NEI TIL UADRESSERT REKLAME» PÅ POSTKASSEN?

Materiellet vi deler ut er ikke reklame – det er informasjon. Du kan fint legge materiellet i postkassen.

HVA GJØR JEG DERSOM DET ER BLOKKER?

Ring på til noen slipper deg inn i gangen eller vent til noen skal inn selv. Legg materiell i alle postkassene i gangen. Blokker er en ypperlig måte å legge i mange postkasser.

MÅ JEG GÅ ALLE RODENE JEG HAR VALGT PÅ EN GANG?

Når du har hentet materiell kan du gå akkurat når og så mange roder som passer deg av gangen. Det viktigste er materiellet kommer fram i god tid før valget.

HVA GJØR JEG HVIS JEG GÅR TOM FOR MATERIELL OG LIKEVEL HAR FLERE RODER Å GÅ?

Kom innom kontoret og hent mer materiell. Vanligvis er det folk SV-huset under vanlig kontortid i valgkampen. Hvis du skal på stand kan du hente mer materiell til Postkasseaksjon i samme slengen.

ERFARINGER FRA POSTKASSEAKSJON 2023

Systemet var komplisert å forstå, tok mye tid og krefter. Roder forvirret folk.

Tips!

Ha én hovedansvarlig for postkasseaksjon i hver bydel.

Tips!

Gjøre en mukk-postkasseaksjon med medlemmer i god tid før valgkampen.

Tips!

Printe ut rodekart i hopetall og legge ved materiellet på kontoret så folk kan ta med seg. Ikke bra for miljøet, men bra for folk.

Tips!

At flere går sammen, velger en dag og gjør det til en sosial aktivitet.

MATERIELL

Følgende fysisk* materiell ble produsert valgkampen 2023:

- Hovedbrosjyre (laget i Brandmaster av Eirik Faret Sakariassen og valgkamputvalget før sommeren*)
- Bydelskort (i produksjonsrekkefølge):
 - Tasta x 3000 stk
 - Hundvåg x 3000 stk
 - Eiganes og Våland x 3000 stk
 - Rennesøy x 3000 stk
 - Hinna x 3000 stk
 - Storhaug x 3500 stk (1. opplag) og 3000 stk (2.opplag)
 - Hillevåg x 3000
 - ~~Madla og Kvernevik~~ x 3000
 - ~~Finnøy~~ x 3000
- «Me får det te – Stem Stavanger SV» med SV-lista topp20 på baksiden
- «Kampen fortsetter» til Stavanger Pride: stands og parade
- Plakater: «Gatefest», «Ingen skal gå sultne på skolen»
- Klistremerker til snusboks: Eirik opp-ned cut-out m/ qr-kode til SSV-siden. Tekst: «Ikkje la Stavanger snus på håvet av høyresiå»

** For info om hovedbrosjyre kontakt Eirik Faret Sakariassen. For digitalt innhold se post om sosiale medier under.*

Materiell (med unntak av hovedbrosjyre) ble designet av valgkamprådgiver og trykket ved [Aksell AS](#). Aksell har i utgangspunktet trykkeri i Stavanger – dette var stengt over sommeren så materiellet ble trykket i Oslo og sendt til Stavanger via post.

BYDELSKORT

Produksjonstid 2-3 uker.

Bydelskortene ble designet i **BeFunky** som gjorde kortene unike – de skilte seg ut både fra vårt eget materiell og fra andre partier. BeFunky er et gratis, nettbasert program hovedsaklig for enkel bilderedigering – det kommer med en del gode funksjoner, men er også litt tungvint å bruke på større oppdrag. Målene for A6 i BeFunky er ikke helt korrekte og designet måtte endres flere ganger, som fikk konsekvenser for utseendet og tekst.

FAKTA OM BYDELSKORT

Format

A6 1240 x 1748 px 105 x 148 mm 200 g (tykkelse)

Papir

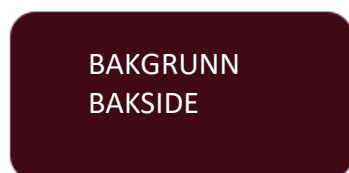
Munken Polar ubestrøket Sider Farge: design / print

2-sidig

HEX / CMYK

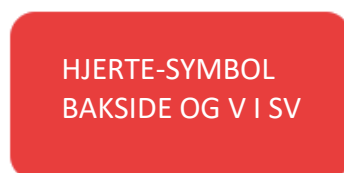
Fargekoder:

Mørktonar



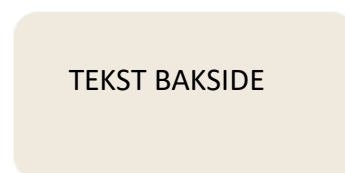
HEX: #440C1A
RGB: 68, 12, 26
CMYK: 0, 79, 25, 87

Mellomtonar



HEX: #EB4040
RGB: 235, 64, 64
CMYK: 0, 85, 70, 0

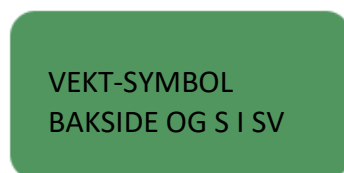
Lystonar



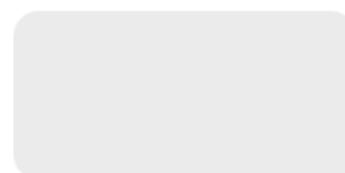
HEX: #F2EBDD
RGB: 242, 235, 221
CMYK: 0, 2, 10, 8



HEX: #253325
RGB: 37, 51, 37
CMYK: 38, 5, 45, 88



HEX: #539760
RGB: 83, 151, 96
CMYK: 63, 5, 68, 25



HEX: #EFEFEF
RGB: 239, 239, 239
CMYK: 0, 0, 0, 9

Tips! Husk «bleed» for alt som skal printes – dvs. en 10 % margin rundt kantene.

Tips! Investere i grafisk design software og ha opplæring i dette for innholdsprodusent i valgkampen. Hør gjerne med SV sentralt hvilket program de bruker (ikke Brandmaster). Ideelt om man har et program som kommer med funksjon for skjæremarker.

Madla og Kvernevik-kortet måtte skrotes pga av en misforståelse om transformatorstasjon – valgkamprådgiver tolket tekst i SSV-programmet motsatt av intensjonen.

Kommentar! Beklager.

Finnøy-kortet måtte også skrotes da et politisk vedtak på Finnøy midt i valgkampen gjorde at informasjonen på kortet ble utdatert.

OBS! 3000 stk er for mye for **Finnøy** og **Rennesøy**. Holder med 1000 stk.

Tips! Start med 6500 stk for **Storhaug**. Området med mest aktivitet.

Kommentar! Valgkamputvalget fastslo på valgkampevalueringen at innhold på bydelskortene/sakene i de forskjellige bydelene er for svake. Innholdet var et kompromiss mellom saker i bydelene og kandidater. Oppfordring til fokus neste gang er å fokusere på kandidater i bydelene.

Tips! Stavanger SV-kortstokk med politiske saker; lokale, nasjonale og internasjonale. Kandidatkort med presentasjon – qr-kode til kandidat SoMe-profil.

«ME FÅR DET TE – STEM STAVANGER SV»

Forside designet i Brandmaster
Bakside (SV-lista topp20) levert av Brunch Oslo

Printet av Aksell AS.

Format: A5
Antall: 3000 stk

Før vi fikk denne flyerser i trykken ble det trykket 1200 stk kun SV-lista topp20 på kontoret.

«KAMPEN FORTSETTER»

Forside og bakside designet i brandmaster.
Trykket 1000 stk på kontoret i A5-format.
Brukt til Pride 2.september.

PLAKATER

«Gatefest»
Designet i Brandmaster.
Trykket i A3 og A5 format på kontoret. Antall ukjent.

«Ingen skal gå sultne på skolen»

Designet i BeFunky.
Trykket av Aksell.
A3 – 40 stk
A2 – 20 stk

KLISTREMERKER

Designet i BeFunky.

Format: 9 x 9 cm

2 sider

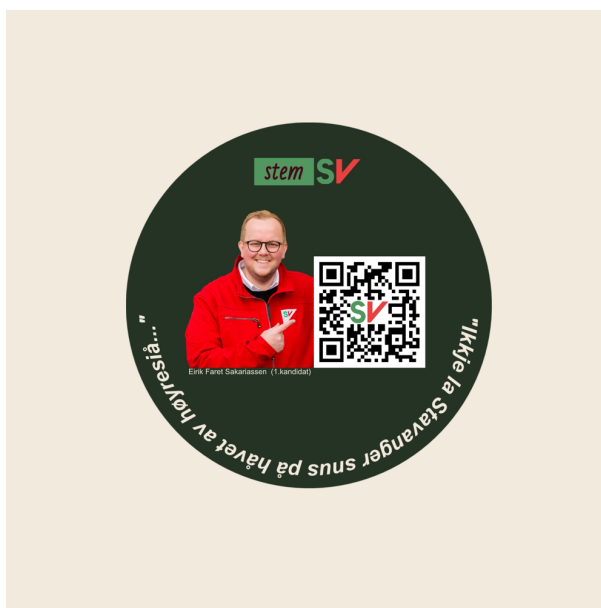
150g

Selvklebende vinyl kvalitets folie

4/0

CMYK

Antall: 400 stk



SOSIALE MEDIER

POSTER/VIDEOER

Sosiale Medier har blitt en stor del av måten vi kommuniserer på og er et verktøy som bør brukes hyppig i en valgkamp. Her kommer vi til å ta en liten gjennomgang av innholdet som ble publisert og distribuert, og statistikk. Merk: Annonser i egen post under.

FREMGANGSMÅTE:

- Valgkamprådgiver overtok Facebook-konto i juni 2023. Fikk ikke tilgang til Instagram før sent i juli – innhold ble likevel distribuert på begge flater gjennom Meta Business Suite hvor de fleste poster og videoer ble publisert.
- Tredelt SoMe-plan
 - Før sommerferie (20.06-03.07):
Kandidatpresentasjoner rekkefølge 6-5-4-3-2-1
Politiske saker
Hygge
 - Sommerferie (04.07-31.07):
Kandidatpresentasjoner rekkefølge 10-9-8-7
Podcast
Nettsideoppdatering
Gatefest-event (26.07)
Hygge
 - Valgkamp! (01.08-11.09):
Politiske saker
Videoer
Stands
Sentrale besøk

Folkemøte-event
Meningsmålinger
SV-lista topp20

- SoMe-poster hver dag i valgkampen med unntak av 4 dager.
- I midten av valgkampen ble det avgjort at dersom et medlem på stand i helgene hadde tilgang til Stavanger SVs konto skulle de legge ut bilder fra stand selv. Det gikk veldig bra 😊

STRATEGI FOR SOSIALE MEDIER

Hovedstrategien for SoME i valgkampen 2023 var å stille Stavanger SV i et positivt lys – ha flest gladsaker slik at når de viktige, alvorlige sakene kommer vil det komme fra en kilde man har tillit til. Det var også fokus på å bygge entusiasme rundt kandidatene og fellesskap i partiet – her gjennom kandidatpresentasjoner og stand-aktivitet.

Stavanger SV har begrenset med følgere og derfor valgte vi å roe ned SoMe i sommerferien, når folk flest kobler ut. Samtidig re-produserte vi innhold som det gjerne var litt mer «kjøtt» i – som Pappapermpodden eller Unneland-podden.

Midt i valgkampen heiv vi oss rundt og lagte 20 korte videoer om saker SV har fått til i Stavanger som ble delt hver dag i 20 dager frem mot valget. Det ble en hit.

PRAKTISK

Bilder: I starten ble det brukt bilder av kandidatene fra photoshoot i mai. Det var et bredt bildegalleri å ta av – men behovet for nytt innhold og nye bilder viste seg raskt. Standbilder ble tatt av medlemmer og standansvarlige. Øvrige bilder (kandidater, arrangement og besøk) ble tatt av valgkamprådgiver i valgkampen. De fleste bilder ble tatt med **iPhone**.

Brandmaster ble brukt for kandidatpresentasjoner 7-10, meningsmålinger og eventbanner med bilde og tekst. **BeFunky** ble brukt for andre grafiske poster (f.eks 'Det er nå det gjelder'-posten 05.09).

Video: Filming ble gjort med **Rogaland SVs kamera** med tilhørende mikrofoner. Kameraet var ikke alltid tilgjengelig og hadde et veldig lavt batteriliv. Noen Topp20 videoer ble filmet med iPhone og 'Fjåge i vågen' video ble filmet med iPhone. All video ble redigert i redigeringsprogrammet **Wondershare Filmora 12**. Konsept, video, innhold og redigering ble gjort av valgkamprådgiver.

Kommentar! Det er enormt viktig å lage godt innhold og ha tydelige visuelle og tekstlige visjoner i en valgkamp. Det er også enormt tidkrevende og det bør vurderes å ha en egen innholdsprodusent ansatt under en valgkamp. Mer om dette i punktet 'Arbeidsoppgaver og fordeling'.

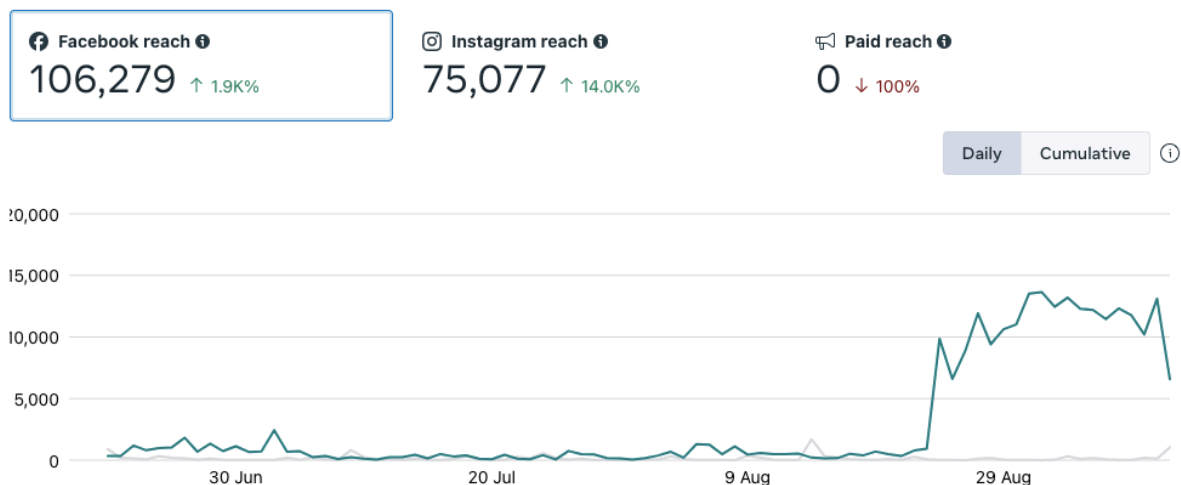
Tips! Gå til innkjøp av eget kamera som tar bilder og video av høy kvalitet for Stavanger SV til neste valgkamp.

STATISTIKK

Reach ⁱ

Compare your reach from this period to the previous one.

[See more about your content performance](#)



I tabellen over foreligger den generelle statistikken for Stavanger SVs Facebook og Instagram side i perioden 20.06-11.09 2023. Totalt **109** poster ble delt over 84 dager. Av disse ble **84** post delt i perioden 01.08-11.09.2023.

Stavanger SVs poster nådde **106 279** på Facebook og **75 077** på Instagram i perioden 20.06-11.09.2023. Poster i perioden 01.08-11.09.2023 nådde **102 453** på Facebook og **74 993** på Instagram.

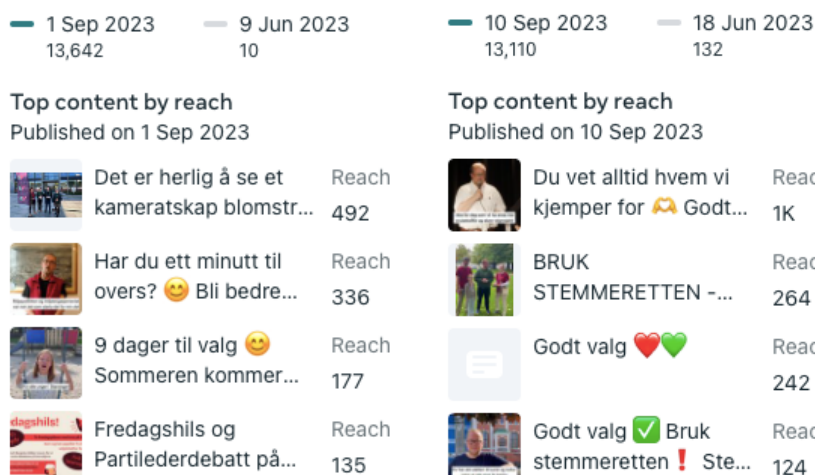
Kommentar! De betalte annonsene slår ikke inn i grafen ovenfor. De ble sponset under Stavanger SVs profil, men via reklamebyrået Brunch Oslo. Mer om dette i punktet «Annonser».

Statistikk for videoer:

SoMe Videoer 20.06-11.09	Antall	Kommentar
Likes/reaksjoner, kommentarer og delinger	4 135	
Likes og reaksjoner	3 798	
Kommentarer	171	
Delinger	166	
Link Clicks	756	Samsvarer med tallet fra annonsene
Nye følgere	48	SoMe Generelt
Unfollowers	10	SoMe Generelt

Dager Stavanger SV nådde flest på Sosiale Medier:

Dato:	Reach:
01.09	13 642
31.08	13 527
03.09	13 192
10.09	13 110
04.09	12 292



Top content by reach
Published on 3 Sep 2023



Top content by reach
Published on 4 Sep 2023



Top content by reach
Published on 31 Aug 2023



Poster som nådde flest på Sosiale Medier i perioden 01.08-11.09.2023:

Dato:	Reach:
05.09	1,7k
07.08	1,5k
05.08	1,5k
21.08	1,3k
06.08	1,3k
08.09	1,1k
26.08	1,1k
10.09	1k



Kandidatpostene før sommerferien var dog de som gjorde det aller best:



TENDENSER

Det siste og beste først: Kandidatpostene

Her ser vi at det er stor entusiasme særlig blant tidlige poster i juni. Dabber litt av mot slutten så oppfordringen er å legge ut kandidatposter gjerne en uke tidligere slik at ikke kommer helt tett på sommerferien når folk flest kobler av.

Vi når flere på dager det postes mer og Meta belønner jo mer aktivitet man har.

Det er variasjon mellom postene som er populære - det er et godt tegn og viser at SoMe-strategien har vært balansert og fungert. Postene som gjør det best her er:

- Når det går dårlig med SV ('Nå gjelder det'-posten da vi nærmet oss valget og hadde ligget rundt 5 mandater, men rykket ned til 4 på meningsmålingen – det engasjerer og posten gjør det godt.)
- Når det går bra med SV (Meningsmål på 7.8%-posten – det skaper entusiasme)
- Hygge på stand! (Her har vi to poster som gjør det godt)
- Politikk! (Både postene om skolemat og gratis kollektiv topper lista)
- Og til slutt: Eirik sin sluttappell fra lokaldebatten på Folken – postet dagen før valget. Det handler jo først og fremst om budskap og politikk.

En annen tendens er at poster der de avbildede ikke er på SoMe ikke når like bredt som poster der avbildede er på SoMe. Både fordi en da mangler ekstra reach ved at man ikke kan tagge dem – og fordi sannsynligheten for at det blir delt er mye lavere. SoMe er ikke for alle, men oppfordres for politiske kandidater om så bare for bruk i partiøyemed.

OBS!

Vi må ikke ta alt fra sosiale medier for god fisk. Grafen tidligere viser enorm oppgang fra ca. 20.august og utover. Ja, vi hadde mer aktivitet på SoMe i denne perioden – og dette belønnes. Men merk også: det er i samme tidsrom som de sponsede innleggene og annonsene kommer på. Så det at en begynner med annonser og braker penger på SoMe blir belønnet av Meta.

TIPS!

Skal vi utnytte systemet vil det være en fordel å sponse innlegg og annonser tidligere. Mer om dette under annonser.

ANNONSER

Stavanger SV i samarbeid med Brunch Oslo (reklamebyrå valgt av SV) hadde følgende annonser på SoMe i perioden 20.08-14.09:

Eirik-VIDEO (link til Stavanger SVs hjemmeside)

Ingrid-VIDEO (link til Stavanger SVs hjemmeside)

Andreas-VIDEO (link til Stavanger SVs hjemmeside)
Ingen skal gå sultne på skolen-POST (link til Stavanger SVs hjemmeside)
Stavanger SV-lista Topp20-VIDEO (link til Stavanger SVs hjemmeside)
Stavanger SV-lista Topp20-POST (link til Stavanger SVs hjemmeside)
Ingen Kari uten Eirik-POST – Fra 05.09 (link til innlegg i Stavanger Aftenblad)

FREMGANGSMÅTE

- SV sentralt hyret inn reklamebyrået [Brunch Oslo](#) i valgkampen
- 14.08: Videomøte med SV-sentralt hvor Stavanger SV ble påkoblet Brunch Oslo (Emilie Hetland og Bård Rostrup Gabrielsen)
- Stavanger SV laget innhold for spredning – kandidatvideo, topp20 video og senere Ingen-Kari-uten-Eirik-post
- Brunch Oslo laget grafikken til SV-lista Topp20-posten – Stavanger SV la inn saker. Brunch Oslo oversendte grafikk og sluttplakater for video.
- Stavanger SV oversendte annonseerklæring for SoMe til Hadrian Hjorth i Brunch Oslo. Dette er en erklæring med enkel informasjon som postadresse, e-post-adresse og kode sendt til telefonnr tilhørende admin.
- *I teorien skal erklæringen fungere også for annonser i fremtiden. Det er mulig en må gjenta erklæring neste valg. SJEKK I GOD TID FØR SPONSING AV INNHOLD.*
- Kostnader for Brunch Oslo ble fordelt mellom Stavanger SV (5000 kr) og SV sentralt (20 000 kr). Stavanger SV økte også annonsebudsjettet til 25 000 kr. En totalsum altså på 50 000 kr for SoMe-annonser (30 000 kr for Stavanger SV) – til orientering for neste valgkampbudsjett.

RESULTAT

Totalt nådde annonsene ut til **150 531** mennesker, som utgjør en stor porsjon av ikke bare målgruppen, men også av Stavangers innbyggere som kan stemme. Annonsene ble vist **417 974** ganger, som tilsier at de i gjennomsnitt ble vist **2,7 ganger per person**. I tillegg var det var **763** mennesker som klikket seg videre for å lese mer om Stavanger SVs politikk.

Det var en noe høy pris sammenlignet med andre kampanjer. Dette kan skyldes flere ting, men trolig er det at tidsperioden er dyrere for politisk reklame siden det er mer konkurranse blant flere aktører. Likevel fikk vi mye for pengene. Gjennomsnittlig seertid var lengre enn hva man vanligvis ser på sosiale medier, som er et veldig godt tegn på at annonsene traff og at seerne synes det var interessant.

Totalt mottok annonsene **9** kommentarer og **200** reaksjoner. Av disse var nesten alle positive, bortsett fra noen sinte emoji'er her og der. Uten å ha segmentert noe særlig, og med en ganske bred målgruppe, mener Brunch Oslo at dette er veldig positivt. Av erfaring er det vanlig å se flere negative kommentarer på denne typen poster.

Av alle de forskjellige annonsene var det videoen med Ingrid som presterte best på samtlige punkter. Den nådde ut til flest, fikk flest klikk, lengst gjennomsnittlig seertid og flest reaksjoner. På andreplass kommer «Ingen skal gå sultne på skolen»-posten. Tredjeplass går til videoen med Eirik. Kampanjen presterte bedre på Facebook enn på Instagram.

TIPS!

Gjør det selv: Det er fullt mulig å ha annonser og sponse innhold på SoME og opplæring i dette bør inngå i ansettelse av SoMe-ansvarlig (eller om dette ansvaret tilfalles valgkamprådgiver/medarbeider/sekretær). Her kan du lese hvordan det gjøres: <https://www.facebook.com/business/help/167836590566506?id=288762101909005>

TIPS!

Godt forberedt innhold i god tid: Man må stadig ha fingeren på pulsen i en valgkamp fordi mye endrer seg raskt, men bl.a. kandidatvideoer og hovedsak-poster kan også forberedes i god tid. Et tips er å ha det segmentet av innhold klart til før sommeren – det vil si at innholdet må lages i mai samtidig som bilder tas til brosjyrer o.l. Det tar mye tid å redigere gode videoer, så dette bør tas hensyn til i planlegging og budsjett. Innholdet kan så legges i SoMe-loopen (annonser og sponsede innlegg) *mildt* (lav sum over lengre tid) over sommeren og eskalere utover august samtidig som nytt innhold sponses og deles.

OBS!

annonser på sosiale medier med politisk innhold ble en mediasak i valgkampen 2023 hvor flere partier ble kritisert. Stavanger SV hadde sitt på 'det reine' og grunnen til dette er:

- Vi sponser bredt
- Differensierer kun mellom kjønn (mer til kvinner enn menn)
- Avgrenser et stort nok geografisk område (Stavanger)

Moralen er altså å unngå å snevre inn grupper og geografisk område (det kan f.eks virke som en god idé å bare nå ut til Storhaug – ikke gjør det) i annonser og sponsede innlegg – selv om vi vet dette er noe Meta 'oppfordrer' til med sine kategorier.

ARBEIDSOPPGAVER OG FORDELING

*Det ble veldig mange arbeidsoppgaver fordelt på få hender i 2023 😊
Her er et forslag til ideell arbeidsfordeling for framtiden:*

Antall ansatte: 4

Stilling 1 – Organisasjonssekretær 100%

Holder i den daglige driften på SV-huset, e-post, økonomi, valgkampkalender, koordinerer med SV sentralt og Rogaland SV, legger poster til publisering på sosiale medier (i samråd med innholdsprodusent), planlegger arrangement i samråd med valgkamputvalg.

Stilling 2 – Politisk rådgiver 50%

Jobber aktivt med utforming av budskap, saker. Jobber tett på kandidatene og har debattforberedelser samt analyserer innhold. Koordinerer med SV sentralt om hovedsaker og fokus i valgkampen. Holder et øye med andre partier gjennom valgkampen.

Stilling 3: Innholdsprodusent 80%

Utvikler konsept og visuell profil samt skaper innhold til sosiale medier, annonser på sosiale medier, til bydelsaviser, nettside, materiell til stands og arrangementer, videoer og forbereder poster for publisering i samråd med org.sek. Koordinerer med politisk rådgiver om tekst og budskap.

Avhenging av budsjett kan stilling 2 og 3 evt. slås sammen.

Stilling 4 – Frivilligkoordinator og arrangementsansvarlig 60%

Arbeidsområder: Stands/Zetkin, mobilisere medlemsmassen til arrangement og fordele oppgaver blant frivillige, organisere postkasseaksjoner og arrangementer i samråd med organisasjonssekretær.

Helst en person som kjenner Stavanger SV godt, er glad i mennesker og kan finne de rette personene til aktiviteter og mindre oppgaver.

Frikjøp av kandidater kommer i tillegg til ovennevnte stillinger.

For å få til en slik fordeling foreslås en økning av valgkampbudsjettet til minimum **650 000 kr.**

VALGKAMPEVALUERING 02.10.2023

Eirik Faret Sakariassen

Politisk budskap

Hovedsaker

Nådde vi gjennom?

Medieuttelling

SV-lista topp 20 fungerte godt

Vi mistet litt eierskap til hovedsakene våre i starten

Druknet i felleskapsbudskapet fra samarbeidspartiene

Kari-effekten overdøvet oss

Burde vært synligere i media

Vi burde kjørt en hardere profil på eiendomsskatt som en klar linje på skatt mot velferd

Kunne med fordel vært mer konfliktsøkende

Gratis buss ble en sak som kunne settes opp mot alle gode formål og eiendomsskatt

Chromebook-saken ble pungtert av Aftenbladet
Er det andre arenaer vi bør være på for å nå ut? Storhaug valgdeltakelse 50%.
Moskébesøk ett år før valget.
Bygge flere medieprofiler gjennom valgperioden

Materiell

Hovedbrosjyre
Bydelsbrosjyrer
Skulle vi hatt andre brosjyrer?
Ungdomsbrosjyre?

Veldig fine bilder
Hovedbrosjyren
Bydelskortene: bommet på noen saker i to bydeler
Burde jobbet mer med innholdet
Hvem stiller til valg i denne bydelen fra oss? Ha oversikt over kandidater i ulike bydeler
Personifisering i materiell er viktig
Hovedbrosjyren må vi jobbe med på en helt annen måte
Materiell på flere språk
Større brosjyre for Stavanger
Rotete å ha med fylket, ha med qr-kode med fylket og en påminnelse om fylkestingsvalget
Sakene var ikke sterke nok i bydelene
SV-lista topp 20 fungerte godt
Burde hatt en liste over topp 20 hva vi ville gjøre
QR-kode til nettside med info på ulike språk

Praktisk valgkamp

Arbeidet på kontoret
Mediemøte teams
Samarbeidet mellom kandidatene
Debatter
Stand
Plassering rundt i kommunen?
Postkasseaksjoner
Ansettelse av Emilie
Sentrale besøk
Chipsutdeling
Gatefest
Økonomi

Vi må gå gjennom evalueringen fra valget før, det ble glemt i 2023.
Veldig godt å ansette Emilie - hun gjorde gull av gråstein. Samstemt enighet om at hun gjorde en glimrende jobb.
Veldig dårlige rutiner på nøkler og praktiske ting, må fikses til neste gang
Vi må flytte stand rundt om kring i kommunen bedre
God innsats i debattene
Planlegge deltakelse på eksterne dager/arrangement bedre
Postkasseaksjoner er viktige
Økonomi: 400.000 er for lite til å drive valgkamp for
Chipsaksjon var vellykket og en god idé
Sekretær må være Zetkin-ansvarlig
Frikjøp var avgjørende for å få dagaktivitet for 2. og 3. kandidatene og forberedelse. Vellykket prioritering!
Besøk rundt forbi gjennom våren til organisasjoner osv. for kandidater
Mediemøte på kvelden må det være høyere deltakelse på for at de skal rettferdigjøres
3-4 trengs for å drive en valgkamp:
En organisasjonsperson
En som jobber politisk, og med oppfølging av kandidater
En som jobber med stand og aktiviteter og innhold til sosiale medier
Medlemsmassen er ikke brukt i stor nok grad
Mer kontroll på hvilke oppgaver som tilligger hvem
Et system som er mindre avhengig av nøkkelpersoner

Arbeidet frem mot valget

Planlegging
Medlemsskolering
Aktivering
Valgkampkickoff

Vanskelig å aktivisere folk hele valgkampen. Vanskelig å få folk med på stand i innspurten.

Mange aktive medlemmer i 2019, som vi ikke klarte i år.

2019: SV-skolen som var skolering gjennom hele året før valget

Må starte skolering og aktivisering høsten 2026. Viktigste punkt for hele evalueringen.

Lage en plan for valgkampen et år i forkant.

Hva bør vi gjøre annerledes om to og fire år?

Annet?

PUNKTER: IKKE UTBRODERT

*Legger til en del punkter her det ikke ble tid til å utbrodere i rapporttiden (litt over) 😊
Fyll gjerne inn!*

SENTRALE BESØK

FOLKEMØTE MED KIRSTI BERGSTØ 08.08

VALGKAMPKALENDER

ANNONSER I BYDELSAVISENE

ANNONSE I STAVANGER AFTENBLAD 09.09.2023

KANDIDATFORBEREDELSE

POLITISKE SAKER

Mvh.
Emilie Hetland

12.01.2024