

Evalueringsrapport Valgkamp 2023 Nordland SV

Innledning

Valgkampen i 2023 bar preg av at vi var bedre organisert enn på lenge. Det har fra før av vært jobbet godt i fylkeslaget med å utvikle bedre kommunikasjon, økt kompetanse og tydeligere og mer detaljert arbeidsdeling. Ved starten av 2023 var vi derfor godt rustet til å ta fatt på valgkampen, med mange engasjerte og arbeidsvillige medlemmer, god økonomi, og styrket organisasjon.

Dette førte til at vi helt fra starten av valgkampen hadde høye ambisjoner, høy aktivitet i valgkampgruppa, og etter litt innkjøring, også svært gode resultater. Valgkampgruppa holdt høyt tempo gjennom hele valgkampen, med unntak av noen uker i fellesferien, der vi etter vurdering begrenset oss til utsending av ferdige debattinnlegg/saker, for å gi valgkampgruppas medlemmer anledning til å ta litt ferie med familien.

Produksjonen av både debattinnlegg, og redaksjonelle innsalg og oppslag, gikk med høyt tempo fra arbeidet startet opp og helt frem til valgets siste dag. Dessverre endte valgresultatet med at SV gikk ut av fylkesrådet fordi samarbeidspartiene endte på svært svake resultater. SV styrket seg (+1,3%), og fikk inn fire representanter mot to i foregående periode (tre etter valget 2019, men 1 valgte å gå over til Ap).

Nordland SV har vært synlig i alle medier og på alle plattformer i løpet av valgkampen. Fokuset i arbeidet ble endret fra tidligere valg, noe som ga resultater. Der vi tidligere holdt fokus mot sosiale medier, deltok vi denne gangen i langt større grad i det offentlige ordskiftet, noe som var nøyaktig etter planen.

På grunn av at vi har jobbet med mange saker/innspill parallelt, var det en stor styrke at alle de øverste kandidatene på fylkestingslista raskt meldte seg på og dekket opp for hverandre ved behov. Dette har ført til at vi har deltatt i flere debatter, vært synlig i flere media, og vært til stede på flere arrangementer/konferanser/debattarenaer enn tidligere. Vi organiserte oss også slik at vi fordelte ansvar både på sektor og regioner, noe som også bidra til å styrke den lokale valgkampen.

Alt i alt anser vi at valgkampen var en suksess, både resultatmessig, men spesielt også organisatorisk, og ved at felles innsatsvilje gjorde hele valgkampen lettere og mer lystbetont for valgkampgruppa/de øverste listekandidatene.

1 Valgkampgruppe

Fylkesstyret valgte **Jitse Buitink** til leder for valgkampen, og deretter følgende faste medlemmer av valgkampgruppa:

- ✓ Christian Torset
- ✓ Åshild Pettersen
- ✓ Vegard Lind-Jæger
- ✓ Kevin Mediå(SU) I
- ✓ na Nyås Moe
- ✓ Anniken (Havn, Sjøfart, Fiskeri, Lofoten)
- ✓ Kyrre Didriksen (Næring, Grønne skifte)

Følgende ble hentet inn/konsultert ved behov:

- ✓ Aase Refsnes (Fylkestingssaker/Salten/Samferdsel)
- ✓ Simen Knutssønn (Bodø, Kulturminner, Bolig, Arbeidsliv)
- ✓ Edvard Rølvåg (Sjøfart, Arbiderkamp)
- ✓ Olav Wiik Moland (Urfolk, Natur)
- ✓ Kristian Haukalid (Nordland SV, Industri, Salten)

Mot slutten av valgkampen ble også førstekandidatene i de tre største byene, Synnøve Pettersen (Bodø), Ingrid Lorentzen Kildal (Rana) og Ragne Johnsen Megård (Narvik) invitert fast inn i møtene.

Leder hadde et overordnet ansvar, men hvert av medlemmene hadde også særlig ansvar for sitt område:

- Jitse Buitink: Nordland, Nord-Norge, Vesterålen og Lofoten, Fiskeri, Landbruk.
- Christian Torset: Industri, Samferdsel, Kultur, Bolig.
- Åshild Pettersen: Helgeland og Salten, Utdanning.
- Vegard Lind-Jæger: Narvik, Ofoten, Helse, Natur og Miljø.
- Kevin Mediå: Rana, Skole, Ungdom.
- Ina Nyås Moe: Bodø, kontakt med sentralt og lokallag.

Det ble gjennomført møter en rekke ganger utover våren, og deretter to ganger i uka gjennom mai og juni. I fellesferien ble det avholdt møter ved behov, mens vi i første halvdel av august gikk over til to møter i uka igjen. Den siste måneden ble det avholdt daglige morgenmøter, også i helga, samt ettermiddagsmøter ved behov.

2 Gjennomføring

I vedtatt valgkampstrategi ble det besluttet å skifte fokuset som vi hadde under valgkampen i 2021, hvor sosiale medier var de viktigste kanalene. Denne gang ble fokuset vridd til lokalaviser og nye medier. Men de sosiale mediene vi rår over var også flittig brukt.

Valgkampgruppas medlemmer jobbet primært opp mot sine lokale medier, og i noen saker regionale medier. Leder spilte inn ideer basert på informasjon fra lokallag eller mediernes fokus. Utspill og debattinnlegg ble gjerne diskutert i valgkampgruppa helt fra ide til gjennomføring, dette ga kandidatene mulighet til å få verdifulle innspill fra resten av gruppa underveis i arbeidet. På de større sakene jobbet vi gjerne flere sammen, noe som både lettet arbeidsbyrden på hver enkelt kandidat og ga bedre sluttresultater.

Hva gjelder ulike debattmøter og arrangementer så forsøkte vi også å fordele litt etter geografi, dette for å spare både reisetid og ressurser. De “tyngste” arrangementene reiste førstekandidaten for å delta på, men ellers opererte kandidatene våre mye i sitt nærområde gjennom valgkampen.

Storingsrepresentanten vår, Mona Fagerås, har også hatt stor aktivitet og besøkt 17 lokallag i valgkamp-perioden: Hadsel, Svolvær, Kabelvåg, Bodø, Fauske, Saltdal, Steigen, Narvik, Sortland, Mo i Rana, Moskenes, Andenes, Bindal, Brønnøysund, Vestvågøy og Vefsn. Dette resulterte i flere medieoppslag i lokalavisene, her er noen eksempler:

Mona Fagerås - SV
Publisert av Mona Fagerås
11. aug. 2023 · 🌐

Vi trenger flere som [Aase Refsnes!](#)
 🚚 Som jobber døgnet rundt for Sørfoldtunellene.
 🚗 Som benytter hver anledning til å snakke om de livsfarlige tunellene.
 🚗 Som benytter enhver anledning hun er i Oslo til å ha møter med de rette folkene.
 Aase en ekte lobbyist for [Steigen](#) ❤️



an.no
 (+) Frykter nye utsettelse for E6-prosjekt: – Vi må tenke nytt

Bodø SV
24. jun. 2023 · 🌐

Fylkeskommunen vil endelig etablere hybelhus i Bodø. Trygge, rimelige hybler med sosiale møteplasser for unge borteboere er det stort behov for i Bodø. Gimle ligger perfekt til mener vi ❤️❤️

Les intervjuet av [Synnøve Pettersen](#) og [Mona Fagerås](#) i [Bodø Nu](#). Lenka ligger i kommentarfeltet 📌



3 Samarbeid

3.1 Samarbeidssaker

Vi forsøkte å samle lokallagene regionvis. Dette lyktes vi særlig med i Lofoten, som dermed oppnådde god dekning på innlegg. Mediedekningen og oppslutningen i Lofoten må sies å ha vært meget god.

«Hele E10 i Lofoten må prioriteres nå»

Da E10 også berører deler av Hadsel kommune, ønsker Vågan SV, Vestvågøy SV, Flakstad SV og Moskenes SV følgende innlegg publisert:

Vågan SV, Vestvågøy SV, Flakstad SV og Moskenes SV

Vi lyktes også å vise samarbeid i alle partiledde, slik som vi ser her:



I noen saker fikk vårt engasjement stor påvirkning, her kan nevnes fødetilbud, MULA-saken i Hemnes, fakturagebyr.

3.2 Sosialistisk Ungdom

Ungdommen kom for alvor på banen i denne valgkampen. Lederen i Nordland SU var med i valgkampgruppa og leverte flere innlegg sammen med andre SUere og politikere. Saken om utekontakter fikk mye oppmerksomhet i Vesterålen, og Andøy kommune er blant de som har vedtatt å innføre tiltaket.

SV gjorde tidenes beste skolevalgkamp. Våre ungdommer leverte godt og deltok på absolutt alle debatter. I flere kommuner og skoler vant SV stort. Dette må vi anta har hatt en god påvirkning på lokale kandidater og velgere.

Ungdommene holdt også vervemøter på kveldene. Det ble opprettet lokallag i Vefsn, og det ble vervet medlemmer til SV flere steder.

Resultater finnes her: <https://skolevalg.sikt.no/fylke/18/2023>

Totalt sett i Nordland fikk SV 17.8 % på skolevalget i 2023, dette er det beste resultatet vi har hatt i skolevalg siden 2003. Tradisjonelt har vi ofte gjort det bedre på skolevalgene under stortingsvalgkamper enn i årene med lokal- og fylkestingsvalg. Det kan se ut til at kurven vår er i ferd med å snu og at vi kan håpe på at veksten fortsetter også inn mot neste valg.

3.3 Samarbeid med andre

Nordland SV hadde uformelle samarbeid med en rekke organisasjoner og grupperinger. Det kanskje tettete samarbeidet var med Norsk Sykepleierforbund, der vi hadde svært hyppig kontakt for å innhente kunnskap og forståelse, samt for å utvikle vår politikk og praktiske valgkamp på en god måte i helsepolitiske spørsmål.

Dette ga seg bl.a. utslag i en lang rekke sykehusbesøk/-aksjoner, samt utspill om bl.a. gratis studier mot pliktår for sykepleierstudenter. Dette forslaget fikk en lang rekke oppslag, bl.a. på Dagsrevyen, i en lengre reportasje der sykepleierforbundets leder gikk ut med skryt av oss og støtte til forslaget.

Kystfiskarlagets Tom Vegard Kiil ledet et utvalg av fiskerikommuner hvor det ble utvekslet erfaringer og innspill til saker.

Vi hadde også tett dialog og godt samarbeid med plasstillitsvalgte i NFF i saken om Mosjøen fengsel:

BLIR HØRT: For noen uker siden fikk SV-politikerne Øyvind Lervik (i midten) og Åshild Pettersen ei befaring i Mosjøen fengsel av hovedtillitsvalgt Eskil Larsen. Etter dette har sentrale politikere i partiet kjørt hardt på regjeringen for å få bedret forholdene, som Pettersen beskrev som 'rystende'. Foto: Christopher Engås

MOSJØEN

Stiller ministeren til vegs igjen: - Situasjonen i Mosjøen er urovekkende, og tiltak er helt nødvendig



3.4 Samarbeid sentralt

Det ble stilt til rådighet et team bestående av rådgivere. Det ble spurt om hva vi hadde behov for og svaret fra valgkampgruppa var innsalg til media og koordinering av besøk fra sentralt.

Arbeidet ble ledet av vår ansatte fylkessekretær. Det ble satt opp hyppige møter, men det var dessverre svært hyppige forfall fra de som skulle delta fra sentralt. Rådgiverne som skulle hjelpe til kom også ofte for seint. I og med at møtene hadde kort varighet, innebar det at man flere ganger ble sittende ut møtetida uten å få gjort noe. Sett i lys av at det var mange forfall til møtene og vanskelig for en del av deltagerne å holde punktlig møtetid kan det være at det hadde vært mer hensiktsmessig med litt sjeldnere møter der vi fikk gjort mer arbeid.

Vi opplevde ikke at vi fikk de resultatene av samarbeidet som vi ønsket oss. Særlig på dette med innsalg til media var det liten mulighet for bistand, selv om vi fikk noen råd og vink.

Førstekandidaten vår opplevde for eksempel flere ganger at han spilte inn forslag til saker/utspill til de sentrale ressursene, og ba om konkret tilbakemelding og hjelp med disse, men fikk etter mye om og men beskjed om at det ikke lot seg gjøre. Vi

opplevde dessverre heller ikke at koordineringen av besøkene ble bedre enn tidligere valgkamper. Vi fikk levert en video fra Lars Haltbrekken på bestilling, og noe hjelp til bakgrunn/research, men ellers var det lite som kom ut av dette samarbeidet.

Det er veldig positivt at sentralt stiller ressurser til rådighet for oss i valgkamp, og vi håper at det er mulig å organisere dette litt mer på "bestilling" fra hvert fylkeslag i neste runde sånn at vi får mer ut av samarbeidet og kan bruke alle de involverte sin tid mest mulig effektivt.

Vi ba helt konkret om at vi ønsket at dette samarbeidet skulle ledes og koordineres av valgkampgruppa vår, og dermed samordnes tett med arbeidet i valgkampgruppa. Sentralt besluttet likevel å kjøre dette som et "eget spor" ledet av fylkessekretær. Dette gjorde at det ble merarbeid for oss, og mindre effektiv bruk av ressurser.

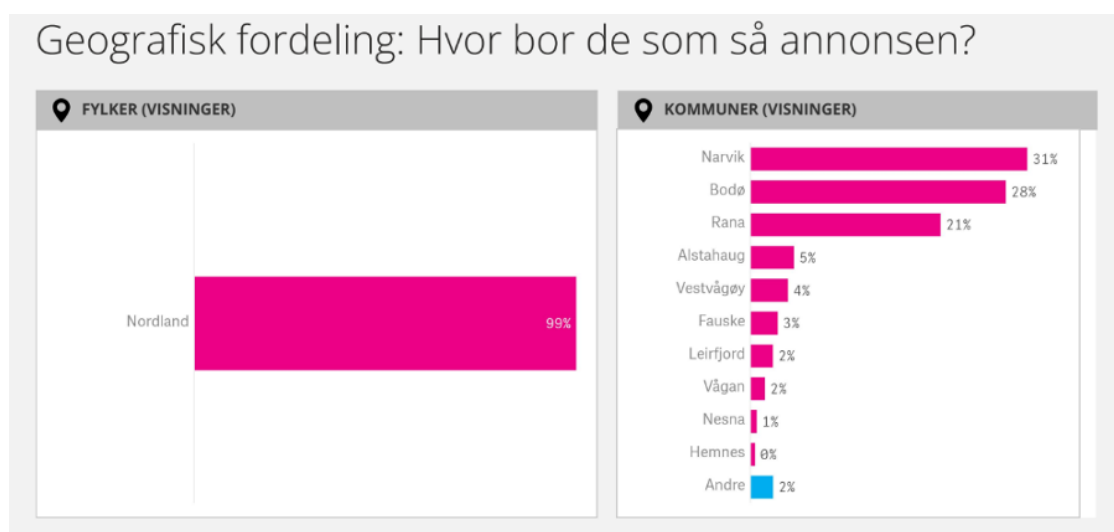
På den annen side leverte sentralt godt ved at de hadde folk tilgjengelig på ettermiddagstid, til f.eks. bruk av Zetkin m.v. Siden de fleste av kandidatene og de tillitsvalgte er i jobb, er det mye valgkamparbeid som gjøres på ettermiddag/kveldstid, så dette var til hjelp.

4 Medier

4.1 Bruk av lokale medier

Det ble kjøpt omfattende annonsepakker i utvalgte medier i hele fylket.

Totalt ble det kjøpt direkte fra fylkeslaget 2250000 visninger i over 100 aviser og magasin. Det ble holdt størst trykk i Narvik, Bodø og Rana. I tabellen under kan du se fordelingen.



Vi opplevde at visningene kunne komme i feil aviser og fremsatte klager på det. Mange har også opplevd lite synlighet i de største A-mediaavisene. Dette er rapportert, men leverandøren har ikke gitt oss noe svar.

Det ble kjøpt 250000 visninger i Polaris media. Disse ga meget god uttelling, og noen lag har fortsatt å bruke annonsering her.

Utfordring med for sen levering av materiale var at flere lag fikk mindre løpetid.

4.2 Sosiale medier og podcast

Det ble gjennomført flere delingskapanjer på facebook. Disse ble delvis vellykket. Vi samlet mange medlemmer i en messengergruppe, som skulle trykke på deleknappen når beskjeden kom. Men SVere er taletrengte, så gruppen ble uhåndterlig og fungerte ikke etter hensikten.

De fleste lagene har vært flinke til å dele saker som har vært på trykk på sine plattformer. Dette er nytt for året, da vi tidligere ikke har delt lenker av algoritmehensyn. Men da vi har skiftet fokus, var det viktig å få fleste mulig lesere på nyhetssakene. Jo flere klikk vi produserer for mediene, jo større sjans er det for at vi får komme på flere ganger.

Det ble produsert en film med bilder fra mange lokallag og steder i Nordland. Denne fikk 200 delinger og vi må kunne kalle det vellykket.

Vi hadde ganske god aktivitet på våre SoMe-kanaler gjennom valgkampen, men vi kunne gjerne hatt enda mer egenprodusert og skreddersydd materiale. Her var for eksempel Øksnes SV veldig gode, med egenproduserte delebilder på lokale saker og høy aktivitet.

Til neste gang bør vi vurdere å ha en dedikert ressursperson som kun jobber med posting og produksjon av materiale til SoMe-kanalene våre. I tillegg må vi i samarbeid med lokallagene finne gode løsninger for hvordan vi kan sikre delinger, klikk og aktivitet på postene våre.

Det ble kjøpt annonsering på podcast. Reklamesnutten på 20 sekunder var å høre på forskjellige podcaster i Nordland en uke frem mot valget. Snutten var basert på filmen omtalt i avsnittet over. Snutten ble hørt totalt 17.434 ganger. Noen lokallag kjørte sin egen variant.

4.3 Nasjonale medier

Våre toppkandidater var svært godt synlige i lokale medier, og på NRK Nordlands tv- og radiosendinger. Vi klarte imidlertid også å få god dekning nasjonalt, noe vi ikke kan huske har skjedd i lokalvalg tidligere.

Christian var på Dagsrevyen med utspill om sykepleierutdanningen, på Dagsnytt 18 i debatt om hvorvidt politiske partier bør tilby seg å kjøre velgere til valglokalet, og på Helgemorgen om turistskatt. Han fikk også flere oppslag i Nettavisen med bl.a. kritikk mot Erna Solbergs aksjeskandale, samt flere oppslag i Dagsavisen, bl.a. om transport av velgere. Christian fikk også oppslag på NRK og i Aftenposten om elektrifisering av Melkøya.

Åshild var på Dagsnytt 18 i debatt med Frp om kroppsundersøkelser av barn/unge, og hadde også et debattinnlegg på i VG sammen med statsviter Dag Wollebæk om rusreform og rettsikkerhet. Debatten om ruspolitikk ble også videreført i Nordlandsmediene med leserinnlegg-utveksling med bl.a. KrF.

Jitse var på Dagsnytt og NRKs nettavis i forbindelse med fakturagebyrsaken.

5.0 Resultater

SV stilte liste i 29 kommuner, pluss Bø der SV stilte fellesliste sammen med Rødt. Regner vi med sistnevnte, ble det én liste mer enn valget i 2019. Flere av Nordlands innbyggere fikk anledning til å stemme SV, men iom at vi hadde ambisjoner om å få på plass betydelig flere lister, kan vi ikke si oss fornøyd med dette.

Resultatene i kommunevalget var likevel positive. Vi hadde tilbakegang i 8 kommuner, hvorav 3 bare marginalt, og fremgang i 22 kommuner, halvparten av disse med mer enn to prosentpoeng. Vi har gjort et uttrekk av de kommunene som gjorde det best, både i absolutte og relative tall:

Kommune	2003	2007	2011	2015	2019	2023	Endring
Steigen	9,20	9,10	4,00	7,50	16,40	30,20	13,80%
Moskenes	44,40	6,60	16,40	7,20	15,90	25,20	9,30%
Bindal	12,80	0,00	0,00	4,80	0,00	20,50	20,50%
Nesna	19,80	18,40	12,70	17,80	12,40	17,20	4,80%
Øksnes	8,90	0,00	6,70	7,00	7,30	16,30	8,90%
Saltdal	15,10	9,20	7,10	0,00	0,00	13,60	13,60%
Andøy	7,40	3,90	0,00	0,00	9,60	13,10	3,50%

Som det fremgår av tabellen gjorde vi et godt valg i mange kommuner, og vi endte opp med 1 ordfører (Steigen), og 4 varaordførere (Andøy, Brønnøy, Leirfjord og Saltdal). Størst oppslutning fikk vi i Steigen, der Aase Refsnes ble gjenvalgt som ordfører, og størst fremgang hadde vi i Saltdal, der SV har stått uten liste i både 2015 og 2019, men fikk 20,5% i valget i 2023, og varaordfører!

Totalt endte vi på 64 folkevalgte i kommunene, en vesentlig fremgang fra 2019-resultatet som var 44.

Totalt for Nordland fikk en oppslutning i kommunevalget på 8,1% (+2), godt over landsgjennomsnittet på 6,9% (+0,8). Vi hadde også fem av de femten beste SV-kommunene i landet (6. Steigen, 7. Moskenes, 9. Bindal, 11. Nesna og 14. Øksnes)

I fylkesvalget gjorde vi det også godt. Nordland ble fjerde best blant fylkeslagene til SV. På landsbasis fikk SV en oppslutning på 6,2% (+0,7), mens vi i Nordland fikk 7,5% (+1,3%). Vi økte vår representasjon fra forrige periode fra 3 (2) til 4, men havnet likevel i opposisjon fordi våre samarbeidspartnere på fylkestinget, AP (-2,3%) og SP (-14,6%), gjorde såpass dårlige valg.

Vi hadde satt oss mål om å gå fram til minst 7,5%, samt å øke vår representasjon i fylkestinget, så vi må si oss fornøyd med resultatet.

I skolevalget ble vi nest største parti 17,8%. I noen kommuner vant SV overlegent. Våre kandidater satset hardt på å være best. Mens debattturneen var som en sammenhengende fest for andre parti, reiste våre ungdommer ut til lokallagene og holdt ungdomsmøter og jobba hardt.

Fra skolevalget i Andøy:

Parti	Resultat 2023	Resultat 2021	Endring i prosentpoeng
SV	39,2	13,0	+ 26,2
A	6,3	20,8	- 14,5
Sp	6,3	18,2	- 11,9
MDG	1,3	6,5	-5,2
KrF	2,5	1,3	+1,2
V	20,3	5,2	+ 15,1
H	16,5	5,2	+11,3
Frp	7,6	19,5	-11,9

6.0 Evaluering

Fylkestyret i Nordland SV satte ned følgende utvalg til å gjennomføre evalueringsarbeidet og utarbeide denne rapporten:

- Christian Torset
- Åshild Pettersen
- Haldis Andersen
- Jitse Buitink

6.1 Evaluering fra medlemmene i valgkampgruppa

Valgkampgruppas medlemmer og leder har gitt sine innspill og tilbakemeldinger i form av en egevaluering som ble gjennomført like etter valget. I disse evalueringene er det gjennomgående at valgkampgruppas medlemmer syntes at det kom mye godt ut

av å holde høyt trykk og ha hyppige møter allerede tidlig i valgkampen. Kandidatene satte for det meste stor pris på tett og tydelig ledelse, og responderer at dette gjorde at de leverte mer og bedre. Dette medførte større produksjon enn ellers og at man fikk sparret med flere på saker man jobba med. Det kommer også fram at det gjerne kunne vært avklart i dokumentet med forventninger til kandidatene hvordan arbeidet var tenkt organisert. Flere kandidater opplevde at de ikke var forberedt på hvor høye forventninger valgkampløperne forventet at de skulle levere. Det kunne nok også ha vært fornuftig med en tydelig forventningsavklaring rundt dette mellom valgkampløper og kandidatene tidlig i prosessen.

Hvorvidt dette er praktisk gjennomførbart er litt uklart. Nordland SV har per i dag ikke en vedtatt "mal" for hvordan valgkamparbeidet skal organiseres, og hva slags arbeidsform man skal ha. Dette formes per nå i stor grad av den som leder valgkamparbeidet fra gang til gang, sammen med kandidater og andre aktører i valgkampgruppa. Hvorvidt det er hensiktsmessig å legge et fast mønster på dette arbeidet har ikke evalueringsutvalget tatt konkret stilling til.

Det blir også fremhevet fra kandidatenes side at det kunne ha vært gunstig å hatt en fysisk kickoff-samling for valgkampgruppa tidlig i arbeidet, dette for å legge et grunnlag og få mulighet til å ta noen større diskusjoner og avklaringer. Disse vil så kunne følges opp videre i de digitale møtene gjennom valgkampen. På en slik samling vil man jo også ha anledning til å få gjort de forventningsavklaringene som kandidatene i noen grad savnet i denne valgkampen.

Det kommer også fram av disse evalueringene at vi med fordel kunne ha jobbet mer med valgkampstrategi og rolleavklaringer. Fordelingen av ansvarsområder/saksfelt fungerte ikke helt etter hensikten. Det kommenteres også at vi gjerne kunne ha jobbet mer systematisk med organisering og samordning av besøk til lokallagene, gjerne i forbindelse med andre reiser/arrangementer.

Behovet for en mer samordnet innholdsproduksjon til SoMe løftes frem av flere, og det er tydelig at det er behov for å ha dedikerte personer som jobber med dette gjennom valgkampen for å sikre at vi holder høyt nok trykk og er synlig på flere kanaler. Det var ikke kapasitet i valgkampgruppa til å fokusere på dette, da man satte alle krefter til på økt synlighet i media, noe vi lyktes godt med. Det fremheves også fra valgkampgruppa at det var positivt at flere kandidater enn førstekandidaten var godt synlig i media, dette gir oss bredde og kan muliggjøre å nå ut til flere ulike velgergrupper.

Det å ha SU tett påkøbla som en aktiv del av valgkampgruppa løftes frem som svært positivt og noe som bør tas med videre til neste valgkamp.

Det at vi kobla på førstekandidatene fra de største byene mot slutten opplevdes også som nyttig, og noe man kan vurdere å gjøre mer systematisk neste gang, kanskje med enda flere førstekandidater påkøbla. Det kan være en god måte å både sikre at disse kandidatene har et større støtteapparat rundt seg, gir mulighet for at fylkeskandidatene får viktige innspill, og kan øke mulighetene for at man får til samarbeid om saker og utspill.

6.2. Valgkampannsvarligs evaluering (Jitse Buitink)

Jeg er i det store og hele fornøyd med valgkampen. Kandidatene og lokallagene har arbeidet godt.

Jeg savner et enda tydeligere krav i nominasjonsprosessen om når og hvordan kandidatene skal arbeide. Vi opplevde tidlig at en av de høyeste kandidatene ikke deltok i valgkampen, denne plassen kunne vært gitt til noen som ville bidra.

Dersom jeg i fremtiden skal lede et slikt arbeid ønsker jeg en dialog med alle kandidatene hvor de er inneforstått med de forventningene som følger med å stille høyt på lista før vi går i gang. Kanskje jeg kan bli flinkere til å motivere om rammene er avklart.

Generelt arbeidet gruppa jevnt og hardt. Det var ingen dårlig stemning og vi kunne nyte seirene. Produksjonen ble holdt høy fra kandidatene og vi var veldig synlig som et lag i alle medier.

Vi skulle rendyrket strategien og vært mer tro til denne. Jeg savnet noen som kunne produsere pressemeldinger og innhold på sosiale medier, vi bør se på å sette inn ekstra ressurs til dette.

Det virker på meg som om SVere må jobbe hardere for å få mediedekning. Sammen så fikk vi likevel "knekt koden". Jeg er selvfølgelig mest stolt av SU, deres jobb har vært uvurderlig.

Det endte med et resultat jeg er stolt av, og vi har fått en fantastisk fylkestingsgruppe ledet av kyndige gruppeleder Torset. Alt i alt har vi gjort noen gode valg.

6.3 Evaluering fra lokallagene

Nordland SV har mye å vinne på et tettere samarbeid med lokallagene. Noen lag har liten eller ingen kontakt med oss. Reinert Aarseth hadde kontakt med de lagene som vi ikke hørte noe fra. Disse fremsatte ønske om bedre kontakt. Det ble også avdekket store organisatoriske mangler hos noen lag. Her har vi en jobb å gjøre.

Det ble gjennomført besøk hos 17 lokallag av valgkamplderen. Det skulle optimalt vært gjennomført besøk hos alle. Det ble fremsatt et opplegg for valgkampen, med et forslag til samarbeid. Samarbeidet har fungert godt flere steder.

Disse lagene, med flere, ble også invitert til et spleiselag for annonser. De fleste deltok i dette.

Vi har gjennomført en spørreundersøkelse i lokallagene i arbeidet med denne evalueringsrapporten. Vi fikk svar fra 8 lag på denne undersøkelsen, og kunne ha ønsket større respons, men har også forståelse for at det kanskje ble litt kort svarfrist. Det hadde nok også vært hensiktsmessig å gjennomføre denne undersøkelsen like etter valget for å få ferskest mulig kunnskap på bordet.

Noen momenter som kom fram i svarene fra lokallagene:

- De fleste lagene har hatt en valgkampgruppe og klar arbeidsfordeling.
- Mange lag synes det er vanskelig å få aktivisert flere medlemmer i valgkampen, og opplever at det er en liten “hard kjerne” som må gjøre alle oppgavene. Dette har noen steder ført til kapasitetsutfordringer med å få til å delta på alt av arrangementer gjennom valgkampen.
- Lagene våre opplever ikke de sentrale kampanjeukene som særlig relevant, og synes det er vanskelig å finne en lokal vinkling på temaene for disse.
- De som har hatt besøk har vært fornøyd, og noen kunne ønsket seg tettere oppfølging, flere besøk og gjerne at SVs nasjonale topp-politikere var mer synlige i Nordland i valgkampen.
- Det meldes tilbake om godt samarbeid med listetoppene på fylkesnivå.
- Flere lag sliter økonomisk og kunne ha ønsket seg billigere eller gratis materiell fra sentralt.
- Det er også ønske om maler til lokale program som er lettere å bruke og enkelt tilgjengelig i formatet.
- Det er ønske om at valgkampmateriellet fra både sentralt og fylket sendes ut tidligere slik at lagene har det i hende i god tid før innspurten på valgkampen.
- Ønsker om mer regionalt samarbeid i valgkampen, og at man sikrer at alle regioner blir løftet fram.
- Lagene er fornøyd med hvordan SV som helhet fremsto i valgkampen.
- Flere lag har gjennomført en lokal evaluering av valgkampen sin.
- Få lag benyttet seg av webinarne og skolingstilbudene fra sentralt. De som benyttet seg av disse var ganske fornøyd med tilbudet.
- Valgkamp-samlingen som Nordland SV arrangerte trekkes fram som positiv og motiverende.

6.4 Intervju med utvalgte lag

I tillegg til spørreundersøkelsen som gikk til alle lagene, gjorde vi også dybdeintervjuer med fem utvalgte lag, som enten gjorde det spesielt godt, hadde spesielle forhold, eller som skilte seg ut ved å ikke ta del i veksten vi gjennomgående har sett i dette valget. Vi identifiserer ikke disse lagene her, da intervjuene til dels berører interne forhold.

Denne delen av evalueringa var spesielt interessant, siden det er en ambisjon å utvikle bedre organisering og “best practice” til fremtidige valgkamper. For å lykkes med dette må vi ikke bare vite hva som er lurt å gjøre på ulike områder, men også

vite hvor det er viktigst å sette inn støtet. Evalueringsutvalget hadde en hypotese om at fire faktorer er spesielt viktig for valgresultatet:

1. Nasjonale trender og spørsmål.
2. Hvorvidt laget har flere medlemmer som er spesielt engasjerte, såkalte “ildsjeler”.
3. Hvorvidt laget hadde eierskap til en eller flere viktige saker i valgkampen.
4. Spesielle omstendigheter som gjorde valget uvanlig, i en eller annen forstand.

Vi stilte lagene åpne spørsmål rundt disse temaene, og fulgte opp for å hente inn ytterligere detaljer. I tillegg spurte vi lagene om det var andre ting de anså som spesielt viktig for valget. Svarene var til dels omfattende, så vi gjengir i det følgende kun sammendrag.

Nasjonale spørsmål og trender

På spørsmål om lokallaget opplevde nasjonale trender viktig for valgresultatet, pekte flere på at SV gjorde det bra nasjonalt, og at dette ga ekstra medvind. Det at det var en nasjonal høyredreining ble også fremhevet som en faktor som påvirket valgresultatet, om enn i mindre grad for SV.

Med tanke på hvilke saker som fikk mest oppmerksomhet nasjonalt, var oppfatningen at disse sakene kunne bety en del, men at lokale spørsmål var viktigere, og til dels “overstyrte” de nasjonale.

Evalueringsutvalget tolker disse svarene dithen at det er viktig å bygge opp under og fremheve SVs nasjonale politikk lokalt, men at man må prioritere lokale saker høyest. Skulle lokallagets vurderinger og konklusjoner bryte med SVs nasjonale politikk, kan det likevel være riktig å fremheve det lokale perspektivet i valgkampen.

Man må i tillegg være oppmerksom på de nasjonale trendene for de ulike partiene, men dette kan i liten grad påvirkes/utnyttes i en lokalvalgkamp, og er mer relevant for å vurdere hvor “bunnplanken” ligger lokalt.

“Ildsjeler”

Gjennomgående var svarene at et lite antall medlemmer stod for en uforholdsmessig stor del av innsatsen. Det kan se ut som om lag der nye tillitsvalgte engasjerer seg har klart å skape en entusiasme som har betydd mye, selv om det i sum ikke nødvendigvis var flere som dro det tyngste lasset.

En annen faktor er at toppkandidater som er spesielt populære og troverdige, og gjerne også nye fjes på lista, i seg selv gjør partiet mer interessant og aktuelt å stemme på.

Samtidig meldte flere lag at det var til dels mange som stilte opp og bidro i enkle og klart avgrensede oppgaver. Mange steder var stemningen gjennom valgkampen svært god, og det at SV har vokst på meningsmålingene i lang tid har bidratt til dette.

Samtidig er det noen lag der ting har vært mer på det jevne, og der valgkampen har gått litt trått. Til tross for at valgkampen er greit gjennomført, har det manglet positivitet og overskudd. evalueringsutvalget har en teori om at når nyrekrutteringen blir for lav, blir noen få sittende med hovedansvaret gjennom så mange valg at ting til slutt går på rutine. Da uteblir også det største overskuddet, og muligens er dette noe som medvirker til å gjøre partiet mindre interessant.

Selv om utvalget er begrenset, tolker evalueringsutvalget svarene dit at fylkeslaget bør fokusere en del tid og ressurser på de lokale ildsjelene, ikke bare toppkandidatene. Hvis man klarer å rekruttere/motivere de rette ildsjelene til å engasjere seg, vil dette kunne gi ringvirkninger i form av at flere tar på seg ansvar, oftere, og med større overskudd og positivitet. Det bør vurderes hvorvidt man kan identifisere disse i god tid, og bruke litt ressurser (jevnlige kontakt, kursing, besøk, kanskje fylkeskonferanse for valgkampaktivister) på å bygge opp under deres engasjement.

Sakseierskap

Her deler svarene seg skarpt mellom de lagene som gjorde det godt, og de som lyktes litt dårligere. Sakseierskap fremstår som svært viktig. De lagene som har hatt god fremgang kan vise til helt konkrete saker der de har vært tidlig og tydelige i kommunikasjonen. Selv saker som har vært kontroversielle, eller der mange har vært uenig med SV har gitt positiv respons, og oppfattes å ha bidratt til valgresultatet. Lag som har gjort det mindre bra, svarer på sin side at de ikke hadde spesielle saker de ble gjenkjent på.

Sakseierskap i lokale saker henger tett sammen med spørsmålet om nasjonale saker og trender. Evalueringsutvalget oppfatter at man godt kan ha fremgang uten sakseierskap i lokale saker, men at man da i større grad er prisgitt partiets målinger nasjonalt. Det partiet som skiller seg ut, enten ved høy synlighet, eller ved tydelige og tidlige standpunkt, blir et mer troverdig alternativ i valget.

Evalueringsutvalget mener viktigheten av å velge seg saker av høy viktighet, men også saker der man enten er først på, og klarer å holde trykket, eller skiller seg ut på andre måter, kan være en nøkkelfaktor for å gjøre seg selv relevant.

Uvanlige omstendigheter

Flere lag svarer at kandidatene til andre partier har betydd en del for resultatet. Dette kan synes selvsagt, men svarene peker i to retninger: På den ene siden svarer et lag at de andre partiene hadde politikere med lang fartstid, som velgerne var lei av, og at vår lokale kandidat derfor fremstod som et friskt pust. På den andre siden har vi også fått svar om at flere av de største partiene byttet ut sine mest erfarne kandidater, og at velgerne derfor brøt med sitt vanlige stemmemønster.

Evalueringsutvalget peker på at disse sammenhengene er komplekse, og at effekten av en erfaren eller helt ny kandidat henger sammen med en rekke andre faktorer. Ut fra de svarene vi har fått, vil en ny kandidat, med høy troverdighet, score godt, men

det vil også en gammel traver som har tatt sakseierskap i et viktig spørsmål. Kandidaten er altså viktig, men andre partiers valg, troverdighet, synlighet, sakseierskap m.v. veier tyngre.

Andre faktorer

Her fikk vi svar som i stor grad speilet svarene på de øvrige spørsmålene. Det var likevel interessant å høre lagene vekte ulike ting. Noen steder er det ildsjelene og toppkandidatene som blir vurdert som viktigst, mens andre steder er det prosess, forberedelser og organisering og gjennomføring av valgkampen som fremheves. Synlighet kan oppnås på flere måter, og der et lag har "vunnet" kampen om sosiale medier, har et annet basert synligheten på et stort antall valgkampaktivister. Det er selvsagt vanskelig å oppsummere en valgkamp, og hvorfor den lyktes/ikke lyktes så godt, men evalueringsutvalget opplever tilbakemeldingene som en støtte til hypotesen om hvilke faktorer som er viktigst som vi i utgangspunktet formulerte.

Samarbeidet med Nordland SV trekkes også fram av flere. Her er tilbakemeldingene varierte. Flere lag peker på hvor viktig det har vært med besøk fra kandidater, noe de mener gjør lokalvalgkampen lettere, og gir troverdighet. Felles, regional annonsering blir vurdert å ha gitt effekt.

Samtidig er det gitt tilbakemelding på dårlig kommunikasjon med fylkeslaget, at valgkamp-pakkene fra partikontoret var for dyre, og at flere av våre nasjonalt kjente politikere burde komme på besøk.

Oppsummering

Ut fra intervjuene isolert sett, vurderer evalueringsutvalget at følgende tiltak bør settes inn i fremtidige lokalvalgkamper:

- Identifisering og oppfølging av lokale ildsjeler
- Identifisering og utvikling av kommunikasjonsstrategi for spesielt viktige lokale saker
- Identifisering og posisjonering ift nasjonale forhold og spesielle, lokale omstendigheter.

7.0 Konklusjon

Evalueringsutvalgets vurdering er overordnet at valgkampen var vellykket. Nordland SV nådde målene på fylkesplan, med 7,5% oppslutning, samt økning til fire representanter i fylkestinget. Også i kommunevalget hadde vi fremgang, og med unntak av et fåtall kommuner med reell tilbakegang hadde vi stabile tall hos en del, og til dels stor fremgang i mange kommuner.

Arbeidsformen med en valgkampgruppe med toppkandidater ledet av en valgkamplleder fungerte godt, selv om arbeidskravene til å begynne var uvante. I det store og hele utviklet det seg en kultur der alle leverte som forventet, og litt til, og det kom stadig uventede og kreative ideer og til og med ferdige saker på bordet. Det ga

oss stort gjennomslag i media, noe forskning viser korrelerer positivt med tillit, og dermed stemmetall.

Tilbakemeldingen fra lokallagene viser overordnet at det kan være ønskelig med litt flere kandidatbesøk ut til lagene, og at vi nok kan ha mye å hente på å gjøre samarbeidssaker ala "Mula-saken" flere steder. Dette gir både et "løft" til de lokale kandidatene, og sikrer samtidig lokal synlighet for fylkeskandidatene.

På mer detaljert nivå viste intervjuene vi gjorde med utvalgte lag at det kan være mye å hente på å komme enda tidligere i gang med både nominasjonsprosesser, planlegging av valgkampen og valgkampaktivitet lokalt.

Annonsesamkjøringen i regionene var fra fylkeslagets side en betinget suksess. Det er ingen tvil om at det hevet synligheten, og at en gjennomgående lik profil på annonsene bidro til at vi fremstod profesjonelle. Samtidig har vi fått mangelfull rapportering/innsyn i hva visningstallene faktisk innebærer, og vi har en rekke konkrete eksempler på at geografisk inndeling ikke har fungert. Dette er ting vi bør ta med oss i evt. framtidige forhandlinger om tilsvarende annonsering.

Vi er stolte av at våre toppkandidater har vært svært synlige i lokalmedia, og også representert nordland SV godt i en lang rekke riksmedia. Dette vurderer vi er et av de beste resultatene av arbeidsformen i valgkampgruppa, der høye krav og tydelige beskjeder har bidratt til at folk har presset seg til et høyere nivå. På gruppenivå oppleves det som at vi har tilegnet oss en kompetanse vi ikke hadde fra før.

Evalueringsutvalget konkluderer med at valgkampgruppa har samarbeidet godt med både lokallag, SU, partikontoret og organisasjoner og miljøer utenfor SV. Det kan synes som at valgkampgruppa i noen tilfeller har hatt høyere forventninger til enkelte av aktørene de har samarbeidet med enn de har opplevd å få oppfylt, og her kan kanskje enda tydeligere kommunikasjon, enda tidligere, gi bedre resultater i fremtiden. Alternativt må vi vurdere samarbeidsform, og hvor vi skal sette inn kreftene.

Hva gjelder evaluering av neste valgkamp så vil vi anbefale at man på årsmøtet i 2025 velger et evalueringsutvalg med en noe bredere sammensetning enn utvalget som har evaluert valgkampen for 2023. Det å nedsette et evalueringsutvalg tidligere, og ha flere representanter fra lokallagene med, vil være svært positivt og gi et bredere perspektiv. Ved å nedsette utvalget allerede på årsmøtet kan man også sikre at man får gjennomført verdifull underveis-evaluering av valgkampen. Valgkampgruppa har i liten grad hatt kapasitet til å ivareta dette, og det bør ikke være de samme som har hovedansvar for gjennomføringen av valgkampen, som også har ansvar for å evaluere valgkampen.

Det kunne også vært hensiktsmessig at det føres fortløpende prosjektrengskap og at økonomiansvarlig var tettere orientert om aktivitetene i valgkampen. Dette vil gjøre det lettere for vedkommende å holde oversikt over løpende utgifter i valgkampen og føre regnskapet etterpå.

Evalueringsutvalgets konklusjoner fra valgkampen er at arbeidsform, struktur og god planlegging har vært avgjørende for resultatene, og at dette er innsikt vi tar med oss inn i neste valgkamp som et godt grunnlag for utvikling av “best practice”.