

# Vår valbok

– Budskap, Organisation och Kommunikation för valrörelsen 2010 i Örebro kommun

## 1) Våra mål för valrörelsen

1. Att i Örebro vinna **45 procent** av väljarna och uppnå ett valdeltagande på **82 procent** (i kommun- och landstingsval), vilket motsvarar:
  - **38039 röster i kommunvalet** (2006: 37,89 procent resp. 81,32 procent);
  - **38039 röster i landstingsvalet** (2006: 38,59 procent resp. 81,06 procent);
  - **38197 röster i riksdagsvalet** (valdeltagande 84 procent) (2006: 37,98 procent resp. 83,65 procent).*(Antalet röstberättigade har ökat från 100 208 till 103 087 i kommun- och landstingsvalet och från 98 117 till 101 051 i riksdagsvalet.)*
2. Att socialdemokrater i Örebro fram till valet genomför **40 000 samtal** (dörrknackning, telefonsamtal eller samtal på arbetsplatser, gator eller torg).
3. Att socialdemokrater i Örebro fram till valet knackar på **35 000 dörrar** (i valet 2006 knackade vi på 30 000 dörrar)
4. Att vi stärker den egna organisationen genom att partiet får **fler aktiva medlemmar som engagerats under valrörelsen.**
5. Att vi får **200 nya valarbetare**
6. Att samtliga kampanjmetoder bidrar till att visa att vi är ett lyssnande och **framtidinriktat parti som engagerar många människor**
7. Att vi efter valet leder en **bred majoritet** för möjligheternas Örebro

## 2) Våra målgrupper

1. Vi ska rikta oss till **alla väljare** (vi har ett ansvar för demokratin, att öka valdeltagandet, och vi är ett parti som vänder sig till alla människor). Utöver den breda kommunikation som vi socialdemokrater har med alla väljare är det också nödvändigt att prioritera olika målgrupper. Vi har aldrig möjlighet att kommunicera allt med alla väljare utan måste prioritera.
2. Vi ska aktivera våra kärnväljare och engagera så många som möjligt i våra aktiviteter.
3. Vi ska mobilisera de som står oss nära genom riktade insatser:
  - Manliga yrkesarbetare i 40-årsåldern (när vi särskilt via arbetsplatser)



- Kvinnliga välfärdsarbetare i 50-årsåldern (når vi särskilt via arbetsplatser)
- Födda utanför EU27 med barn (når vi särskilt med dörrknackning)
- Första- och andragångsväljare (når vi med riktade insatser på bestämda platser)

4. Vi ska vinna de osäkra genom riktade insatser:

- Medelinkomsttagare med hemmavarande barn (når vi särskilt med dörrknackning)
- Yngre pensionärer (når vi särskilt med telefonsamtal)

Vårt arbete med målgrupperna kräver samverkan med flera andra organisationer och föreningar, exempelvis SSU och fackföreningar.

### 3) Vårt budskap i valet 2010: Möjligheternas Örebro bygger vi tillsammans

*Huvudbudskap:* Möjligheternas Örebro bygger vi tillsammans/ Örebro tjänar på rättvisa.

*Huvudkonflikt:* Fler jobb eller ökade klyftor?

*Vägvalet:* Vilket Örebro vill du ha?

*Ett möjligheternas Örebro:*

Vi vill att Örebro ska ge/öppna möjligheter för alla. Varje barn ska ha rätt till en bra start. Alla, oavsett bakgrund, ska ha möjlighet att växa och ta sin del av ansvaret. Människor ska känna sig trygga att ta nya språng i livet – många gånger. Det gör Örebro starkt.

Örebro är fortfarande fantastiskt att leva i, men högerstyret stänger dörrar för människor. Vi ser att det finns stora utmaningar och brister efter fyra år med en högerstyrd kommunledning.

Det finns för få jobb att söka. Alltför många ungdomar i Örebro får inte jobb. Ungdomsarbetslösheten i Sverige är en av Europas högsta, i Örebro är ungdomsarbetslösheten alltför hög. Alla barn får inte möjlighet att vinna nya kunskaper i skolan och många äldre upplever stora brister i vård och service. Skola



och äldreomsorg har drabbats när skatten sänks med lånade pengar. Klyftorna mellan människor ökar. Måste det vara så? Vi vill vända utvecklingen.

Det går att välja en annan färdriktning. Det går att byta bort en politik som ställer sjuka mot friska, äldre mot yngre, män mot kvinnor, den som har jobb mot den som förlorat sitt. Vi vill göra något åt dessa problem – vi vill ta ansvar! Vi tror på att hela Örebro blir bättre om fler kan påverka. Vi vet att Örebro blir bättre om vi minskar de ökande klyftorna.

Tider av hög arbetslöshet kan användas för att ge människor möjlighet att lära nytt och kunna ta de nya jobben när det vänder. Vi vill investera i klimatsmarta lösningar, i bostäder, bättre skolor och i en attraktivare stad. Det ger fler företag och nya jobb. Fler jobb betyder bättre ekonomi. Då kan vi höja kvaliteten i vården och skolan – och minska de ökande klyftorna.

Den 19 september är det val. Då avgör du hur vår kommun ska vara i framtiden. Ska klyftorna minska eller ska de fortsätta öka? Tillsammans kan vi bygga ett möjligheternas Örebro. Ett jämlikt Örebro i jobb, med stark ekonomi och möjlighet för alla att leva ett rikare liv. Det är smartare att lösa problem tillsammans än att ställa människor mot varandra. Örebro tjänar på rättvisa.

Vad innebär Möjligheternas Örebro för dig? Vill du vara med och jobba för det?

## 4) Tydliga löften visar våra vägval

Fram till valet ska så många som möjligt ta del av parollen: Möjligheternas Örebro och budskapet: Ett möjligheternas Örebro bygger vi tillsammans. Budskapet exemplifieras av ett mindre antal tydliga löften som vi vill föra fram till Örebroarna i valrörelsen..

Alla ska kunna komma ihåg våra tydliga löften, våra löften ska spegla socialdemokratiska värderingar och de visar på skillnaderna mellan oss och de borgerliga partierna. I tider när många påstår att all politik är likadan lyfter vi fram tydliga löften som beskriver en färdriktning. Dessa löften är tydliga, lätta att förklara och lätta att förstå. Dessutom är de möjliga att följa upp.

Vi lyfter huvudsakligen fram ett löfte per rubrik i våra riktlinjer för åren 2011-2014 (riktlinjerna kan alla läsa på [www.socialdemokraterna.se/orebro](http://www.socialdemokraterna.se/orebro)). Få tydliga löften gör det lättare att nå fram till så många örebroare som möjligt. Få konkreta löften gör det enkelt för alla att delta för en socialdemokratisk valseger. Det kommer vara lättare att



svara på frågan ”varför ska man rösta på (s) i valet?”. Det hjälper både våra aktivister och våra väljare.

I mötet med Örebroarna ska vi berätta vad vi tycker och vad vi vill. Vi följer upp med frågan: Vad innebär Möjligheternas Örebro för dig? Vill du vara med och jobba för det? Löften, dialog och ett erbjudande om aktivitet går hand i hand.

Genom många olika förslag lyfter vi fram ”de många små besluten”. Vi ber om förtroende att hantera alla de små beslut som nu inte går att förutse utifrån de huvudlöften vi presenterar. Det innebär att vi uppmuntrar exempelvis nämndgrupper, men även ”spontana” grupper av partikamrater och andra, att presentera förslag för att visa vad en socialdemokratiskt ledd kommun kan innebära.

Våra riktlinjer för åren 2011-2014 har fastställts efter breda remisser. Vi vill att många ska kunna påverka vår politik. Fram till valet presenteras en ny del av våra valriktlinjer varje vecka. De valriktlinjer som antas av vår högsta beslutande församling, representantskapet, i februari 2010 är att betrakta som det styrande dokumentet för de kommande åren. Våra riktlinjer finns på vår hemsida och kan skrivas ut för den som är extra intresserad. De är alltför omfattande för att dela ut och trycka.

Socialdemokraterna i Örebros styrelse diskuterar vallöften den 6 april 2010. Dessa löften kommer bilda grunden för en kortare version av valriktlinjerna. Denna kortare version kommer vi trycka i stort antal och dela ut till så många hushåll som vi kan nå innan valet.

## 5) Kommunikation

### ”Vi vill möta människor”

Valrörelsen ska präglas av att vi använder rätt metoder gentemot rätt målgrupper. Det personliga samtalet är den mest effektiva kampanjmetoden. Totalt vill vi ha **40 000** möten eller samtal med örebroare. Våra medlemmar är våra kommunikatörer! De måste få stöd och uppmuntran att ta samtalet.

Våra metoder syftar i första hand till att skapa situationer för politiska samtal eller att underlätta kommande samtal samt att bekräfta tidigare samtal. I vår valrörelse står samtalet i fokus.

*Följande metoder är viktiga för att skapa samtal:*



- Dörrknackning (särskilt ansvar Britt Öhman och Simon Kjellin)
- Telefonsamtal (särskilt ansvar Ingegerd Oberg och Inger Blückert)
- Hemma-hos möten (särskilt ansvar Ulrika Sandberg)
- Arbetsplatsmöten (särskilt ansvar Per Lilja)
- Materialutdelning på strategiska platser och i brevlådor (Simon, Peter och Eva)
- Torg- stadsdelsmöten (särskilt ansvar Peter Dahlgren)
- En sosse om dagen (särskilt ansvar Eva Ströman)

### “Vi vill lyssna på människor”

Vårt budskap beskrivs i avsnitt 3. Ett samtal bygger på att vi kan lyssna, och vi ska sträva efter att prata om det som väljaren vill prata om.

Det personliga samtalet syftar till dialog. Men vi strävar efter att få information:

- *har du bestämt dig för hur du ska rösta?* Vi vill inte veta parti, utan vi är intresserade av om de vill ha mer information från oss.

- *vad avgör hur du röstar?* Vi vill gärna se om vi kan lära oss mer eller om vi kan bidra till en diskussion?

- *vill du ha nyhetsbrev från oss?* Samla in e-post/ mobilnummer för att kunna skapa dialog i fortsättningen.

- *vill du hjälpa oss att vinna valet?* Vi vill få fler valarbetare. Det stärker vår samtalkampanj.

### “Våra kandidater syns och märks”

I valet 2010 kan vi säga att vi går till val med följande kandidater:

- Toppkandidater
- ”Mobiliseringskandidater”
- Övriga kandidater

Alla kandidater ska, utöver sin föreningsverksamhet, delta i en samtalsinriktad aktivitet minst 2-3 gånger under våren och 4-5 gånger under valrörelsen. Våra kandidater är viktiga för samtalet med örebroarna.

**Alla kandidater** erbjuds träff med politiska sekreterare för att gå igenom kontaktnät och nätverk de redan har, hur de kan profileras och med vilka metoder de tror att de bäst kan nå ut (fördelen med ett sådant möte är ju också att vi når alla kandidater och kan diskutera medverkan vid andra aktiviteter).

Alla kandidater (i varje fall på ”valbar plats”) bör också presenteras i så lokala blad som möjligt, exempelvis: ”Här är Varbergas kandidater i valet...”.



**Toppkandidaterna** bör profileras hårt. Lena Baastad är vår kandidat till ordförande i kommunstyrelsen, och runt sig har hon ett lag av särskilt utpekade kandidater. Vi arbetar också tillsammans med partidistriktet för profilering av kandidater till landstinget och riksdag.

Det vi kallar för **mobiliseringskandidater** är sådana vi tror kan användas målgruppsinriktat för att mobilisera just den målgruppen; ungdomskandidater, äldre kandidater, funktionsnedsatta, invandrargrupper, men kanske även ”kändisar”.

**Kandidaterna profileras på följande sätt:**

- Huvudprofil: Dörrknackning
- Mummel&Mums
- Annonser
- Affischer
- Sociala medier (Facebook, Twitter eller blogg)
- Lokala områdesblad/flygblad
- Aktiviteter (öppna möten, arbetsplatsbesök osv), hemma hos etc
- Debattartiklar och insändare
- Kampanjer i samma stil som Evin Cetin
- Telefonringning
- Direktbrev

De ledande företrädare som partiet nominerar ska lyftas fram särskilt. Det är dessa som – så långt det är möjligt - uttalar sig i de frågor valledningen bestämmer att utspel ska göras i. Dessa måste vara tillgängliga via telefon och sökare i stort sett dygnet runt. Valledningen samordnar vad som ska kommenteras och vem ska kommentera olika frågor.

Särskild profilering kommer ske av vår kandidat till kommunstyrelseordförande Lena Baastad.

Särskilt ansvar för kandidatprofilering har Ulrika Sandberg och John Johansson.

**“Vårt material påverkar och skapar dialog”**

- Argumentationstrimmingsmaterial uppdateras kontinuerligt. Här finns argument som vi lär få höra i valrörelsen (med tänkbara svar från vår sida). Materialet ska främst distribueras till kandidater, valarbetare och medlemmar.



- Kortfattat valmanifest, som presenteras under våren. Trycks upp i stor skala som kan användas som "standardmaterial" (enkelt material för brevlådeutdelning).
- Kortfattat material på olika språk ("Det är val den 19 september. Detta handlar valet om:.... Du kan påverka! Rösta på socialdemokraterna.")
- Valriktlinjerna finns att ladda ner från webben (inte för massdistribution).
- Lokala flygblad till bostadsområden och till föreningar och andra som hör av sig med önskemål.
- Områdestidningar ger en lokal koppling till vårt budskap och ger fler kontaktytor i våra stadsdelar.
- Enkla blad om politikområden: jobb, äldreomsorg, skola etc.
- Direktbrev (de vi hade 2006 var: äldrebrev i juni (till äldre), brev till småbarnsföräldrar i juni, ännu ett i valrörelsen, brev till förstagångsväljarna (från SSU-kandidater).
- Blad med rosen för enkla tryck i kopiator tas fram.
- Påminnelsevykort att sprida till osäkra väljare.
- Vykort och "visitkorts-lappar" med kandidat och korta budskap.
- Valsedelsförsändelsen kommer skickas ut genom vår centrala organisation.
- Profilkläder kommer användas i valrörelsen.

Särskilt ansvar för produktion av material har Björn Sundin.

### "Vår reklam märks"

Köpt media och reklam:

- Utereklam: Valaffischering/valtavlor och taxireklam
- Tidningsannonser: NA, Örebro ETC, Örebroarn, nollnitton, Lösnummer
- Webbannonsering: NA m fl
- Bussreklam, baksida – sida och insida
- Radioreklam – många hör!
- Lena Baastads "elbil"

Särskilt ansvar för reklam har Björn Sundin.



## 6) Vår organisation

### Valledning

*Vår politiska valledning består av:*

Roger Rådström

Lena Baastad

Någon ytterligare från styrelsen

Peter Dahlgren, ombudsman

Björn Sundin, valledare

*Samordning av valledningar:*

Vår valledning samordnas med Socialdemokraterna i Örebro län av Björn Sundin. Björn Sundin är valledare både i länet och i kommunen.

*Samordning av resurser och insatser:*

Våra personella resurser kommer i valrörelsen att samordnas med länets. Den Samordningen sker i en grupp som leds av Björn Sundin. I gruppen ingår Andreas Svahn som är ansvarig för länets valrörelse och Peter Dahlgren som är ansvarig för Socialdemokraterna i Örebro kommuns valrörelse.

*Följande personer kommer, utöver valarbetare, helt eller delvis arbeta operativt i vår valrörelse i kommunen:*

Peter Dahlgren, ombudsman

Eva Ströman, ombudsman

Simon Kjellin, ombudsman

Björn Sundin, valledare

Elsa Olsson, kanslist

Ulrika Sandberg, politisk sekreterare

John Johansson, politisk sekreterare

Till detta kommer resurser i form av samverkan med Örebro läns partidistrikt. Men också våra resurser kommer samverka till valseger för vårt parti på alla nivåer.

### Grupper med särskilt ansvar:

Vid sidan av anställda och valledning deltar partimedlemmar i konkret och praktiskt arbete med att organisera och planera delar av valrörelsen. Följande grupper är utsedda av Arbetarekommunens styrelse:



- Kontakt med etniska grupper
- Mobilisering av örebroare födda utanför EU27. Erfarenheterna från arbetet med demokratiambassadörer 2006 tas tillvara.
- Valaffischering (utveckling av valtavlor och organisation av affischering)
- Kommunikationsstrategi (ansvar för den utåtriktade kommunikationens utformning)
- Skrivargrupp (stöd till dem som vill skriva samt skrivande, bland annat till områdestidningar)
- Happenings (utreda, arrangera och genomföra olika typer av happenings)
- Sociala medier och vår hemsida
- Torgmötespatrull (utveckling och organisation)
- Dörrknackning (utbildning, stöd och organisation)
- Ringargrupp (utbildning och organisation)
- Mobiliseringsgrupp (få fler att delta i utåtriktat arbete i valrörelsen)
- To-do-service/expedition (organisation och praktiskt genomförande)
- Valstuga (bemanning samt bygge av ny valstuga)
- Röstkörning (skjutsa de som behöver hjälp att ta sig till vallokal)
- Penningsinsamling (få fler att bidra ekonomiskt till en lyckad valrörelse)
- Valvaka (planering och arrangemang)
- Programgrupp (utsedd av Örebro Arbetarekommuns representantskap)



# Fler redskap i valrörelsen

## Lokaler

Partilokalen längst ner på Stortorget används som valcenter på samma sätt som i Europaparlamentsvalet 2009. Valcentret är bemannat hela dagarna och härifrån utgår alla valaktiviteter (som är organiserade av Arbetarekommunen). Hit kan man komma om man vill delta i en aktivitet.

Valcentret möjliggör snabbt organiserade aktiviteter och ökar pulsen för alla valarbetare som kan utgå från valledningscentralen i sitt arbete och alltid känna sig delaktiga i valrörelsen.

## Transporter

Valrörelsen kommer den sista månaden kräva en minibuss (för kandidatarbete) och en bil med drag (för husvagnen). En särskild miljöbil för Lena Baastad kan vara en möjlig idé.

## Nyhetsbrev

Under nov 2009 – maj/juni 2010 skickas nyhetsbrev en gång i månaden (alt två gånger per månad) till de vi har e-postadress till. I valrörelsen skickas dessa nyhetsbrev en gång i veckan (eller en gång per dag?).

## Webb:

[socialdemokraterna.se/orebro](http://socialdemokraterna.se/orebro) är huvudsidan dit all trafik leds.. Hemsidan ska uppdateras flera gånger per dag under valrörelsen och innehålla information om hur man kan delta och aktuella informationsmaterial. Tillsammans med Netroots och events kan besökarna hitta aktuella bloggar och twitterfeeds som diskuterar örebronyheter.

## Ljud

Örebro arbetarekommun äger en mobil anläggning för ljud vid torgmöten.

## Medborgarnas valtjänst

Elsas Olssons telefon är partiets allmänna centrala telefon. Denna telefon ska ge medborgarna möjlighet att få material hemskickat eller frågor om valet besvarade.



## **Bilaga 1**

**Valrörelsens faser – kommer kompletteras i kalendarium under våren**

- Etableringsfas: till 31 januari
- Rekryteringsfas: 1 februari till 30 april
- Lilla valrörelsen: 12 april till 14 maj
- Vinnafasen: 1 maj – 20 augusti
- Valrörelse: 21 augusti – 15 september
- Ända in i mål: 16-19 september



## Bilaga 2

# Geografiska områden

Partistyrelsen har definierat vilka målgrupper som vi måste vinna respektive mobilisera för att bärga en valseger i riket. Utgångspunkten är att de även är giltiga för Örebro.

## Varje röst är lika mycket värd på valdagen!

Det är viktigt att påminna om att två mål alltid kommer först för oss socialdemokrater under alla insatser vi gör i – och mellan - valrörelserna:

1. Vi ska rikta oss till alla väljare (vi har ett ansvar för demokratin, att öka valdeltagandet). Vi är ett parti som vänder sig till alla människor.
2. Vi ska aktivera våra kärnväljare och engagera så många som möjligt i våra aktiviteter.

## Prioritering av målgrupper

Utöver den breda kommunikation som vi socialdemokrater har med alla väljare är det nödvändigt att prioritera olika målgrupper.

Målgrupperna delas in i ”vinna” och ”mobilisera”.

- Många i ”vinna-målgrupperna” har bytt block i de senaste valen. De har en positiv syn på socialdemokraternas politik inom välfärden. I dessa grupper innebär en röst på socialdemokraterna i valet 2010 troligen en röst mindre till något av de borgerliga partierna.
- Inom ”mobilisera-grupperna” har vi traditionellt sett varit starka, där är det viktigt med ett högt valdeltagande. Grupperna är följande:

**Vi ska mobilisera de som står oss nära genom riktade insatser:**

- Manliga yrkesarbetare i 40-årsåldern
- Kvinnliga välfärdsarbetare i 50-årsåldern
- Födda utanför EU27 med barn
- Första- och andragångsväljare

**Vi ska vinna de osäkra genom riktade insatser:**

- Medelinkomsttagare med hemmavarande barn
- Yngre pensionärer

Det är dock viktigt att inte överdriva skillnaderna på vilka som röstar på oss och dem som inte gör det – vi är det parti som lockar flest väljare från flest väljargrupper.



## Bilaga 3

# Aktiviteter, uppdelat på geografiska områden

## Samtliga delar av Örebro

Eftersom vi riktar oss till alla väljare (vi tar ansvar för demokratin och valdeltagandet men även för att vi har stort stöd i varje enskild ”grupp” i samhället och vill aktivera våra sympatisörer) **gör vi insatser i hela Örebro, riktade till alla örebroare.**

### Alla väljare, oavsett område ska nås av:

- Valsedelsförsändelse (med såväl riks- som lokalpolitik)
- Vårt lokala valprogram (kortversion av de riktlinjer som Representantskapet fastställde 15/2)
- Kortmaterial om vårt lokala valprogram (rikspolitik och lokalpolitik)
- Valaffischer (stora ”valtavlor”, 70x100 cm)
- Småaffischer om lokala frågor (gärna anpassade efter varje område)
- Happenings och arrangemang
- Annonsering
- Reklamtavlor och köpt media
- Mediautspel, debattartiklar och liknande
- Webbaktivitet

## Mobiliseringsområden

I dessa områden måste vi mobilisera särskilt. Det är områden där vi traditionellt varit starka, men där valdeltagandet är lägre än genomsnittet. Valet avgörs av om vi lyckas öka valdeltagandet i dessa områden:

### Nordvästra valkretsen:

- Baronbackarna
- Markbacken
- Oxhagen
- Tysslinge-Garphyttan
- Varberga västra
- Varberga östra

### Nordöstra valkretsen:

- Sofia
- Vivalla norra
- Vivalla västra
- Vivalla östra

### Sydöstra valkretsen:

- Brickebacken norra
- Brickebacken södra
- Tybble

**Alla i mobiliseringsområdena ska nås av (förutom de insatser som når alla):**

- Dörrknackning (1-3 gånger, varav minst en gång ska vara i valrörelsen)
- Dörrknackning under valhelgen
- Någon gårdsfest/happening
- Regelbunden utdelning av material (sköts av de lokala S-föreningarna).
- Material- kaffebord (sköts av de lokala S-föreningarna).
- Områdesanpassade kandidatblad där lokala kandidater presenteras (exempelvis områdestidningarna)
- Lokalt anpassad affischering

**Vinna-områden**

I vinna-områdena har många bytt block i de senaste valen och en röst på (s) innebär troligen en röst mindre på ett borgerligt parti. Många har en positiv syn på socialdemokraternas politik inom välfärden.

**Nordvästra valkretsen**

- Gamla Hjärsta
- Mikael
- Nya Hjärsta östra

**Nordöstra valkretsen**

- Hovsta östra
- Lillån Bettorp
- Lundby södra
- Pettersberg-Ringstorp

**Sydvästra valkretsen**

- Brunnsgärdet
- Gällersta
- Ladugårdsängen
- Rosta västra
- Rosta östra
- Solhaga
- Södermalm
- Vintrosa
- Örnsro

**Sydöstra valkretsen**

- Almby mellersta
- Almby västra
- Almby östra
- Brickeberg
- Sörby norra

**Alla i vinna-områdena ska nås av (förutom de insatser som når alla):**

- Dörrknackning för att fånga upp viktiga frågor (och bjuda in till möte)
- Inbjudan till möte (för att diskutera lokal fråga)
- Uppföljning av möte (utdelning av material, dörrknackning)



- Direktbrev
- Återkommande materialutdelningar (sköts huvudsakligen av S-föreningarna)
- Material- kaffebord (sköts av de lokala S-föreningarna).
- Happenings/arrangemang