

Oslo SV



Innholdsfortegnelse

Del 1 Politisk oppsummering	3
Hovedprioriteringer i valgkampen	4
Velgeroverganger	5
Hvorfor gikk det bra?	6
Utfordringer framover	7
Del 2 Organisatorisk oppsummering	8
Forberedelse	8
Valgkampgruppa	8
Fylkesstyret	11
Kandidatene på stortingslisten	11
Mosaic- systemet	12
Aktivisme i valgkampen	13
Aktiviteter og organisatoriske satsinger	15
Den faglige valgkampen i Oslo SV	28
Arrangementer i valgkampen	28
Deltakelse på debatter og møter	40
Materiell	41
Annonsering og reklame	43
Presse	43
Sosiale medier:	46
Nyhetsbrev og nettside	52
Oslo SU	52
Skolevalget	53
Lokallagenes valgkamp	54
Regnskap	55
Vedlegg 1 - Oslo SVs valgkampplan	61
Vedlegg 2- Velgerundersøkelsen	68
Vedlegg 3- Økonomi	71
Vedlegg 4- Oslo SUs rapport	71
Vedlegg 5- Debattoversikt	

Del 1 Politisk oppsummering

Oslo SV gjorde et godt valg i 2017 og er tilbake til «normalen» med to direktevalgte stortingsrepresentanter. Det er svært gledelig at trenden med nedadgående oppslutning er snudd, og at vi har et så godt utgangspunkt for å videreføre det rødgrønne byrådet etter valget i 2019.

Oslo SV gikk fra 6,3 % til 9,3 % sammenlignet med Stortingsvalget i 2013. Det var 34 052 personer som avga stemme til SV i Oslo, og dette ga oss to distriktsmandater. I forhold til resultatet i kommunevalget i 2015 på 5,4 %, gir dette resultatet på 9,3 % også et bedre utgangspunkt til neste kommunevalg.

Statistikk for Oslo:

Stemmeberettigede: 460 108

Opptalte stemmesedler: 368 828 (Fremmøteprosent 80,2 %)

Forhåndsstemmesedler: 178 520 (48,8 %)

Andel forhåndsstemmer til SV i Oslo: 15 536 (8,7 %)

Antall stemmer for å få 3 mandater i Oslo: 17 503 (tilsvarer 14 %)

Antall stemmer for at vi mistet ett mandat: 5 665 (tilsvarer 7,75 %)

19.3% av SV-stemmere var i Oslo dette valget. Forrige valg var det 18.9%.

Valgresultatene i alle Oslos bydeler:

Ullern: 5,3 % (+1,2)

Vestre Aker: 5,4 % (+2,3)

Nordstrand: 6,0 % (+2,1)

Stovner: 6,5 % (+2,6)

Frogner: 7,1 % (+1,7)

Alna: 8,5 % (+2,9)

Grorud: 8,5 % (+3,7)

Bjerke: 10,2 % (+4,9)

Nordre Aker: 9,3 % (+1,9)

Østensjø: 10,3 % (+3,9)

Søndre Nordstrand: 11,2 % (+4,4)

St. Hanshaugen: 12,6 % (+4,4)

Sagene: 14,9 % (+4,2)

Grünerløkka: 14,6 % (+3,4)

Gamle Oslo: 16,2 % (+3,8)

Hovedprioriteringer i valgkampen

Oslo SV fulgte i stor grad den sentrale valgkampstrategien med de vedtatte hovedkravene fra landsmøtet. Vi gjorde enkelte tilpasninger til Oslo.

Våre hovedsaker:

- Miljø, Oslo skal bli verdens første nullutslippshovedstad
- Skole, Gratis AKS som første skritt på SVs heldagsskole
- Den delte byen og rettferdig fordeling, barnetrygd, områdeløft og rettferdig boligmarked
- Felles velferd, forbud mot profitt i velferden
- Internasjonal solidaritet, ja til atomvåpenforbud

Dette var hovedsaker som fungerte godt i Oslo, og som gjorde at vi var relevante i valgkampen. En suksessfaktor var at vi landet disse sakene tidlig, i mars/april, og allerede da kunne skrive ut budskaps- og argumentasjonsnotater. Offentligheten i en valgkamp anno 2017 er fragmentert og uten de store og tydelige valgkampsakene. Slik vil det også bli framover også, og direkte velgerkontakt og egenproduksjon på sosiale medier blir stadig viktigere.

På miljø valgte vi ut et knippe konkrete samferdselsprosjekter vi er for som vi prioriterte (for eksempel Tonsenhagenentrikken og Ahus-banen). Dette bidro til å gjøre miljøsakene nær folk ulike steder i byen, og vi fikk tydeliggjort forskjellen mellom oss og høyresida. I Oslo viser velgerundersøkelser at folk er veldig opptatt av miljø, så vi løftet også fram Kari Elisabeth Kaski som en miljøkandidat, og hun var synlig på nasjonale miljø saker også. Dette var særlig SVs plan for å kutte klimagassutslipp i Norge de neste fire årene og et oljefritt Lofoten, Vesterålen og Senja.

På skolefeltet valgte vi først og fremst å snakke om gratis aktivitetsskole, selv om dette er en lokal sak. Det er en viktig strategisk sak for SV i 2019, og kunne gjøres relevant i en stortingsvalgkamp gjennom å knytte den til SVs heldagsskole. Utover sommeren ble det flere oppslag om konsekvensene av Høyres skolepolitikk, som vi fulgte opp med kommentarer og i debatter. Vi deltok utover høsten i debatter om konsekvensene av fritt skolevalg og finansieringssystemet i Osloskolen.

Den delte byen ble et av de viktigste temaene. Vi prioriterte sakene barnefattigdom og barnetrygd, områdeløft for Groruddalen og Oslo Sør og rettferdig boligmarked. Alle de tre sakene, med problembeskrivelsen om den delte byen i makt og rikdom, var relevante og traff godt gjennom valgkampen. Vi var trygge på at dette var noe folk var opptatt av, og at våre

politiske løsninger var godt gjennomarbeidet. At vi hadde gode tall for den delte byen, særlig om barnefattigdom, bidro godt til å løfte saken og SVs politikk. At Kaski og Audun Lysbakken er bosatt på henholdsvis Veitvet og Holmlia var noe vi brukte svært aktivt gjennom valgkampen. Det ga oss troverdighet på sak og bidro muligens til gode valgresultater i disse bydelene, i tillegg til at våre politiske saker engasjerte mange bosatt der.

Under overskriften "Felles velferd" snakket vi i Oslovalgkampen særlig om forbud fra profitt i barnevern og asylmottak. Vi koblet også inn arbeidet byrådet, med Inga Marte Thorkildsen i spissen, gjør for å ta sykehjem tilbake til kommunen. Vi valgte ut barnevern og asylmottak fordi det kom mange saker i media på dette, fordi Thorkildsen er en sterk stemme på barnevern og fordi transittmottaket på Torshov måtte legges ned som følge av regjeringens politikk.

Petter Eide drev gjennom valgkampen vårt internasjonale fokus, særlig på atomvåpenforbud. Dette ble en aktuell sak gjennom sommeren, og SV bidro nok til det. Vi utfordret flere ganger daværende utenriksminister Børge Brende i medier og på sosiale medier, og det bidro til å gjøre oss synlige og viste fram at vi ønsker en annen utenrikspolitikk.

Tydelige politiske prioriteringer og budskap på våre prioriterte saksfelt var viktig i møte med velgere og sivilsamfunn og i debatter i valgkampen. Det bidro uten tvil til at vi framsto som et tydelig og klart politisk alternativ til regjeringen gjennom hele valgkampen.

Velgeroverganger

Mye av forklaringen til det svake resultatet for Ap på valgdagen ligger i store velgeroverganger til både SV og Sp. Førsteintrykket når vi ser på målingene gjennom de fire-fem ukene i valgkampen er at oppslutningen om partiene holdt seg overraskende stabil, spesielt for de største partiene. På målingene holdt Arbeiderpartiet seg på 26-28 prosent gjennom hele valgkampen, etter å ha ligget på godt over 30 prosent gjennom hele første halvår. Høyre lå på 24-25 prosent gjennom valgkampukene, mens Fremskrittspartiet holdt seg på et 14-tall eller godt 15-tall gjennom valgkampen. Og dette ble omtrent resultatet for disse store partiene.

Etter å ha ligget lenge på rundt 4 prosent de siste årene, kom SV som et skudd i løpet av valgkampen og fikk 6 prosent oppslutning ved stortingsvalget. I første rekke var det store velgeroverganger fra Arbeiderpartiet som gjorde at SV fikk dette resultatet ved valget. Siste måling fra Respons Analyse en uke før valget viste at 7 prosent av Ap-velgerne fra 2013 ville stemme SV. Dette er over 60.000 velgere, noe som altså utgjør 35 prosent av SVs totale stemmetall i 2017. Men samtidig som SV mottok store velgergrupper fra Arbeiderpartiet, var det

mange SV-velgere fra 2013 som meldte overgang til Rødt. På den siste målingen før valget registrerte vi at nesten 18 prosent av SV-velgerne fra 2013, sa de nå ville stemme Rødt. Dette er over 20.000 velgere, og bidro svært mye til fremgangen for Rødt ved stortingsvalget. Vi kan således fastslå at store grupper på venstresiden i norsk politikk gikk et par hakk til venstre ved årets valg. Mye av forklaringen til det svake resultatet for Arbeiderpartiet på valgdagen ligger altså i store velgeroverganger til både SV og Senterpartiet. Valgresultatene rundt omkring i landet tyder på at Arbeiderpartiet tapte stemmer til både SV og Rødt først og fremst i de store byene.

Underlagstallene i målingene viser at Arbeiderpartiet lakk velgere til både Høyre og Frp de siste to ukene før valget. At bytteforholdet mellom Høyre og Venstre skiftet i løpet av valgkampen var nok avgjørende for at Venstre kom seg over sperregrensen på 4 prosent.

Miljøpartiet De Grønne lå på målinger i valgkampen rett i underkant av 4 prosent, og på en av målingene over sperregrensen på 4 prosent. Partiet fikk tilsig av nye velgere fra flere partier, blant annet fra SV og Venstre. På slutten av valgkampen ble det færre overganger, og i forhold til SV registrerte de at MDG tapte flere velgere enn det vant. Dette medførte at partiet kun oppnådde 3.2 prosent ved valget, og kun ett stortingsmandat. Kilde: Respons Analyse

Hvorfor gikk det bra?

Det er mange og sammensatte årsaker til at SV gjorde et godt valg i Oslo. Disse momentene vil dermed ikke være dekkende, men er noen av de viktigste faktorene.

Det ble en valgkamp hvor SV fikk et stort rom til å få fram våre politiske saker. Vi var godt forberedt, hadde en gjennomarbeidet strategi planlagt i god tid i forveien og et tydelig og godt forankret politisk budskap. Dette gjorde at vi var konsistente og forutsigbare, og kunne møte konkurransen fra de andre partiene med å holde oss til vårt budskap og vår strategi uten å bli distraheret. Vi ble et tydelig alternativ.

Vi opplevde gjennom valgkampen at mange mennesker deler vår uro over ulikheten i makt og rikdom som får øke, og handlingslammelsen i møte med klimagassutslipp. Vår strategi var at vi skulle snakke om de viktigste sakene i vår tid, og minst mulig om oss selv. Det kan vi konkludere med at var en vellykket strategi denne valgkampen. Vi hadde også jobbet ut strategien og budskapet til årsmøtet i Oslo SV, noe som sikret god forankring. Valgresultatet ble godt takket være en enorm laginnsats, hvor hele fylkespartiet gikk i samme retning mot et felles mål. Det at

hele organisasjonen kjente sakene og budskapet og var motivert til å jobbe hardt, var svært avgjørende.

Partiet sentralt bidro også til det gode valgresultatet. Gjennom valgkampen var Audun Lysbakken svært dyktig i både medieutspill, debatter og på sosiale medier. Han forsterket budskapet vi ville ha ut i Oslo, og vi fikk mange positive tilbakemeldinger på ham gjennom valgkampen. Sentralt hadde SV også en godt forankret strategi, som fylkeslaget kjente godt til og var sterkt involvert i. Spesielt grepet med å lansere fem maktkrav til en ny regjering var en vellykket strategi for å tydeliggjøre vår politikk opp mot Arbeiderpartiet.

Utfordringer framover

Etter et godt valg er det lett å bli for fornøyd og late i det videre strategiske arbeidet. Det må vi ikke bli. Oslo SV har et godt grunnlag nå for fortsatt vekst fram mot 2019 og 2021. Strategi- og programarbeidet for disse valgene bør gå i gang ganske raskt. Det er tre viktige momenter å ta med seg i dette arbeidet.

Det ene er at Oslo SV må fortsette det viktige arbeidet med solid politikkutvikling slik at sakene er gjennomarbeidet og ikke minst forankret i hele organisasjonen før valget. I Stortingsvalg er det viktig at disse sakene henger sammen med de nasjonale hovedsakene også. Vi bør tidlig starte arbeidet med å sette målene for hvor vi skal være i 2021.

Den andre utfordringen er den store konkurransen på venstresida i Oslo. Vi gikk fram dette valget til tross for at Rødt gjorde et historisk godt valg, og også MDG og Ap er store i Oslo sammenliknet med landsresultatet. I 2017-valgkampen valgte vi å håndtere konkurransen gjennom i liten grad å søke konflikt med noen av partiene, men gjorde heller Høyre og FrP til våre hovedmotstandere. Veksten vår tilsier at vi er i stand til å vokse til tross for denne konkurransen, men vår vekststrategi må ta høyde for fortsatt sterk konkurranse. Et større SV er nøkkelen for å vinne valgene i 2019 og 2021.

Til sist. Det blir stadig flere som forhåndsstemmer, og valgkampen kommer tidligere og tidligere i gang. I år startet Ap og Høyre valgkampene sine i slutten av juli. Vi må derfor legge til grunn at den politiske og organisatoriske delene av valgkampen også for SV må starte tidlig. I år var Kaski kandidat på fulltid fra april, og både hun og andre kandidater var på gjennom juni og juli. Framover må det lages en enda mer konkret plan for hvordan vi skal være synlige og bygge opp saker og kandidater gjennom våren og sommeren.

Del 2 Organisatorisk oppsummering

Oslo SVs gjennomføring av valgkampen fulgte valgkamplanen som ble vedtatt av Oslo SVs årsmøte (04.03 2017). Fylkesstyret nedsatte på sitt møte den 23.03 2017 en valgkampgruppe som har hatt ansvar for den praktiske gjennomføringen av valgkampen.

Forberedelse

I august 2016 satte fylkesstyret ned en forberedende valgkampgruppe bestående av fylkespartiets arbeidsutvalg, partisekretæren og en representant for Oslo SU. Fylkessekretæren var utvalgets sekretær. Gruppen fikk i oppgave å gå gjennom evalueringer fra tidligere valgkamper, valganalyser fra forrige kommune- og stortingsvalg og se på endringer i befolkningssammensetningen i Oslo. På bakgrunn av dette la gruppa frem en plan som ble behandlet av RS i november 2016. Planen bestod av:

- Overordnede målsetninger for valget
- En analyse av målgruppa for Oslo SVs valgkamp
- En anbefaling om hovedsaker for Oslos stortingsvalgkamp og hvordan vi skal jobbe for å påvirke SVs hovedsaker og maktkrav til valgkampen.
- En anbefaling om bruk av ulike virkemidler for kontakt med folk
- En anbefaling om disponering av fylkespartiets ressurser i valgkampen

Representantskapet overlot til fylkesstyret å foreslå sammensetningen av valgkampgruppen under selve valgkampen. Oslo SVs valgkampgruppe ble etablert i etterkant av nominasjonsmøte 1. desember.

Valgkampgruppa

Valgkampgruppa ble ledet av Petter Eide frem til landsmøtet, hvorpå Kari Elisabeth Kaski overtok. Benjamin Endre Larsen satt i valgkampgruppen frem til årsmøtet og ble deretter erstattet av Sunniva Holmås Eidsvoll. De øvrige medlemmene av valgkampgruppen var: Jens Aas-Hansen, Unni Berge, Henriett Røed, Kristian Fjellanger og Ane Fidjestøl. Valgkampgruppa definerte følgende som sine oppgaver:

Politiske prioriteringer

- Hvilke politiske områder skal valgkampen konsentreres om?
- Hvordan skal SVs nasjonale valgkampstrategi gjøres relevant for velgere i Oslo?

- Hva skal være våre hovedbudskap?

Organisatorisk

- Avklare virkemidler og oppgaver for våre lokallag og aktivister.
- Avklare hvilken rolle vi ønsker at våre andre tillitsvalgte og ressurspersoner skal ha.
- Tempoplan for valgkampen, inkludert skoleringsplan for medlemmer og tillitsvalgte

Valgkampgruppemøtene hadde både et organisatorisk og politisk formål. Faste punkter på dagsorden var dag til dag- kalenderen, organisering av aktivitetene i valgkampen, og de viktigste hendelsene for kandidatene. Fra begynnelsen av august til valgdagen hadde valgkampgruppen daglige morgenmøter kl. 09:00 på rådhuset. Vi forsøkte å ha oversikt over den fullstendige valgkampen, men dette var avhengig av at alle medlemmene av gruppa møtte til møtet, siden vi hadde klare ansvarsfordelinger og ansvarspersoner.

Valgkampgruppa ble ledet av Kari Elisabeth Kaski, som holdt et stramt tidskjema. Dette gjorde møtene effektive, og ressursutnytting som anbefales videre.

Valgkampgruppa fra august besto av:

Kandidatene: Kari Elisabeth Kaski (1. Stortingskandidat Oslo SV)

Petter Eide (2. Stortingskandidat Oslo SV)

Solveig Skaugvoll Foss (4. Stortingskandidat Oslo SV)

AU: Sunniva Holmås Eidsvoll (Leder Oslo SV)

Carl Morten Amundsen (Nestleder, Oslo SV)

Hanne Lyssand (Nestleder, Oslo SV)

SU: Sarah Lilleberg Safavifard (Leder, Oslo SU)

Sekretariat: Ane Fidjestøl (Fylkessekretær, Oslo SV)

Anniken Gurijordet (Valgkampsekretær, Oslo SV)

Heikki Eidsvoll Holmås (Leder av aktivistkorpset og ringesentralen)

Unni Berge (Rådgiver, SVs stortingsgruppe)

Rolf Vestvik (Konsulent, Conow)

Jens Aas Hansen (Kommunikasjonsrådgiver, Oslo SV)

Daglig mediemøte

I forkant av valgkampgruppemøtet hadde vi mediemøte hver morgen kl 08:30 fra starten av august. Gruppen vurderte hver morgen mediebildet med sikte på å komme på, samt planmessig arbeid for å få på egne utspill. Mediearbeidet ble prioritert hver dag frem til lunsjtid. Her deltok Kari Elisabeth Kaski, Petter Eide, Jens Aas Hansen, Anniken Gurijordet, Rolf Vestvik og AU ved anledning. Gruppen ble ledet av Unni Berge.

Sekretariatet

Fra 6. juni bestod fylkessekretariatet av fylkessekretær og en valgkampsekretær i 100 %. I tillegg bidro leder av Oslo SV og kommunikasjonsrådgiver i Oslo SV til valgkamp i arbeidstiden. Inntil den siste fasen av valgkampen deltok Rolf Vestvik på morgenmøtene i valgkampgruppa og bistod med info- og pressearbeid.

Det at vi hadde sekretariatet og toppkandidatene samlet på ett sted var til stor fordel når det gjaldt å samordne løpende aktiviteter og arbeidet med utspill. I tillegg samarbeidet vi tett med partikontoret som også satt samlet med Stortingssekretariatet. Unni Berge som var utlånt til Oslo SV 50%, fungerte som et kommunikasjonsledd mellom Oslo SV og sentralt. Det fungerte bra med at Unni Berge ledet møtene da Kari Elisabeth var opptatt med andre ting. Viktig at det er en assistent som støtter valgkampleder, og kan steppe inn på kort varsel med en stram møteregi.

Ferieavvikling ble ved dette valget koordinert slik at det alltid var én til stede på kontoret, og valgkampsekretær og 1. kandidaten tok ut minimalt med ferie. Dette ga gode presse- resultater da det var enklere å komme på i juni og juli-måned.

Læringspunkter:

- Det tok litt tid å tilpasse seg for gruppen at vi var få personer til raskt mange flere i valgkampgruppa. Det er viktig at rolleavklaringer og oppgaver til hver enkelt forberedes før sommeren, og noteres ned slik at hver enkelt er forberedt til de daglige oppgavene.
- Valgkampgruppa burde samarbeide tettere med de fire største byene i Norge og dra nytte av erfaringer på tvers.

Fylkesstyret

Fylkesstyret hadde tre møter etter sommeren, hvorav ett var på scype. Valgkampen, med en innledning fra en av toppkandidatene, var hovedsaken på disse møtene. Møtene var korte og effektive og ga FS mulighet til å komme med innspill til valgkampgruppen.

Alle medlemmer av fylkesstyret fikk fordelt vakter i valgboden. De som ikke hadde påtatt seg ansvar i sitt eget lokallag sin valgkamp, stilte opp ved behov på dugnader som: Ringedugnad, stand, listebæring og forefallende oppgaver underveis i valgkampen. Alle medlemmene av fylkesstyret gjorde en god innsats i valgkampen, ikke minst som ressurspersoner i valgboden og ekstra mannskap til lokale stands med få aktivister.

Kandidatene på stortingslisten

Valgkampen 2017 hadde et veldig godt lag med kandidater. De øverste kandidatene (topp 5) ble flittig brukt til ulike aktiviteter, arrangementer og debatter, og vi hadde daglig kontakt.

1.kandidaten var frikjøpt i 6 måneder før valget, og 2. kandidaten ble frikjøpt 1 måned før valget, noe som gjorde at de var viktige ressurspersoner i sekretariatet også. Halve kandidatlisten representerte SV i en eller flere debatter og på andre valgkampaktiviteter, og det var veldig bra. Noen med en helt enorm innsats.

Det er naturlig at kandidater som ikke tar gjenvalg, har en annen rolle enn de nye som skal profileres. Likevel kan de være en viktig ressurs for oss i valgkampen. I denne valgkampen var Oslo SV så heldig å ha en avtroppende kandidat som viet hele sin tid til aktivisme - mens han fremdeles sto på Stortingets lønningsliste.

Læringspunkter:

- Vi opplevde at det var svært ulike forventninger til rollen som kandidat, og hvilken grad de ønsket å bidra i valgkampen. Dette bør avklares i forkant av valgkampen, gjerne skriftlig der alle som står på listen forplikter seg til å delta i Oslo SVs valgkamp på en eller annen måte, selv om de ikke står på øvre del av listen.
- Vi er et lite parti med få kjente fjes, og det er derfor viktig å profilere de kjente ansiktene vi har så godt som mulig. Ordfører Marianne Borgen og byråd Inga Marte Thorkildsen kunne vi utnyttet mer. Ved neste valg bør vi diskutere hvordan vi i større grad kan benytte oss av de samlede ressursene som både våre gamle og nye kandidater sitter på.

Mosaic- systemet

Denne valgkampen handlet om å mobilisere SVs kjernevelgere. For å klare det var vi avhengige av å føre en så effektiv og målrettet valgkamp som mulig. Derfor kjøpte SV sentralt datasystemet *mosaic* for å lære mer om hvem våre velgere er, og hvor de bor.

Datasystemet baserer seg på informasjon fra Statistisk Sentralbyrå og forbrukerundersøkelser. Det inkluderer informasjon om utdanningsnivå, boligtype, inntekt, forbruksvaner og verdiorientering. Gjennom mosaicèn fant vi frem til befolkningsgrupper og geografiske områder hvor det var sannsynlig at SVs velgere er overrepresentert. Mosaicèn ga oss ikke kunnskap om individer, kun om de grunnkretsene og gateadressene hvor vi hadde størst sannsynlighet for å finne SV-velgere. Disse dataene var særlig nyttig når vi kombinerte informasjon fra mosaicèn med SVs oppslutning på valgkrets nivå ved forrige valg.

Kunnskapen vi fikk gjennom mosaicèn ble brukt til flere ting:

- **Ringning av potensielle velgere.** Vi fikk tilgang til telefonnummer og adresselister i de grunnkretsene vi vet det var forholdsvis mange SV-velgere.
- **Annonsering på sosiale medier.** Kunnskapen vi fikk om holdninger, interesser og livsstil gjorde det lettere å lage segmenter i sosiale medier som vi markedsfører mot. I tillegg kunne vi annonsere mot de postnumrene hvor det bodde flest kjernevelgere.
- **Dør til dør.** Vi valgte ut gatene i de områdene hvor det var forholdsvis mange SV-velgere. Lokallagslederne ble anbefalt å laste ned app til dør- til- dør besøkene.
- **Postkasseaksjoner.** Vi delte ut valgmateriell i de grunnkretsene og på de gatedressene som hadde mange SV-velgere.
- **SMS.** Telefonnumrene ble brukt til å sende SMS. For eksempel i forbindelse med frist for forhåndsstemming.

SVs kjernevelgergruppe

Gjennom analyser av dataene i mosaicèn ble det identifisert én kjernevelger-gruppe for SV. "Storbypuls"-gruppen består av velgere som bor i sentrum av de største byene, særlig i Oslo.

Oppslutning "på mandag"								
	AP	FrP	Høyre	KrF	MDG	SP	SV	V
A Solsiden	92	81	145	50	128	15	131	139
B Grått gull	96	80	118	65	123	74	97	127
C Småbyliv	110	113	98	122	69	83	86	67
D Nybyggeren	100	85	114	125	74	61	70	107
E Storbypuls	100	49	93	46	272	50	168	194
F Boligbyggelaget	122	88	97	55	123	28	122	57
G Maurtua	113	81	87	81	114	34	151	118
H Campus	97	71	111	67	215	77	126	117
I Eldrebølgen	104	89	96	134	67	52	106	59
J Typisk norsk	101	146	106	83	63	56	77	82
K Industri og tilskudd	104	150	91	96	87	74	55	73
L Fjord og fjell	97	111	66	175	68	199	104	78
M Bondelandet	70	100	63	137	42	507	58	75

"Storbypuls"-gruppen er sammensatt, men kjennetegnes ved noen fellestrekk: De har høy utdanning, god inntekt og er opptatt av å bo på de heteste adressene. Dette er unge mennesker som ofte er single eller samboere uten barn. De leier typisk i leiligheter på rundt 50 kvm i lav eller høyblokker. De har i stor grad utdanning innen humanistiske eller samfunnsvitenskapelige fag. Pengene brukes på klær, sko, mobil/data og ferie i utlandet. De ser nyheter på nettet og mobilen og bruker kulturtilbud svært aktivt. Mange av dem er også solidariske og miljøbevisste. Det er omtrent 2-3 ganger så mange SV-velgere i mosaicgruppen "Storbypuls", enn det som er snittet i befolkningen.

Læringspunkter:

- Mosaikken er ikke mer enn en sammenfatning av data. Den kan ikke følges slavisk eller overstyre andre politiske prioriteringer. Vi så ved flere tilfeller at lokallagene kjente til områder som var bedre å stå , enn det mosaikken anbefalte (pga av knutepunkt for eksempel). I tillegg ringte vi også til enkelte som aldri kunne tenkt seg å stemme SV, og som hadde stemt FRP for eksempel. Men alt i alt gir disse dataene en viktig pekepinn på hvor vi bør legge inn ressursene, og vi bør bruke dette i årene fremover også. Det er flere bruksområder som burde utnyttes bedre neste gang, for eksempel utsending av postkort til de beste grunnkretsene våre, eller postkort til alle førstegangselgere i kommunen. Vi burde også fokusere på lokalisering av stand i de områdene hvor det er forholdsvis mange SV-velgere. Dette gjelder spesielt lokallag utenfor sentrumskjernen.

Aktivism i valgkampen

Aktivistene ble rekruttert gjennom bidraskjema som lå på sv.no/oslo. Vi fikk mange nye aktivister i løpet av valgkampen, og det var viktig å få de inn i disse systemene. Dette ble gjort

gjennom å ringe nye medlemmer og invitere dem til arrangementer og ulike oppgaver. Aktivistene gjorde en kjempejobb, ringedugnaden ble prioritert og det ble stadig flere som deltok så det er verdt å få frem. Flere nye medlemmer enn tidligere ble kontaktet og fikk et tilbud som er en positiv utvikling. Dette må videre utvikles for å sikre et godt førstemøte med SV.

I bidraskjema hadde vi 268 aktivister. I tillegg hadde vi en valgkampkorpset på [Facebook](#) med rundt 350 medlemmer, men her var det en del overlapp og mange som var sovende medlemmer. I tillegg bidro Oslo SVs nyhetsbrev til at medlemmer som ikke var påmeldt selve korpset, ble med på ulike aktiviteter. Nyhetsbrevet ble sendt ut en til to ganger i uken under valgkampen.

Den raskeste responsen fikk vi ved å legge ut en henvendelse på valgkampkorpsets facebookside. En utfordring med denne formen for mobilisering var at det var mye de samme aktivistene som stilte opp, og at vi ikke i stor nok grad fikk utnyttet hele aktivistmassen.

Det ble opprettet et eget superkorps av medlemmer og sympatisører som sa seg villig til å gjøre en ekstra innsats i valgkampen. Etter ringerundene og utsendte verveskjema hadde vi et valgkampkorps på ca 200 personer. Korpset ble ledet av Heikki Eidsvoll Holmås. Vi så at det var svært viktig å ha en egen person som følger opp superaktivistene da det kommer nye hele tiden, og de trengte oppfølging. De siste ukene av valgkampen er det vanskelig for lokallagene å følge opp nye aktivister og ble da sluset videre til passende aktivitet gjennom Heikki.

Læringspunkter:

- Det må i god tid før neste valg lages gode datasystemer og plattformer som gir mulighet for å nå direkte ut til alle. Facebook er ikke egnet og Messenger har en grense på 150 medlemmer. Et slik program må kunne brukes både av lokallag og Oslo SV.
- Vi må ta en gjennomgang av personvernreglene slik at vi får hensiktsmessige it-løsninger som kan mobilisere alle. All sentral utvikling av programvare anbefales å ha Oslo som testpilot. Sentralt påmeldingsprogram var lite fleksibelt i år. Det manglet tilgang for andre enn Oslos ansatte sekretærer og hadde ikke oppført telefonnummer.
- Aktivistene meldte seg til tjeneste gjennom å svare på et spørreskjema tilsendt på e-post. De fikk som regel to alternativ: ringesentral og debatt. Dette ble kanskje litt smalt, og vi bør ha en mal for hvordan vi tar imot nye aktivister og gi de flere valgmuligheter. I tillegg må vi huske på å sette de i kontakt med lokallaget og sørge for at kommunikasjonen er aktiv. Dette kan med fordel utvikles videre ved neste valg.
- Det bør også diskuteres hvordan vi i større grad kan ta i bruk utvalgene våre – og de

kompetansemiljøene som allerede finnes i partiet. Det ble i liten grad utnyttet i forhold til potensialet. Det burde være et møte med hvert utvalg på forsommeren, slik at de selvstendig kan jobbe med eget arrangement, debatt, eller frokostmøte i forhold til det tema som de jobber med.

- Det bør i større grad planlegges og gjennomføres felles internett-aksjoner i valgkampen for å skape aktivitet i sosiale medier og få ut budskap.
- Det bør i tillegg lages en sosial oppfølging i regi av voksne (uten barn), som kun har det sosiale som ansvar, for å styrke fellesskapet.
- Det bør arbeides med å bygge opp en fastere ramme rundt aktivistene også i mellomvalsår.

Aktiviteter og organisatoriske satsinger

Valgbod

Oslo SV ansatte Ingrid Kiran som valgbodmedarbeider i 100 % stilling fra 10. august til 12. september. Hun hadde jobbet frivillig på valgboden ved forrige valg, og det gjorde at hun var godt forberedt til oppgaven. Vi hadde et formøte før sommerferien der vi planla innkjøp og noen aktiviteter på boden, slik at vi fikk startet planleggingen i god tid.

Valgbodansvarlig hadde ansvaret for å fylle på med løpesedler, sørge for at boden var bemannet, og at den så ryddig og fin ut. Lokallagene fikk ansvar for å bemanne valgboden tre dager hver. Vi valgte en minimumsbemanning på valgboden, for å ha nok aktivitet andre steder også. Dette gikk greit, til tross for noen problemer med formiddagsvakter for de minste lagene.

Valgbodansvarlig kontaktet hvert lag kun et par dager/dagen før for å minne om vaktene, og dette var litt sent. Hvert lokallag burde ringes en uke før, og så to dager før for eksempel. Ved neste valg må også de lokallagene som skal stå sammen på boden, få vite hvor mange som kommer fra det andre laget – slik at en kan sikre en god nok bemanning.

Fylkesstyret og SU gjorde en veldig god jobb med bemanning og stilte også opp der vi trengte folk i siste liten. Vi ser hvor viktig det er å ha ressurspersoner tilgjengelige på valgboden som er utadvendte og som kan SV-politikk.

Valgboden på Karl Johan- evaluering av valgbodansvarlig Ingrid Kvale Kiran:

”Det som fungerte bra med boden var selvfølgelig at designet gir oss mye oppmerksomhet som er positivt. Andre ting som fungerte fint var å ha en ”lekestasjon” for barn med tog og tegneutstyr. Karamellene tiltrakk mye mennesker. Det fungerte også veldig fint å ha et tett

samarbeid med SU som tok vaktene der ingen andre stilte. Det var lurt å gi SU konkrete datoer da de små lokallagene i SV (som ofte ikke hadde nok folk) hadde ansvar, også kunne de prøve å delegerer deretter.

Å inndeleg skapene etter hvor ting skulle være fungerte også bra, blant annet er det mer praktisk at de lange tingene vi har som gressmatte, parasoller osv ligger i det skapet som er skrått for da har de mer plass enn ellers. Det som fungerte veldig bra også var at første- og andre kandidatene våre var mye tilstede på boden da de hadde mulighet.

Noe som også fungerte veldig bra var at dette valget sto vi ved siden av Rødt og KrF, så vi kunne koordinere når vi skulle stenge med Rødt.

Det var mange utfordringer med boden vår. Den aller største utfordringen var trolig alderen til boden - til tross for maling og utseendet, er den slitt. Siste dagen på Karl Johan ble døra til det skrå skapet helt ødelagt og ble latt være igjen hengende. Også bordet som vi bruker til å ha brosjyrene bør erstattes, måten det er satt sammen for boden er praktisk - men fører også til at det lett blir slitt og kan bli ødelagt. En annen utfordring med boden som også var et ganske stort problem, var at boden ikke er vanntett og vi måtte bruke presenning de kveldene/nettene det skulle regne. Ved neste valg bør vi tenke på: Hva vi skal gjøre når det regner mens vi står på boden og før stengetid? - Å bruke parasoller fungerer ikke helt med designet av boden på Karl Johan, i tillegg til at parasollene ikke kan dekke store deler av taket til boden. Vi vurderte også presenning de gangene det regnet mest å ta opp presenningen mens vi sto på boden, men det ville også ødelegge mye av den utseendemessige faktoren. Derfor bør vi vurdere å anlegge enten et lite tak kan monteres på som man ruller ut til der boden er slik som flere andre partier har på stand og/eller få på et tak over bokstavene som ligger tett - fordi treverket er bygget opp slik som det er (og det innebærer noen "sprekker"), må taket til boden være over bokstavene. Det som heldigvis hjalp utfordringen med vann er at skapet vi har foran i boden er vanntett fordi det er malt inni - derfor etter et par dager flyttet vi mesteparten av flyerne dit.

Likevel er det greit å ha nok brosjyrer sånn at man slipper for mange turer fram og tilbake til Rådhuset og partikontoret, og derfor bør man også skaffe et tak.

En annen ting som også var litt utfordrende var at ikke alle brosjyrene vi hadde lå samme sted. Det tar lengre til å dra til Tøyen og man får ikke med seg like mye på trallen. Arbeidsprogrammet ble veldig populært som førte til at det ble nesten like mange turer på Tøyen som på Rådhuset. Det ville kanskje være enklere om alle brosjyrene var samlet på Rådhuset.

Åpningstidene våre fungerte veldig bra generelt - men det var litt upraktisk at vi ikke kom før 12, for da var det masse skoleelever som ventet. Vi brukte masse tid på å svare på spørsmål mens vi pakket opp boden, som var noe stressende og det viser kanskje dårlig initiativ at vi var de siste som var synlige for skoleelevene (selv om man ikke bør bruke for mye tid på de ettersom de ikke kan stemme)."

Program på valgboden

I år valgte vi å ha mindre underholdning og ståhei og mer politisk innhold enn tidligere.

Følgende aktiviteter ble gjennomført:

Åpning av valgboden: Åpningen av valgboden var 10. august kl 16:00 til 17:00. Ordfører Marianne Borgen var der for å klippe snor, og våre stortingskandidater Kari Elisabeth Kaski & Petter Eide holdt appeller. Vi serverte kaffe og kaker. Det kom rundt 30 personer, mange av dem gamle SV'ere.

Dueller: Vi arrangerte flere dueller med Høyre/FRP på valgboden. Vi hadde en dialog med begge partier som var interessert i samarbeide med oss gjennom valgkampen. Det ble avtalt at vi skulle samarbeide om egne dueller, fremfor å vente på å bli invitert av eksterne. 25. august arrangerte vi to dueller på valgboden vår, der Petter Eide var "innpisker" og fikk folk til å strømme til ved hjelp av lydanlegg og godt humør. Kl 12.30 Stilte Frps Carl I. Hagen opp mot SVs Kari Elisabeth Kaski til miljødebatt, og kl 13.30 var det skoledebatt mellom Kari Elisabeth Kaski (SV) og Stefan Heggelund (Høyre). Vi gjentok duellen mellom Kari Elisabeth Kaski og Carl I. Hagen 1. September kl. 14.30. Denne gangen på FRPs valgbod, og med temaet "skatt og fordeling". Alle duellene ble også sendt live på Facebook. Det var rundt 40- 50 mennesker som kom til under duellene, og spesielt duellene med Carl I. Hagen vakte oppmerksomhet. Dette burde vi med hell gjøre mer av i valgkamper og planlegge i lengre tid. Men det var fint å kunne ta noen på sparket i slutten av valgkampen da vi visste hvilke "rom" vi hadde i kalenderen.

Spørretimer: Av erfaring fra duellene og fra aktiviteten på valgboden generelt, så vi at valgboden på Karl Johan er et yndet sted å synliggjøre seg og møte mennesker direkte. Tidligere har vi hatt inntrykk av at det er hovedsakelig skoleelever og turister på Karl Johan, men i år fikk vi svært mange interesserte og engasjerte personer som kom bort til valgboden. Dette gjorde at vi ønsket at kandidatene skulle bruke mer tid på boden enn først antatt. Kari Elisabeth gjorde tre "spørretimer" på boden, som ble annonsert med flere plakater på boden i forkant og på Facebook. Dette var et lavterskel- tilbud der man kunne spørre om små og store spørsmål innenfor SVs politikk. Vi gjorde ikke noe mer opplegg enn at hun sto på boden og tok imot de som måtte komme. Det kom interesserte hele timen da Kari Elisabeth var der, men det er litt vanskelig å si om de tilfeldigvis gikk forbi eller om de hadde planlagt å komme.

Smoothiesykkelen: Dette fungerte veldig bra. Vi lånte en smoothie-sykel av Oikos til gatefesten, og denne skulle ikke leveres før mandagen. Derfor brukte vi muligheten til å ha smoothiesykel på valgboden søndag 20. august. Smoothiesykkelen har vist seg å være svært populær blant barna, da de fikk lage sin egen smoothie og samtidig lære litt om energibruk. Vi fikk gratis frukt som var til overs fra Øya- festivalen. Dette er viktig å huske på til senere år også. Kontakt miljøansvarlig Ingrid Kleiva Møller på 93677676 dagen etter Øya er ferdig.

Popcorn- maskinen: Oslo SV eier en popcornmaskinen som var plassert hos Grunerløkka SV på Olav Ryes Plass fordi her kunne den låses inn om natten. Vi fikk allikevel brukt den et par ganger på valgboden med et godt resultat. Det var ingen andre partier som hadde popcornmaskin, og spesielt når det regnet var dette populært. Det er positivt å ha lavterskel- tilbud som gjør at folk kommer bort til valgboden, og vi kommer i prat med flere potensielle velgere.

Læringspunkter:

- Flere tilbakemeldinger viser at det kunne skjedd mer av aktivitet på valgboden. De dagene tegnesaker, smoothiesykel og andre aktiviteter var fremme skjedde det mye og tiltrakk folk, men dette ble ikke tatt frem hver dag (selv ikke flyere og tegnesaker). Vi må være påpasselig på at alt vi har av ressurser må benyttes og pakkes ut hver morgen.
- Valgbodansvarlig burde ha fulgt opp lokallagene i sterkere grad og ringt dem med påminnelse om vaktene, ikke bare skrevet til dem like før vekten. At det gikk så bra er mye på grunn av innsatsen til lokallagene.
- Kontakten mellom rådhuset og valgboden burde vært tettere. Det ble fort slik at vi som satt på rådhuset løp innom valgboden mellom andre gjøremål. Valgbodansvarlig burde spist lunsj på rådhuset evt slik at man kan ha en løpende dialog.
- Lokallaget bør i større grad få ansvaret på stenging av boden, og frigjøre mer tid til valgbodansvarlig for organisering av det visuelle og aktiviteter.
- I tillegg skal man ikke undervurdere valgboden på Karl Johan som en god møteplass for potensielle velgere. Dette er et sted der folk kommer, og vi må sette inn store SV- profiler i større grad på boden.
- Valgboden er også et gatekontor, der våre egne aktivister kan stikke innom for å fylle på med løpesedler og argumenter. Dette fungerte veldig bra for de fleste lokallag, men noen var svært sjeldent innom.

Kontaktinformasjon på valgboden:

Valgboden fra kommunevalget i 2011 ble gjenbrukt i valgkampen 2017, og skal igjen brukes i kommunevalget 2019. Det vil være siste gang. Den er godt brukt og slitt nå, men utsiden og bokstavene er svært populære og gjenkjennbar.

Boden er laget, oppbevart og pusset opp av Bjørn Jørund Blikstad (40831307).

Valgboden lagres nå på Fjeld Gård, Hobøl i Ås. Kontaktperson: Sveinung Grimsby (95204118), www.grimsby.no. Den lagres innendørs for 660 kr/pr. mnd. Vi har fått to måneders gratis leie og totalpris for 2 år er kr. 15840,- som er betalt på forskudd.

Boden ble fraktet til og fra Karl Johan med Transportsentralen. Telefon til transportør: 95172088. FS har vedtatt at valgboden skal brukes for siste gang i 2019-valgkampen.

Listebæring

Listebæring er en omdiskutert aktivitet, men ettersom spesielt Høyre har lange tradisjoner for dette, valgte SV til slutt å følge opp på prioriterte valglokaler. Vi bestemte at vi skulle ha beredskap på de utvalgte valglokalene dersom Ap, Rødt eller MDG var tilstede. Dersom de "konkurrerende" partiene ikke stod med lister, skulle vi ha en synlig tilstedeværelse med SV T-skjorte på gater, torg og knutepunkter for å minne folk på å stemme.

Det ble laget en googleliste over de beste valglokalene i de prioriterte bydelene Sagene, Gamle Oslo, Grünerløkka, St. Hanshaugen og Alna. Tidspunktet som ble satt var valgdagene søndag fra 13-15:30 og mandag fra 16-21. Arbeidet med rekruttering til dette ble i første omgang delegert til lokallagene, og sekretariatet hjalp til med å fylle på der de manglet folk. Skjemaet ble administrert fra Oslo SV. De fleste listebærerene hentet listene selv. Det er likevel viktig å huske på å lage en plan for hvordan listene skal distribueres til de valglokalene som ligger lengst unna. Det må også bestilles maks antall lister fra kommunen.

Læringspunkter:

- Planleggingen og rekrutteringen kom i gang alt for sent (10 dager før valgdagen) og dermed kom vi heller ikke i mål med å dekke alle valglokalene.
- Det ble mye intern diskusjon om listebæring og mange aktivister som ikke ville stå fordi de er prinsipielt imot ordningen. Vi brukte også mye tid siste uken på å orientere om hvorfor Oslo SV gjorde det.

- Arbeiderpartiet stod veldig få steder med listebæring. I stedet sto de på knutepunkter med skilt til nærmeste stemmelokale. Dette ble diskutert, da mange ikke så at de var fra Arbeiderpartiet. Samtidig er det usikkert hvor mange vi faktisk får til å stemme på SV ved selve valglokalet. Mulig det er like bra å bruke ressursene rundt i byen med synlighet og påminnelse om å bruke stemmeretten.
- Det anbefales at stortingsgruppen fremmer forslag om en forskrift som forbyr listebæring utenfor valglokale. Dersom dette ikke fører frem, bør partiet ta en ordentlig diskusjon i god tid slik at alle er orientert om hva vi bestemmer oss for.

Morgenaksjoner

Sentralt ble det satt ned fire nasjonale aksjonsdager som lokallagene skulle følge: 5. juni, 23. juni, 15. august og 29. august. Oslo SV valgte i tillegg å ha en egen aksjon på miljø 9. september. Det ble trykket opp egne løpesedler til disse datoene, med en av hovedsakene i valgkampen som budskap. Alle lag fikk tilsendt en pdf av løpeseddelen på e-post senest en uke før aksjonsdagen, og opprinnelig var det meningen at hvert enkelt lag skulle stå for opptrykket. Etter den første aksjonsdagene ble det bestemt at Oslo SV skulle bestille felles opptrykk, og legge løpesedlene til avhenting i valgboden til selvkost. Etter noen innkjøringsproblemer fungerte denne ordningen greit. Lokallagene meldte tilbake om svært positive erfaringer fra morgenaksjonene, og folk var generelt veldig positive på morgenen, og mange tok imot løpesedler. Det var også effektivt at alle var ute med samme budskap, på samme tid, så mange steder i byen. Ettersom oppslutningen og stemninga rundt SV økte utover i valgkampen, fikk vi en ekstra god energi når vi stod ute.

Det ble også gjennomført flere morgenaksjoner i regi av valgkampgruppa og lokallagene. Valgkampgruppa spredte seg enkeltvis til hvert sitt lokallag og var med eller vi hadde egne morgenaksjoner på Nasjonalteateret T-banestasjon, Egertorget eller Youngstorget. Dette burde vi gjort enda mer av. De folkerike områdene rundt T-banestasjonene i sentrum, Egertorget og Youngstorget tilhører bydel St. Hanshaugen, men lokallaget hadde nok med å bemanne til morgenaksjon på Bislett/Knut Knudsens plass.

Læringspunkter:

- Tidspunktet mellom 7:30 og 8:30 er et veldig godt tidspunkt for å møte mange potensielle velgere og det kolliderer ofte ikke med andre aktiviteter for kandidatene. Derfor burde dette være en aktivitet vi gjør fast minst en gang i uken fra 1. august.

- Viktige knutepunkt som Nasjonalteateret, Youngstorget, Jernbanetorget og Egertorget ligger under lokalet St. Hanshaugens ansvar, men de har mer enn nok med å fylle knutepunkt lokalt på morgenaksjoner. Derfor er det viktig at valgkampgruppa også i valgkamper fremover stepper inn på disse områdene, som er veldig viktige møtesteder med mange mennesker.

Stand

Det ble avholdt svært mange stands i løpet av valgkampen. I all hovedsak ble disse gjennomført av lokallagene. Alle lokallag hadde stands minimum de 4 siste lørdagene, men de fleste lag hadde langt flere. Grünerløkka SV hadde valgbod på Olaf Ryes plass og Gamle Oslo stod på Grønland hver dag fra 19. august.

Alle lokallag hadde stands de fire siste lørdagene før valget. Østensjø og Nordre Aker hadde dessuten søndagsstands i marka flere søndager. De fire toppkandidatene sørget for at nesten alle lokallag fikk besøk på stands minst en gang i løpet av valgkampen. Det er utfordrende å få til en slik turné dersom det kun skal gjøres på lørdager, når det også er mye annet program og debatter. Derfor ble noen av besøkene lagt til søndager og arrangement på andre ukedager.

Vi hadde også stands i tilknytning til noen debatter og på institusjoner som hadde invitert oss spesielt til dette.

Minoritetsvalgkamp

Vi stilte opp på det meste vi ble invitert til av ulike minoritetsorganisasjoner og religiøse samfunn. Både kandidater og enkeltmedlemmer gjorde en kjempeinnsats i enkelte grupper og arrangerte for eksempel egne moske- aksjoner. Vi var også mye i kontakt med det kurdiske miljøet. Ved høytiden Eid hadde vi egne løpesedler. De ble svært godt mottatt. Noen av lokallagene hadde også egne aktiviteter rettet mot minoritetsmiljøene i sine bydeler.

Likevel er konklusjonen at vi jobber for lite systematisk særlig opp mot minoritetsmiljøer. Vi har ikke mange nok personlige kontakter i disse miljøene. Framover må partiet bli flinkere til å utnytte de ressursene vi allerede har og bli mer aktive i å rekruttere medlemmer fra minoritetsmiljøer. Dette er et langsiktig arbeid å etablere, og det er viktig at vi kommer i gang med dette allerede nå fram til valgkampen i 2019. I forbindelse med valgkampen bør viktige

hendelser i trossamfunnene kartlegges, og aksjoner planlegges deretter. Det bør utvikles egne løpesedler til hver aksjon framfor generelle løpesedler.

Marian Hussein, 5. Stortingskandidat:

Allerede før sommeren begynte jeg å kontakte ulike miljøer for synliggjøre SV som et alternativ. Dette gjorde at ordet spredte seg raskt i det norsk somaliske miljøet.

De siste årene så har somaliere vært opptatt av sin juridiske posisjon, statsborgersaken og saken om tilbakekallelse av oppholdstillatelse har gjort at flere norsk- somaliere har våknet til. Mange har stemt blindt på Arbeiderpartiet før og ved dette valget så stemte de på det partiet med mest human asylpolitikk. Selv om det har vært en sentral strategi om å ikke snakke om asylpolitikk så er det naturlig å snakke om det i møter med minoritetsgruppe som den somaliske.

Ved å snakke med stemmebærende stemmer i det norsk- somaliske miljøet klarte vi å komme i kontakt med veldig mange. Jeg brukte sosiale medier og kommunikasjon på 1 til 1 nivå med velgere. Strategien min har vært å være mest mulig tilgjengelig for folk. Min erfaring er at kommunikasjon på 30 minutter med en minoritetsvelger kan gi 3 eller 4 andre stemmer.

Læringspunkter:

- Vi må ha en strategi og en mer ambisiøs plan for å møte minoritetsvelgere. Dette ansvaret bør ikke bare overtales til "minoritetskandidater" i fylkestyret i en by hvor innvandrere og norskfødte med innvandrerforeldre utgjør 33 %.
- Oslo SV må bli mer representativt både på kandidatlista og blant aktivister. Vi bør ha en plan på hvordan vi skal rekruttere flere med mangfoldig bakgrunn i lang tid før valgkamp, som følges opp under den intensive valgkampen også.
- Mangfold var ikke tydelig i hovedløpeseddelen til Oslo SV.
- Mange av de aktivitetene som rettet seg mot minoriteter var heller ikke planlagt, men har vært veldig suksessfulle, både velgermøte med norsk - somaliere og EID markeringen på Grønlandtorg. Dette er absolutt aktiviteter vi bør satse mer på.
- Oppfølging av kontakter i minoritetsmiljøer etter valget bør også ha fokus.

Dør til dør



Over 100 frivillige gikk dør til dør for oss i lokallagene denne valgkampen, og vi banket på rundt 4500 dører. Vi er svært takknemlige for innsatsen, og vi har troen på engasjementet det vakte. Dør til dør ble organisert slik at vi oppfordret lokallag til å gjøre det om de hadde ressurser, og spesielt i lokallag hvor det var mange potensielle SV- velgere. Lokallagene som gikk i Oslo Sv; Søndre Nordstrand, St. Hanshaugen, Gamle Oslo og Grünerløkka fikk veiledning fra valgkampgruppa i forkant. Audun Lysbakken, Kari Elisabeth Kaski og Petter Eide var med på hver sin dør til dør, og dette ga ekstra motivasjon for de nye som var med.

Ruteprioriteringene tok utgangspunkt i de bydelene med best mosaikkgrunnlag. App`n "Explorer for ArcGis" er en del av mosaikk- løsningen, og kartfunksjonen ga grunnlag for å få opp nøyaktige adresser med sannsynlige SV- velgere. Alle turene startet med en liten peptalk ved lokallagets valgkampansvarlig eller en annen ansvarlig tillitsvalgt. Alle aktivistene gikk sammen to og to. Det var en klar oppfordring om å kun oppfordre til hyggelig prat. Dersom svaret var nei, beklaget vi forstyrrelsen og ga fra løpeseddel om mulig. I etterkant fylte vi inn info om antall dører, vervede medlemmer osv. Dersom ingen var hjemme, hang vi en løpeseddel på dørhåndtaket.

Læringspunkter:

- Det er en løpende diskusjon i enhver valgkamp om hva man skal bruke de begrensede ressursene vi har til. Det er ressurskrevende å gjennomføre dør til dør, men vi satt igjen med en god følelse etter å ha banket mange dører. Det er fint å ha en direkte kontakt med velgere. Allikevel burde det være en avveining på bruk av resurser på dette i forhold

til ringing /stand/postkasse-aksjon. Det var rundt 20% av alle dørene som åpnet og som vi fikk snakket med.

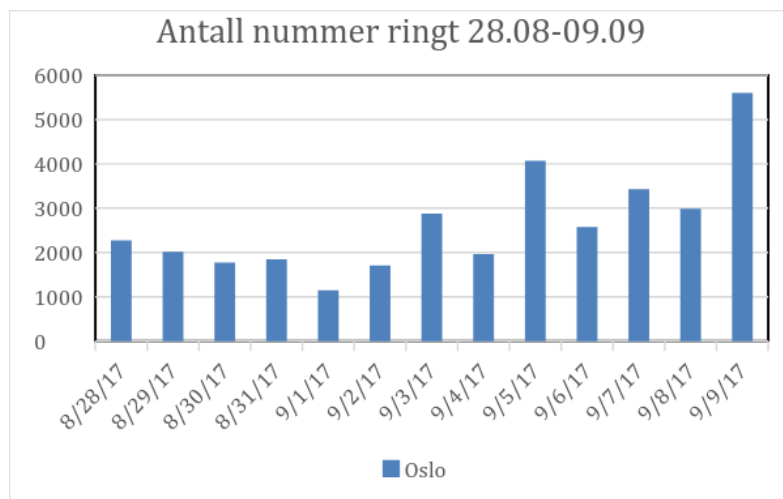
- Det er krevende å mobilisere aktivister til å gå dør til dør. I år gikk de største lokallagene i Oslo, men da var det også vanskelig å få mobilisert nok. Mange kvier seg for å banke på dører til fremmede. Skal dør til dør være nyttig i forhold til innsatsen, bør det som et minimum delta 20 aktivister på hver aksjon – og i år var vi rundt 10 per gang.
- De som deltok, gav tilbakemelding om at de opplevde dør til dør som en positiv aktivitet, spesielt når en SV- topp var med. Det er viktig at det er en god blanding av nye og erfarne SV-fjes.

Ringesentral

På bakgrunn av de gode erfaringene fra 2015 ble det vedtatt at vi skulle trappe opp fokuset på direkte velgerkontakt med spesielt vekt på ringeprojektet. I denne valgkampen hadde sentralt ansvaret for alt rundt ringesentralen med unntak av rekrutteringen. Det var Oslo SV med superaktivist-ansvarlig Heikki Eidsvoll Holmås som hadde ansvaret for å mobilisere.

Det ble satt opp 40 plasser til aktivister på Frivillighuset på Tøyen, hvor vi ringte hver dag fra 28. august til 9. september. I forkant av ringedugnaden ble det gjennomført to skoleringskvelder hvor bakgrunn for prosjektet, SVs hovedsaker og nyttige samtaleteknikker ble gjennomgått. Skoleringene ble også brukt til å teste de to ulike ringemanusene. Det ble servert gratis mat og snacks, noe SU fungerte bra for å mobilisere ungdommen.

Totalt ble det slått i 47.699 nummer og gjennomført samtaler med 13.051 velgere, et snitt på 3669 nummer per dag og 1004 gjennomførte samtaler per dag. I Oslo ble 34.256 nummer ringt, og 8548 samtaler gjennomført. Vi kom gjennom hele Oslo-listen en gang som var målet, men ikke tre ganger som er det som skal til for at numrene fjernes fra listen. Den daglige utvikling i antall ringeforsøk og gjennomførte samtaler er vist i figuren nedenfor. Variasjonen fra dag til dag henger i store grad sammen med antall aktivister som var innom sentralen.



I Oslo var det nummer fra de beste bydelene Gamle Oslo, Grünerløkka, Sagene, St. Hanshaugen og delvis Frogner. Det ble prioritert kjøp av nummer utelukkende til kvinner mellom 20 og 40 år, da dette er våre kjernevelgere, og på grunnlag av erfaringer gjort i 2015 om at kvinner i langt større grad tar telefonen og er mer villige til å fortsette samtalen når de hører at vi ringer fra SV.

Av i overkant 32.000 ringte nummer ble 5793 kategorisert som samtaler som gikk bra. Når man ser dette opp mot tallet over gjennomførte samtaler, de som tok telefonen og snakket med oss (13.051 personer), viser det seg at hele 44 % av de vi snakket med satt igjen med et positivt inntrykk av SV. De sa de skulle stemme på oss eller hadde stemt på oss. Vi opplevde at mange av de vi snakket med, og spesielt mot slutten av ringeperioden, allerede hadde forhåndsstemt. Likevel opplevdes det også som at de vi ringte til som ikke hadde forhåndsstemt, var mer engasjert i å prate jo nærmere valget vi kom.

Tilbakemeldingene fra ringeaktivistene som har svart på evalueringsundersøkelsen har stort sett vært veldig gode og utfyllende, og bekreftet i stor grad inntrykket vi fikk av tilbakemeldinger underveis i ringedugnaden. Mange sier at de i all hovedsak brukte SV fra A til Å heller enn ringehåndboka og FAQ-arkene, da det var lettere å ha ting digitalt enn å bla gjennom ark, og at manusene ikke fungerte særlig bra.

Læringspunkter:

- Mange hadde allerede forhåndsstemt da vi startet med ringing. Det bør tas en vurdering på om ringingen skal begynne tidligere, for eksempel når forhåndsstemmingen begynner, og hvor lenge man eventuelt skal holde på.
- Vi opplevde at det var en god del som ikke fikk med seg at vi skulle ringe velgere.

Rekruttering av aktivister må begynne så tidlig som mulig, senest i april/mai, og må pågå gjennom hele sommeren. Derfor må også påmeldingsskjema og et system for å sette seg opp på ulike vakter være klart i god tid.

- Påmeldings-plattformen systemet var relativt ny og slet med ”barnesykdommer” – for eksempel var det mange som slet med å logge seg på via mobil, og at ikke alle mottok SMS. I og med at det i denne omgang var i en startfase er det verdt å se på utviklingen i dette programmet fram mot neste ringeprosjekt.
- Det er viktig at vi har egne møter med sentralt løpende om ringesentralen – og at Oslo sin stemme blir hørt fra start til evaluering. Denne gangen kom vi inn litt sent.
- Oslo bør vekte opp betydningen av ringing inn mot neste valg. Dette må forankres i ledelsen i Oslopartiet og det må uttrykkes forventninger om at alle som står på kandidatlisten må bidra med minst tre dager med ringing, samt at alle lokallag må mobilisere for ringing. Det var også viktig at vi hadde en egen mobiliseringsperson herfra som pushet på for å få nok folk.
- Ringingen var overhode ikke forankret i ledelsen hos Akershus SV og rekrutteringen derfra var svak, angivelig fordi de ikke ønsket å presse medlemmene. Det må Oslo ta fatt i sammen med partiledelsen til neste gang, slik at de faktisk bidrar med ringingen sterkere enn i dag.
- Det bør vurderes om vi kan få desentraliserte ringsesentraler for ringing i Søndre Nordstrand og Groruddalen ved neste korsvei. Tøyen fungerer ellers svært bra.
- Oslo trenger å få lister underveis over hvem som faktisk ringer og det må kunnes tas ut sms- og epostlister direkte fra systemet, så vi kan mobilisere løpende.
- Mange av de vi ringte, hadde allerede stemt på oss, men vi glemte å spørre om de var medlem. Verving var en for liten del av fokuset og kom ikke inn før den siste uken med ringesentral.

Lynskolering

Oslo SV og Akershus SV gikk sammen om å invitere alle som ville være aktive i valgkampen til lynskolering i de viktigste politiske sakene. Kursene ble arrangert 23. mai med stortingskandidaten i Akershus, Nicholas Wilkinson og 6. juni med tidligere stortingsrepresentant Heikki Holmås. De ble holdt på partikontoret på Tøyen, og det var rundt 10 påmeldte per gang.

Planen var at det skulle gjentas en gang i uken etter sommerferien, slik at flest mulig skulle få sjansen til å få det med seg. Men vi hadde alt for få påmeldte i august og avlyste derfor lynskoleringen etter sommeren.

Læringspunkter:

- Tilbakemeldingene viser at i august og i september er det hektisk valgkamp og aktivistene gjør utadrettede aktiviteter for å nå velgere. De prioriterer dette fremfor å sitte inne å lære mer om SVs politikk, som burde komme i fasen før. I tillegg var det også skolering før andre møter, dør- til dør aksjoner og ringedugnad som gjorde at man fikk opplæring i hovedbudskapet til SV.
- Flere har også kommentert at navnet "lynskolering" er litt tungvint, mens for eksempel "SV på 1, 2, 3!" som Bergen SV bruker er mer innbydende og beskrivende.
- Når vi inviterer til lynskolering bruker vi SV- nettverket og inviterer dermed mange etablerte SV'ere, mens nye interesserte og ferske medlemmene faller enkelte ganger utenfor og får det ikke med seg. Det er synd, for det er de som trenger det mest. Ved neste valg burde vi starte opp tidligere og mer målrettet informasjon om lynskolering gjennom annonsering på Facebook og andre kanaler slik at vi når alle de vi ikke har i nettverket.

Sosialistisk Venstreparty

Målet med Sosialistisk VenstreParties (SVP) er å bygge opp nettverk og tilliten i de allerede eksisterende nettverkene våre folkevalgte og kandidater har. Sosialistisk VenstreParty er inspirert av home parties som F! i har arrangert i Sverige og valgkamp i USA, og er en velegnet metode for å komme i kontakt med personer i nettverkene til aktive SV-medlemmer. Vellykka home parties vil også kunne gi grunnlag for å rekruttere flere medlemmer til SV, og sentralt vil arbeide med dette i årene fremover.

Læringspunkter:

- Det ble sendt ut informasjon om SVP til lokallag og til alle medlemmer gjennom nyhetsbrev, men ikke gjort så mye mer enn det i Oslo. Det var litt uklart om det var sekretariatet som skulle oppsøke steder/personer man kunne ha det, eller vente på at kandidater/privatpersoner tok kontakt for å gjennomføre det. Her må det rolleklares til neste valg.
- Vi må forankre SVPs i organisasjonen tidlig, slik at konseptet er kjent for alle

- Det må være en tydelig grafisk profil på utformingen, slik at det er lett å gjenkjenne arrangementene
- SVPs bør også arrangeres ved andre anledninger enn kun i valgkampen.

Den faglige valgkampen i Oslo SV

Helt siden nominasjonsprosessen var ferdig har kandidatene vært invitert til debattmøter og andre møter i og med fagbevegelsen for å løfte og drøfte faglige spørsmål og arbeidslivsspørsmål partiene i mellom. Flere fagforeninger har også kjørt debatter om spørsmål knyttet til sine kjernesaker. 1. eller 2. kandidaten prioritere å stille på de fleste av fagforeningenes møter og debatter. Kandidatene har også hatt presseutspill og innlegg innen ulike felt fra boligprisene i Oslo til kampen mot sosial dumping og et tryggere arbeidsliv. At både partileder Lysbakken og andre profilerte kandidater som Karin Andersen bærer fram arbeidslivsspørsmålene har mye å si. Sosialistisk ungdom har også, både sentralt og i Oslo vært viktige bidragsytere til å løfte fram arbeidsliv, fagopplæring og relaterte tema.

Valgkampseminaret den 6. mai ble arrangert i samarbeid med Fagforbundet i Oslo, og nestleder Anna Elisabeth Uran var en av hovedinnleiderne på seminaret.

Læringspunkter:

- Vi må klare å mobilisere bevegelsene i større grad, og da i særdeleshet fagbevegelsen. Med det jevne valget vi hadde i år ser vi at hver eneste stemme teller, og vi må jobbe for å få alle med.
- SV bør i større grad, som det røde og det grønne partiet, arbeide målrettet for å få LO og miljøbevegelsen til å forenes i større grad. Vi kunne ha prøvd flere utspill sammen på arbeidslivsfeltet og miljø.
- Et sterkere fagligpolitisk samarbeid med fagbevegelsen også lokalt vil gjøre oss bedre rustet før valgkampen.

Arrangementer i valgkampen

1.mai

Oslo SV var i følge LO i Oslo den største politiske seksjonen i toget med 570 oppmøtte (mot Aps 520 og Rødts 500). Vi gikk under følgende fire paroler:

1. Oljefritt Lofoten, Vesterålen og Senja

2. Kamp mot fattigdom - Øk barnetrygden
3. Stopp krigføringa - ta kampen for flyktningene
4. Hele faste stillinger

Etter toget inviterte vi til fest på Dattera til Hagen på Grønland hvor det var mulig å kjøpe mat og drikke til en grei pris. Erlend Tynning Larsen hadde samlet et jazzband for anledningen som spilte et sett inne på Dattera og avsluttet med internasjonale. Det var ikke noe eget opplegg for barna denne gangen, utover noen ringspill og gatekritt. Vi må passe på at 1. mai blir en festdag også for barna, og ha et eget opplegg for dem på festen.

6.mai: Valgkampseminar

6. mai ble det arrangert valgkampseminar for alle som ville engasjere seg SVs valgkamp i Oslo. Vi fikk støtte fra Fagforbundet i Oslo (FiO) til dette. Programmet på seminaret vekslet mellom plenumsinnledninger på hovedsakene, godt forberedt argumentasjonstrening og praktiske verksteder. Konferansen var godt besøkt til tross for at dette var den første varme dagen i mai. Det var 94 registrerte deltakere på seminaret, og muligens en del som kom uten å registrere seg. Alle lokallag var representert, i tillegg til noen utenbys fra. Målet for konferansen var å gjøre våre aktivister og tillitsvalgte i stand til å vinne debatter rundt lunsjbordet, på stands og i sosiale medier. Alle deltakere på seminaret fikk udelt et valgkamphefte med argumentasjonsark på alle hovedsakene i valgkampen. De 50 først påmeldte fikk utdelt T-skjorte til bruk i valgkampen.

Vi benyttet dette seminaret til å fotografere alle de fem toppkandidatene sammen med gruppeleder, ordføreren og byrådet. Etter seminaret var det fest på Peloton, med politisk standup ved Nils-Erik Flatø.

Læringspunkter:

- Totalt sett veldig bra! Masse kule folk og gode innledninger.
- Argumentasjonstreningene fungerte veldig bra fra kursholders ståsted. Dette var også det deltakerne var aller mest fornøyd med.
- Lynskolering bør følge dette sporet med 3-5 minutters peptalk, og så fortsette som argumentasjonstrening.
- Veldig hyggelig fest etterpå, og det fungerte helt supert med politisk stand-up. Mer av det i valgkampen fremover!
- Elvebakken er fint og veldig praktisk, men auditoriet er så stort og mørkt. Vi bør sjekke om det er andre alternativer som kan vurderes til senere.

- Programmet var litt hektisk med veldig mange forskjellige programposter og arbeid i grupper.
- Lunsjen var fin å slappe på på formiddagen, men på ettermiddagen hadde vi veldig lite å gå på og vi rakk ikke ha pause.
- Seminaret varte litt for lenge (10-17). Skulle hatt enda flere datoer klart for høsten.
- Dersom vi skal ha gruppeinndeling kan dette skje allerede ved innsjekk for eksempel gjennom en fargekode. Det vil få det praktiske til å gå raskere
- Neste gang må vi også gå rett på fest uten opphold. Det fungerte veldig bra

Holmenkollstafetten

Oslo SV stilte eget lag i Holmenkollstafetten med ordføreren på siste etappe inn på Bislett stadion. Dette var primært et sosialt tiltak, men bidro også til å bygge laget og den fysiske formen før en slitsom valgkamp. Alle valgkampaktivister fikk tilbud om å være med. En av løperne til Oslo SV stilte også på SVs sentrale lag, og løp dermed to etapper. Oslo SV var det beste politiske laget og kom på 629. plass.

Sommerfest

Oslo SVs sommerfest ble utsatt til etter ferien, for å ikke å konkurrere med sommerfestivalen. Det ble besluttet å legge den til Peloton og det arrangementet vi uansett skulle ha etter gatefesten 19. august.

Kampanjeuke

I slutten av juni hadde vi en 14 dagers kampanje. Alle lokallag hadde aktiviteter som stands, åpne møter, presseutspill og morgenaksjoner.

Skeive dager

Oslo SV deltok i paraden og på stand på Skeive dager. Dette var i samarbeid med SVs LHBT-nettverk. SV hadde som vanlig den største partiseksjonen i paraden.

27. juni: Frokostmøte om Forskjells-Oslo på Kulturhuset

Et av hovedsaksområdene for SVs valgkamp var rettferdig fordeling. Innbyggerne i Oslo opplever stadig økende økonomisk og sosial ulikhet. Det er en økende andel barn som vokser opp i fattige familier, og levealder-forskjellen mellom øst og vest i byen er fortsatt rundt 10 år. Oslo SV fokuserte i stor grad på behovet for en politikk som utjevner ulikhet. Derfor arrangerte

vi frokostseminaret om ulikhet, i anledning Jørn Ljunggrens nyutgitte bok: "ulikhetens by". Boken analyserer Oslos sosiale ulikheter fra flere vinkler, med bidrag fra noen av de fremste ekspertene på temaet. Ingen andre steder i Norge er det tydeligere at sosiale skiller følger geografiske skillelinjer. Vi snakket blant annet om tiltak for regulering av boligmarkedet, tiltak mot barnefattigdom, og tiltak for inntekts- og levealderutjevning mellom øst og vest. Disse deltok i panelet:

- Jørn Ljunggren redaktør av boka "Oslo - ulikhetenes by" (2017)
- Hussein Awad Nur, Tøyen-aktivist og prosjektmedarbeider ved Linkkontoret i Gamle Oslo
- Inga Marte Thorkildsen byråd for eldre, helse og sosiale tjenester og SV-politiker
- Kari Elisabeth Kaski stortingskandidat for Oslo SV

Det ble servert enkel frokost i et fullsatt "biblioteket" på Kulturhuset. Seminaret ble streaming på Oslo SVs facebookside.

7. august: Tur de forskjell og valgkampåpning

Tur de forskjell ble utarbeidet etter ide fra reklamebyrået Anorak. Det ble gjennomført som byvandring med Audun Lysbakken og Kari Elisabeth Kaski fra Holmenkollen til Holmlia, og Veitvet mandag 7. august fra 08:00 til 17:00. Tur de Forskjell var et omfattende prosjekt der 12 ansatte fra sentralt og 3 fra Oslo SV deltok i forberedelser og gjennomføring.

Målet med dette var å synliggjøre økonomiske og sosiale forskjeller i et kjent bymiljø, skape oppmerksomhet rundt våre saker, og invitere publikum inn til partilederen og 1. kandidaten vår som kunne spørre oss underveis. Dagsprogrammet ble tett fulgt av egenproduserte livesendinger til sosiale medier, og bestod av møter med ulike aktører, personer og organisasjoner. Det ble lagt opp til 15 stopp, der programmet ble koordinert med en pressekonferanse som åpnet valgkampen for SV. Vi fikk relativt gode tall på livesendingene sentralt, og vi fikk flere redaksjonelle oppslag i forbindelse med prosjektet.

Oslo SV- sendingene traff stort sett interne SV`ere, og neste gang burde vi koordinere bedre å sende fra en kanal hele tiden. Nå ble seerne sendt fra kanal til kanal, og det var vanskelig å vite hvilken side som sendte neste sending. Men det ga oss god oppmerksomhet og fokus på forskjeller i Oslo. Møtene med de ulike menneskene og foreningene langs ruta var verdt vandringene i seg selv.

8. august: Idedugnad for superaktivister på Memphis

Tirsdag 8. august inviterte aktivistansvarlig Heikki Eidsvoll Holmås til en idedugnad for alle aktivister som ville gjøre en ekstra innsats i valgkampen.

Flere hadde gode ideer til utspill og aksjoner, og meldte seg til tjeneste med ekstra tid og energi til valgkamp. Disse ideene fikk vi ikke brukt, men vil gjerne se at de teas med i valgkampen 2019/2021:

- lage filmer med kandidater eller medlemmer som ikke har norsk som morsmål, med SV-budskap, tekste og spre på sosiale medier.
- Ha en rød/ grønn sofa som vi flytter rundt i byen i parkene og har sofaprat om hovedsakene med kandidatene våre
- Sørge for at det alltid er 2-3 stykker som står med verveblokk og SV-skjorte på de fleste arrangement, også eksterne

Oppmøte var på rundt 20-30 stykker. Dessverre ble Heikki syk, men leder i Oslo SV Sunniva Holmås Eidsvoll steppet inn i siste liten og ledet møtet.

19. august: Gatefest i Torggata (fra 13:00 - 15:00)



Lørdag 19. august stengte SV av Torggata fra Cacadou til Cafe Sara for flere sosiale, festlige og politiske aktiviteter.

Det var Oslo SV og partikontoret som arrangerte gatefesten. Gjennom gatefesten var SV synlige i bybildet og la til rette for aktiviteter for alle, både medlemmer, sympatisører og andre som ønsket å være med. Målet var at gatefesten skulle vise SV som et hyggelig og mangfoldig parti – en gjeng man har lyst til å henge med, og det mener vi at vi fikk til denne dagen.

At vi var i Torggata gjorde at vi var svært synlige, da veldig mange både oppholder seg i og går gjennom gata. Våre anslag tilsier at det var 150-200 besøkende som er tilknyttet partiet, samt mellom 1000 og 1200 som besøkte gatefesten eller gikk igjennom området. Tilbakemeldingene både fra frivillige, SVere og andre besøkende er at gatefestene var en svært god åpning på den intense valgkampen, og at det var moro.

Det ble blant annet arrangert: ballongfigurkurs, klesbyttemarked, tegneverksted med Marianne Borgen, sykkelverksted og smoothie-sykkel, samt appeller fra Audun Lysbakken, Kari Elisabeth Kaski, Andrea Sjøvoll og Sheida Sangtarash. Vi samarbeidet med de lokale restaurantene i Torggata, og arrangerte en "etterfest" på Peloton etter gatefesten, hvor det kom få mennesker.

Vi annonserte for gatefesten gjennom sosiale medier og kjøpte to helsides annonser i Klassekampen.

Til neste valgkamp bør vi også arrangere gatefest, men vi bør sjekke ut mulighetene for live-musikk, slik de gjorde i Bergen og vurdere muligheten for samarbeid med andre organisasjoner.

22. august: Skoledebatt i regi av Nordre Aker SV på Bydelshuset i Nydalen

Nordre Aker SV arrangerte 22. august et åpent skolepolitisk debattmøte. Målet med møtet var å få synliggjort SV's skolepolitikk med utgangspunkt i Audun Lysbakkens og Tarjei Hellelands skolepolitiske pamflett : "Framtidsskolen." Innleder Tarjei Helland- skoleforsker med bakgrunn fra grunnskole og lærerutdanning.

Diskusjonspanel:

Marianne Krogh - Utdanningsforbundet Oslo

Anne Finborud - Skolenes landsforbund

Anne Elisabeth Uran, 2. nestleder Fagforbundet Oslo

Lise Lundh - Foreldreutvalget for grunnopplæringen (FUG)

Sven Erik Berget - Samarbeidsutvalget for skoleutvikling i Nordre Aker

Vegar Pley, SV's representant i oppvekst-og kulturkomiteen i Nordre Aker bydelsutvalg, ledet møtet.

Nordre Aker håpet på stor oppslutning om møtet og var litt skuffet over at ikke flere foreldre kom. Av erfaring vet vi at åpne møter er for spesielt interesserte og konkurrerer med mange

aktiviteter i en travel hverdag. Det var rundt 30 stykker på møtet. Debatten var veldig god fordi debattantene spilte på hverandre og fikk fram SV's skolepolitikk på en god måte. En annen virkning er at ved å annonsere det skolepolitiske møtet i Nordre Aker Budstikke, var det mange lesere som ble gjort oppmerksom på vår politikk. Altså en indirekte virkning av møtet. Tarjei Helland hadde i forbindelse med møtet også et godt innlegg i Nordre Aker Budstikke om det vesentligste ved SV's skolepolitikk.

23. august: Kulturdag

Kulturgruppa i Oslo SV ønsket lenge å sette kultur på kartet i valgkampen, og viet derfor en heldag til tre kulturarrangement. Målet var en rødgrønn regjering tilbake med ambisjoner for satsningen for kunst- og kulturpolitikken. Minstekravet var å komme tilbake til å avsette 1 % av statsbudsjettet til kulturformål. Dette var en god mulighet til å lage arrangement som kunne nå langt utover "SV- menigheten". Svært mange kulturinteresserte og kulturarbeidere sympatiserer med SV. Samtidig har flere av disse stemt MDG og Ap, så vi ønsket å etablere SV som kulturparti i valgkampen, og tiltrekke oss velgere ved å vise at vi tar kultur på alvor. I tillegg ønsket vi å lage en fest for hele partiet med konserter og kulturinnslag.

08:00 – 09:00 Frokostmøte på Eldorado

Dagen startet med frokostmøte om presse og mediapolitikk nede på Eldorado. Panelet diskuterte spørsmålet: Hvordan skal vi videreutvikle og sikre et offentlig, demokratisk ordskifte som ikke favoriserer de store, pengesterke aktørene? Panelet bestod av:

- Mari Skurdal, journalist i Klassekampen
- Ole Bjørner Loe Welde, redaktør i Romsdal Budstikke
- Gunn Enli, medieforsker ved Institutt for medier og kommunikasjon, UiO
- Pål Hellesnes, nestleder Norsk Journalistlag

Panelsamtalen ble ledet av SVs Kari Elisabeth Kaski. Det ble servert av kaffe, te, yoghurt og frukt, og streamet på Oslo SVs facebookside. Dessverre kom det kun fem (!) eksterne tilhører utenom valgkampgruppa, og kulturgruppa. Det så dermed ikke ut som det var helt glissent, men vi oppnådde ikke det vi håpet med å nå ut til mange. Vi streamet det på Facebook, slik at det likevel kom ut, men ikke ut til mange nye velgere. Heldigvis satt vi 1. Etage på Eldorado slik at oppsettet passet også med få mennesker. Vi kommer tilbake til en samlet evalueringen av dette på side 40.

15:00-16:00 Seminar: Et bedre arbeidsliv for frilansere i kulturlivet på Eldorado

En stor utfordring i kulturlivet er mangel på rettigheter for frilanserne. Derfor arrangerte vi seminaret "Arbeidslivspolitik for kunstnere". Her var de innledninger ved Renée Rasmussen fra LO og Tone Øvrebø Johannessen fra Skuespiller- og danseralliansen. Det fulgte en levende debatt om kunstneres arbeidsvilkår og hva som skal til for å sikre kunstnere tryggest mulig rammer og best mulig forutsigbarhet. Salen i 2. etage på Eldorado var tilnærmet full. Det var representanter fra mange viktige kulturinstitusjoner i salen, og flere deltok engasjert.

19:00- 23:00 Kulturkveld på Nasjonal Jazzscene

Oslo SV og kulturgruppa avsluttet dagen med appeller og konserter. Ordfører Marianne Borgen åpnet det hele, før kvelden konferansier, SVs nestleder Snorre Valen tok over stafettpinnen og loset oss gjennom kvelden. Artistene Susanna Wallumrød, Hans Martin Austestad, Nosizwe og Tora Augestad stilte opp, og det var appeller av Hans Ole Rian fra MFO, Hilde Tørdal fra Norske Billedkunstnere, Camilla Slaattun Brauer fra Norsk Jazzforum og Rikke Gjerum fra Drama- og teaterpedagogene.

Denne kvelden var en kveld i dugnadens ånd. Alle i kulturgruppa hadde bidratt med søknader for å få støtte til arrangementet, og kontaktet nettverket sitt for lokaler, artister, appellanter og bidragsytere. Vi fikk støtte fra SV sentralt, Oslo SV og Drama og Teaterpedagogene. Ca. 300 stykker deltok, og det var god stemning. Tilbakemeldingene fra publikum viser at det var en del nye aktivister på arrangementet, og mange etablerte aktivister følte at de fikk en pause fra tradisjonell valgkampaktivitet, noe som ga ny giv. Vi fikk totalt sett veldig mange positive tilbakemeldinger.

27. august: Somalisk valgmøte på Tøyen aktivitetshus

Stortingskandidat Marian Husein tok initiativ til et somalisk valgmøte, da hun kjente flere i dette miljøet og ønsket å gjøre en ekstra innsats i minoritetsmiljøet. Arrangementet var for alle somaliere som bor i Oslo og omegn. Kari Elisabeth Kaski og Marian Husein presenterte partiets program og kandidater til 2017- valget. Det var helt fullt og ble svært godt mottatt. Dette burde vi gjøre med flere miljøer ved neste valg.

2. september: Klimadag

Den 2. september arrangerte en allianse av miljøbevegelse, fagbevegelse, forskere og tros- og livssynssamfunn "Klimamarsj for et vendepunkt" fra Jernbanetorget til Stortinget. I forbindelse

med dette inviterte vi til klimabrunsj før marsjen, og klimafest i etterkant. Begge deler ble avholdt på Kulturhuset.

Kl 11.00-12.30 Klimabrunsj på Biblioteket på Kulturhuset

SVs Kari Elisabeth var verten for brunsjen og innledet med Oslo SVs klimaplan for byen vår. Deretter presenterte klimaaktivist Thomas Cottis sin egen film "Fuck Fossils", og direktør ved CICERO Senter for klimaforskning Kristin Halvorsen la frem siste nytt fra klimaforskningen. Vi serverte kaffe og bakverk. Deretter tok vi med bannere og håndplakater og gikk i samlet flokk mot Jernbanetorget og klimamarsjen.

Kl 13.00-15.00 Klimamarsj fra Jernbanetorget

Oslo SV var med i toget for å kreve fire år med klimakutt med ny regjering, og hovedbudskapet på at SV svikter aldri Lofoten, Vesterålen og Senja. Med bannere, håndplakater, egen SV- hest og mange aktivister fra SV og SU var vi veldig synlige i marsjen. Det var rundt 200 som stilte, og vi var godt fornøyd. Det var viktig at vi stilte tallrike i en slik marsj en uke før valget, slik at SV tydeliggjorde seg som miljøparti.



Kl 15.00 Klimafest på Biblioteket på Kulturhuset

Oslo SV med miljøgruppa i spissen inviterte til etterfest etter klimamarsjen. Det var konsert med Marius Ergo og appeller fra Nina Jensen fra WWF Verdens naturfond, Ingrid Skjoldvær fra Natur og Ungdom og Silje Lundberg fra Naturvernforbundet. Vi hadde trykt opp flyere om

klimafesten som vi ga ut i klimamarsjen, men allikevel var det kun en håndfull som møtte opp på klimafesten. Her er det hovedsakelig ansvarsfordeling og kommunikasjon som var problemet. Valgkampsekretær forstod det som at miljøgruppen holdt i hele arrangementet, mens de antok at Oslo SV mobiliserte til arrangementet i større grad. Det kom også kun to fra miljøgruppen.

1. september: Eid-feriering på Grønland torg

Fredag 1.september markerte Gamle Oslo SV i samarbeid med Oslo SV Eid al-adha (muslimsk julefeiring/høytid) med stand og flyers på Grønland torg. På standen ble det hengt opp ballonger, servert popcorn, og delt ut karameller til forbipasserende barn på vei til Eid-feiringen.

Det ble også trykket opp grønne EID-kort med SV- budskap som fungerte veldig godt å dele ut, og som ble godt tatt imot av folk på vei til Eid-feiringen. Et grovt overslag på antall forbipasserende på Grønland torg fra kl.10 – 16 må ha vært 300-400 personer. Det var til tider veldig fullt på torget, og spesielt i etterkant av Eid-bønnen som ble holdt i nærliggende moskeer. Det var absolutt mest folk mellom kl.12-14.

Vi fikk med denne markeringen og egne løpesedler vist frem SV som et parti som bryr seg om mangfold, og vi fikk profilert SV til en velgergruppe det kanskje kan være vanskelig å treffe på tradisjonelle stands. Vi snakket om alt fra islamofobi til flyktningpolitikk, integreringspolitikk og skolepolitikk – saker som det virket som denne velgergruppen var opptatt av (selv om det ikke nødvendigvis er bare disse sakene denne velgergruppen er opptatt av). Det fungerte også veldig bra med noe til barna på stand. Det trakk foreldrene til standen, og vi fikk muligheten til å snakke med dem. Det kan brukes på flere steder. Derfor er det viktig med karameller og tegnesaker- også på andre stands enn Karl Johan.

Læringspunkter:

- Til neste valgkamp bør Oslo SV lage en oversikt over aktuelle feiringer og høytider (ikke bare muslimske) som man kan stå på stand og "bruke" til å vise frem SV som et parti for mangfold og trykke opp egne løpesedler til disse i god tid.
- Det hadde vært stas med en stortingskandidat, eller ordfører på standen.
- Når man står på stand med så mange forbipasserende, bør man ha minst 5 personer på stand til enhver tid.
- Det kan problematiseres at SV er et sekulært parti, og i hvor stor grad partiet bør bruke religiøse helligdager til å drive valgkamp. Dette bør avklares før neste valgkamp. Erfaring

fra standen var at det var absolutt var en positiv ting å bruke "eid-feiringen" eller andre markeringer til å drive valgkamp. ¹¹~~11~~ Det virker som vi oppfattes som et parti som bryr oss om, i dette tilfellet muslimer, mer enn at vi "bruker" valgkampen til å sanke stemmer.

Forhåndstemmestunt på studiestedene 7. og 8. september

Siden de fleste studenter er folkeregistrert i hjemkommunen sin, velger mange å benytte seg av forhåndsstemming på studiestedet. Dette kan alle gjøre, uavhengig av hvor man er folkeregistrert. Studentene er tradisjonelt sett ikke veldig flinke til å stemme, og derfor arrangerte vi fire morgen- og lunsjaksjoner ved Universitet i Oslo og ved Høyskolen i Oslo for å få opp stemmetallet.

Vi delte ut flyers med teksten "husk å bruke stemmeretten" og som kort forklarte hvor enkelt det er å stemme på forhånd. Vi møtte mange studenter, og det var utelukkende positivt å stå der. De viktigste tidspunktene var før forelesningene på morgenen og i lunsjtid da studentene satt ute. Vi hadde også med kjente fjes som Heikki Holmås, Kari Elisabeth Kaski og Petter Eide, og det hjalp på engasjementet hos de vi møtte.

Oppsummering arrangementer:

Oslo SV arrangerte flere arrangementer i 2017 enn tidligere valgår. SV ønsket generelt å styrke kontakten med velgere og utvikle nye arenaer og møteformer hvor vi kan få innspill til vårt politiske arbeid, derfor ble dette satset på i stor grad. Fylkessekretær og valgkampsekretær hadde ansvaret for å koordinere og organisere arrangement, og la mye av ressursene her. Det er krevende med planlegging, utvikling og kvalitetssikring av arrangementer, så vi må være nøye med antall arrangements og type innhold. Kulturkvelden, gatefesten, klimamarsjen og frokostmøte om forskjellsOslo er noen av arrangementene som gikk veldig bra med svært godt besøk og synlighet.

Vi ser flere fellestrekk som går igjen på de arrangementene som lykkes:

1. De var godt planlagt med målrettet kommunikasjon til bestemte grupper. Jo mer målrettet og spisset invitasjonene og budskapet var, jo lettere var det å bli "hørt". Det samme gjaldt promoterte innlegg på SoMe.
2. Det var flere "gateambassadører" som inviterte, ikke bare den samme en eller to personer fra sekretariatet. Slik nådde vi nettverket til flere.
3. Vi hadde startet i god tid, og brukte tid og ressurser løpende.

4. Effektive arbeidsgrupper som samarbeidet godt, gjerne mellom sentralt og Oslo SV, eller en faggruppe (som kulturgruppa for eksempel) og Oslo SV.

Oslo SV bør utarbeide noe liknende kulturkvelden igjen ved neste valgkamp, for eksempel i forbindelse med valgkampåpningen. I tillegg må vi huske på at flere av disse arrangementene kan gjøres utenom valgkamp også. Frokostmøter er veldig populært (i motsetning til lynskoleringene), og derfor burde vi satse på det, for eksempel i samarbeid med Agenda eller andre. Arrangement generelt er et signal til organisasjon og sympatisører om hvilke tema SV syntes er viktig.

Læringspunkter:

- Klimabrunsen, klimafesten og frokostmøte om mediepolitikk er arrangement der det kom minimalt med mennesker. I likhet med arrangementene vi lykkes med er det flere fellestrekk mellom disse arrangementene også:
 1. Noen av disse var “ad hoc”- arrangementer. Vi må starte enda tidligere med forberedelsene om vi skal lykkes. Herunder målrettet invitasjoner, og kartlegge eventuelle søknadsfrister slik at vi kan få støtte. Vi kan allerede nå kontakte ulike partnere og høre om de kan tenke seg å stille opp på et SV- arrangement, og stå på en liste over artister vi kan spørre om å stille opp for SV.
 2. En tydeligere ansvarsfordeling rundt de ulike arrangementene må til for å unngå at svært mye arbeid faller på noen få, og at det er klart for alle hvem som gjør hva.
 3. Det burde vært flere sentrale SV’ere til å stille på alle arrangementene. Selv om tidsplanen deres er hektisk, er den intensive valgkampen i 2- 3 uker og da burde det være unntakstilstand i partiet.
 4. Steder/arrangementer der hvor det er folk fra før, altså arrangementer i regi av andre er et smart sted å koble seg på for å spare ressurser. For eksempel klimamarsjen og gatefesten.
- Tilbakemelding fra flere har vært at det har vært for lite fester og sammenkomster for aktivistene. Vi i sekretariatet følte at det skjedde så mye hele tiden, som vi inviterte til. Men det var lite lukkede/interne sammenkomster kun for SV’ere, og mest eksterne arrangement. Det skal være gøy å drive valgkamp, og man skal føle seg inkludert i SV. Derfor må vi i større grad satse på sosiale sammenkomster, der alle tilttsvalgte har et spesielt ansvar for å bli kjent med de nye. Også under valgkampen vil dette være

samlende og gi energi. Eksempelvis en stor fest for alle med hjertet på venstresiden jmf den vi hadde på Blå i 2015-valgkampen eller debattkalas i forbindelse med TV-debatter.

- Vi ønsket også å arrangere flere arrangementer på valgboden, men fikk streng beskjed fra kommunen at det ikke skulle være noe "staffasje" rundt valgbodene på Karl Johan. Derfor fikk vi avslag på søknaden om band/musikalsk innslag, men dette ble godtatt på Olav Ryes plass feks.

Valgvake



I tradisjonens tro arrangerte SV sentralt valgvake på Rockefeller, som Oslo SV var med å betale for. Vi feiret alle som hadde bidratt i valgkampen og fulgte valgsendingen sammen. Audun Lysbakken, Kari Elisabeth Kaski og flere SV-ere holdt tale. Heikki Holmås ble takket av etter 16 år på Stortinget.

Det var gratis inngang. SU-ere under 18 år måtte skrive seg opp hos Oslo SU, slik at de også kom inn. Det var rekordoppmøte på valgvaken, og stappfullt i begge etasjene. Stemningen var veldig god, men ble dempet ettersom de siste meningsmålingene ikke viste regjeringsskifte som alle håpet på. Det hjalp imidlertid med gode meningsmålinger for SV.

Deltakelse på debatter og møter

Oslo SVs fylkessekretær hadde ansvaret for alle invitasjoner som kom til Oslo SV. Dette var et ganske tidkrevende arbeid, som det er viktig å følge opp kontinuerlig. Mot slutten og i sommerferien ble det avlastet noe av valgkampsekretær, men det var såpass mye på et

tidspunkt at vi måtte være to. Tett kontakt med de som håndterte invitasjoner sentralt, samt tilgang til kalenderne til Kari Elisabeth og Petter var avgjørende for å ha oversikt over alle arrangementene.

Det er viktig at man tar fortløpende prioriteringer av debatter for å skjerme toppkandidatene mot useriøse eller dårlig organiserte arrangement. Toppkandidatene hadde veldig mange debatter, fremfor alt Kari Elisabeth Kaski, Petter Eide, Solveig Skaugvoll Foss og Marian Abdi Hussein. 3. kandidat Olivia Corso Salles fikk barn i juli 2017, og var derfor i permisjon. Men flere kandidater lengre ned på listen gjorde en formidabel innsats, samtidig som det var enkelte som ikke stilte opp eller tenkte på debattdeltagelse som en naturlig oppgave. Det bør klargjøres før neste valg at alle må stille i debatter, spesielt på egne saksområder.

Oversikten over hvilke debatter vi deltok på, vil legges ved som et eget vedlegg.

Materiell

Oslo SV baserte seg på én egen løpeseddel, i tillegg til løpesedler laget på enkeltsaker. Oslo løpeseddelen var firesidig med bilde av toppkandidaten Kari Elisabeth Kaski på forsiden og korte punkter om hvert område. Det var vellykket at vi brukte Kari Elisabeth på forsiden og på plakatene slik at det ble en gjenkjennelsesfaktor. Flyerinnholdet var muligens i overkant minimalistisk. Løpeseddelen ble trykket de par siste ukene i juni. Første opplag var på 100 000 og skulle dekke både Oslo SV og alle lokallagenes behov. Lagene fikk så mye løpesedler de ville ha, mot en flat takst på 1000 kr per lag. Neste opplag var på 23 000 - og dette var basert på en runde med alle lag for å hvor det kom frem hvilke lag som planla postkasseaskjoner, og hvilke lag som klarte seg med det de hadde. Denne fremgangsmåten med bestilling i to omganger førte til at vi traff akkurat på det antallet løpesedler vi faktisk klarte å dele ut.

I tillegg kjøpte vi inn 10.000 eks av valgkamphefte på syv sider fra sentralt som ble svært godt mottatt av de som ville sette seg mer inn i sakene våre. Vi holdt litt igjen av heftet i starten. Det hadde vi ikke trengt da vi fikk restlageret til sentralt gratis på slutten av valgkampen og satt igjen med flere av disse. Det samme gjaldt for SVs ungdomsløpeseddel som vi også kjøpte inn 10.000 eks av. Alle lokallag fikk dette i sine valgkamppakker, så dette var kun ment til bruk på valgboden.

Løpesedlene ble generelt brukt til morgenaksjonene i tillegg til utdeling på valgboden, og av lokallagene. Oslo SV brukte trykkeriet hos Akershus Fylkeskommune på Galleriet i Oslo. SV'er Frode Åkenes- Johnsen jobber der, og det var en stor redning for oss. Han ga en god pris og jobbet veldig raskt. I løpet av valgkampen ble det laget løpesedler på følgende tema:

- Groruddalen
- Klima og miljø
- Taraldsrud
- Marka
- Atomvåpen
- Pride

Vi trykte også opp 200 plakater i A3 og A1, som SU hang opp i plakataksjon over hele Oslo sentrum. Dette var en vellykket aksjon med mye synlighet.

Profilmateriell

Det ble bestilt inn:

Pappkopper – 50 pk: 40

Caps: 1

Stormjakker: 5

Ballonger 100 pk: 5

T-skjorter: 14

Karameller, 1 kg: 25

SV-buttons: 400

Beachflagg: 2

Valgbodansvarlig ble utrustet med full uniform. Det ble også kjøpt inn stormjakker til låns for aktivister på boden. Noe som var veldig populært denne valgkampen var buttons. Pappkopper er også viktig til morgenaksjoner og gir et bedre helhetlig inntrykk av partiet når det foregår arrangementer.

Læringspunkter:

- Enkeltsaksløpesedlene er veldig lurt å lage. Flere savnet temaflyers i små opplag, dette kan lages før sommeren.
- Løpesedler på andre språk bør være i et større opplag, og ha klare steder de skal distribueres til.
- Til neste valg kan man også vurdere å lage forskjellig utforming på de nye løpesedlene som produseres underveis i valgkampen, slik at folk ikke tror de har fått det vi deler ut, tidligere.

- Det kan alltid kjøpes inn mer karameller, men dette er dyrt og forsvinner så snart det står på bordet. I denne valgkampen tok FS et bevisst valg om å prioritere ressurser til løpesedler fremfor karameller. Men dette er en evig debatt.

Annonsering og reklame

Vi annonserte i lokalaviser som Akers Avis Groruddalen, Østbyen (månedssavis Gamle Oslo) og større aviser som Klassekampen, Dagsavisen og Aftenposten. Vi kjøpte hovedsakelig helsider, da vi får synlighet over en større flate og unngår å konkurrere med et annet budskap på samme side. Undersøkelser viser fortsatt at kombinasjonen av annonsering på papir og digitalt er det aller lureste valget, så vi kjørte også noen kombinasjonspakker.

Det var helt nødvendig at noen i valgkampgruppa kan Adobe Illustrator e.l. for å utvikle annonser og annet infomateriale til nettsider, facebook etc. Her fikk vi stor hjelp fra sentralt.

Presse

Det er alltid trangt om plassen og krevende å få på saker i valgkampen, men hovedinntrykket er at vi har hatt et bra pressearbeid i årets valgkamp. Oslo SV har hatt to gode og medievennlige toppkandidater, vært samkjørt med sentralt og vært relativt godt organisert. Til neste gang kan vi begynne å forberede flere gode saker enda tidligere. Et positivt læringspunkt er at vi valgte å ikke spare på kruttet underveis. I frykt for å brenne inne med gode saker mot slutten av valgkampen valgte vi å selge ut mange gode saker ganske tidlig. Det tror vi var en klok strategi.

Mediebildet i valgkampen: Mediebildet i valgkampen ble preget av Sylvi Listhaugs utspill og tur til Rinkeby i Sverige, av meningsmålinger og spill om samarbeid og regjeringsalternativer og av partier i medvind og motvind der SV var i god flyt og Ap sleit. Også en del synlighet på våre saker. SVs budskap om økende forskjeller kom relativt godt frem, og det var også et betydelig fokus på miljø, selv om SV muligens ikke hadde like sterkt sakseierskap der.

Organisering: Daglige mediemøter hver morgen kl 0830 fra midten av mai fungerte godt. Møtene ble ledet stramt og effektivt av Unni Berge og varte i ca 25 minutter slik at det skulle være mulighet for å ta en telefon før valgkampgruppemøtet kl 0900. De viktigste medieprioriteringene ble sendt til sentralt før kl 0900.

Hovedfokus: Vårt hovedfokus var forsøksvis å holde oss tett på den sentrale strategien på fordeling og miljø. I tillegg ble internasjonale saker prioritert pga profilen til vår andrekandidat.

Utspillplan: Denne ble kontinuerlig oppdatert og brukt aktivt gjennom hele valgkampen, og fungerte som dagsorden under morgenmøtene. Nyttig verktøy. Finn medieplanen her:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1rNfTYEzsDlOnWjKb2LHc42xfIsnsu_PQwuibpz1RuaU/edit?usp=sharing

Viktigste saker:

- AKS-saker i diverse bydelsmedier og Dagsavisen
- Motorveibygging, både Groruddalen og E18 vestkoridoren
- Diverse portretter av Kari Elisabeth og Petter i ulike medier (alt fra Politisk kvarter til Vårt Oslo)
- Besøk til Motesorri, med budskap om at offentlig skole må lære (KE)
- Kutt i Folkehelseinstituttet (flere saker med KE)
- Beredskapssenteret på Oslo sør/Stopp støyen (flere saker i Oslo og Akershus)
- Forskjellsvandingen (flere medier)
- Krangling med Høyre om ulikhet (et par saker i Aftenposten)
- Liu Xiaobos sykdom og død (flere saker med Petter)
- Trump (flere saker med Petter)
- En rekke saker i Akers avis Groruddalen (utspill, portretter, hjemme-hos-intervju hos Kari E)
- Klimadebatt mot Carl I Hagen (NRKØ)
- Direktesendt debatt på TV2 om sosial uro i Groruddalen og Søndre Nordstrand, KE deltok)
- Kaski mor Søviknes, debatt TV2 og DB-tv
- SVs miljøkrav (Aftenposten)
- Listhaug utfordrer menneskerettighetene (Petter i flere NRK-flater)

Tall:

Ved søk i Retriever mellom 1. august og 11. september får vi opp disse tallene (se grafer under).

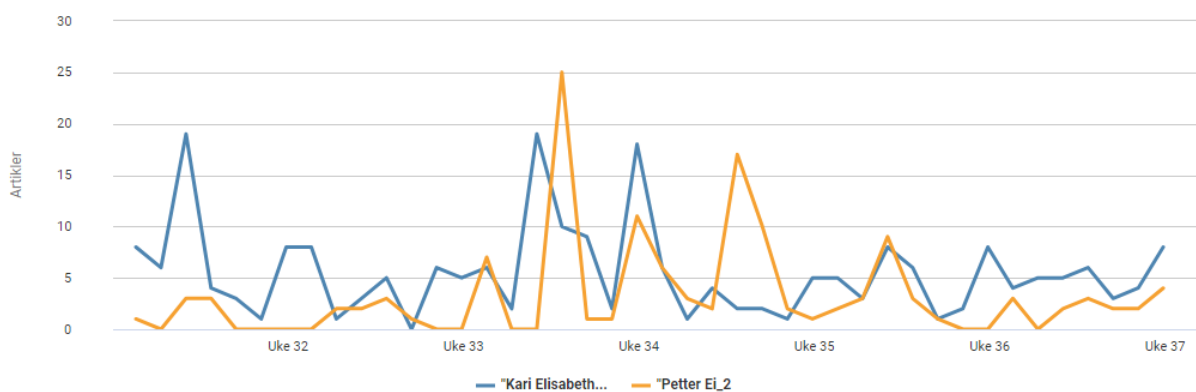
- Kari Elisabeth Kaski: 232 artikler
- Petter Eide: 135 artikler
- Oslo+SV: 2781 artikler

Læringspunkter:

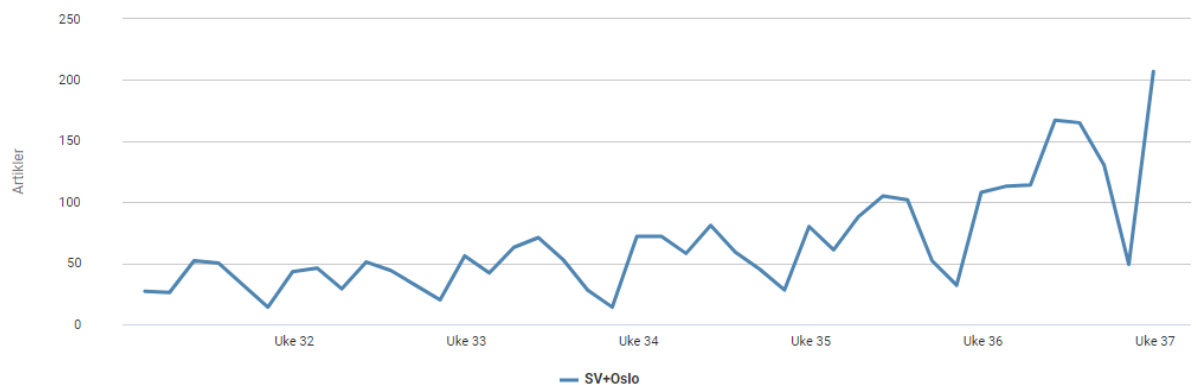
- Finne rutiner for å sikre et enda bedre overblikk over dagens mediebilde før morgenmøtet.
- Mediemøtene var først og fremst oppdaterings- og koordineringsmøter. Tiden var for kort og gruppen for stor til at det ble noe særlig rom for å drodle frem ideer. Egne møter i mindre grupper egner seg bedre for dette formålet, og vi kunne med fordel hatt noen flere av disse.
- Et par gode medieknagger glapp: skolestart og Hiroshima-dagen 6. august. Bør være bedre forberedt på disse før sommerferien.
- Kari Elisabeth lyktes svært godt med å profilere seg som Groruddals-stemme, noe som hang godt sammen med ulikhetsbudskapet. Ble gjentatt i mange medier og hun ble omfavnet av Akers Avis Groruddalen spesielt, noe som kan ha virket inn på SVs gode resultater i de fire Groruddalsbydelene (SV valgvinner/mest frem i alle fire). Kari Elisabeth hadde allerede fra før stor troverdighet på SVs andre hovedsak, klima. Groruddals-profilen ble en inngang til troverdighet også på ulikhet.
- Samarbeid med lokallag om mediearbeid kan bli mer systematisk. Vi har potensial for å bli mer synlig i flere av bydelsavisene.
- Petter lyktes med å bli en viktig stemme for utenrikspolitisk opposisjon, til utenriksminister Brendes irritasjon. Positivt med en andrekandidat med bred medieerfaring og selvstendig profil.
- Våre viktigste Oslo-politikere Inga Marte og Marianne kjørte i stor grad sitt eget løp, og var ikke så tett på dag-til-dag-arbeidet i valgkampen. Kunne med fordel vært tettere integrert i valgkampstrategien. De bidro uansett til synlighet om sine saker, og var på den måten med å profilere SV.
- Midt under valgkampen sendte NRK en dokumentar om St. Hallvardshjemmet som ble lagt ned. Den vekket sterke følelser blant en betydelig, men avgrenset gruppe, og som ansvarlig byråd fikk Inga Marte rettet en del skyts mot seg. Saken ble etter forholdene håndtert bra og solid av Inga Marte og hennes folk, og har nok tross mye fuss ikke hatt stor betydning på valgresultatet. Akkurat her kan det likevel ha vært en fordel at ikke Inga Marte var en mer sentral del av valgkampstrategien.

Retrievertall:

Dekning over tid, totalt 367 artikler: "Kari Elisabeth...", "Petter Ei



Dekning over tid, totalt 2781 artikler: SV+Oslo



Sosiale medier:

Sosiale medier var en prioritert kommunikasjonskanal gjennom valgkampen. En kanal som blir stadig viktigere. Vi brukte mest energi på Facebook, deretter Instagram og Twitter som nummer to og tre.

De prioriterte sidene våre på Facebook under valgkampen var **Kari Elisabeth Kaski**, **Petter Eide** og **Oslo SV**. Også sidene **Inga Marte Thorkildsen** og **Ordfører Marianne Borgen** nådde ut til mange, men var ikke like tett integrert i valgkampstrategien. Kari Elisabeth, Marianne og Oslo SV var i tillegg aktive på Instagram, og de samme tre pluss Inga Marte var aktive på Twitter.

Innhold: En del av innholdet var laget i forkant av valgkampen. For eksempel kandidatfilmer av Kari Elisabeth og Petter. Disse fulgte malen til et sentralt konsept, ble filmet selv og redigert

eksternt til en rimelig penge. Det meste av innholdet ble imidlertid produsert fortløpende, men budskapene og prioriteringene var basert på den overordnede valgkampstrategien.

Vi forsøkte å variere en del på form, og delte både memer, lenker, videoer, bilder og livestream. Grafisk la vi oss for det meste tett på malene fra sentralt, men hadde en viss suksess med også å gjøre ting utenfor malverket.

En viktig satsning underveis var forskjellsvandringen. Vi publiserte mye innhold fra vandringen gjennom hele dagen. Spesielt livestreaming fra stoppene underveis på ulike kontoer i ulike medier. Dette var vanskelig for folk utenfra å holde styr på, men bidro til å etterlate et hovedinntrykk at det var mye som skjedde den dagen og at det handlet om SVs forskjellspolitik.

Vi var ellers veldig bevisste på å spre gode målinger og annet innhold for å motivere våre egne.

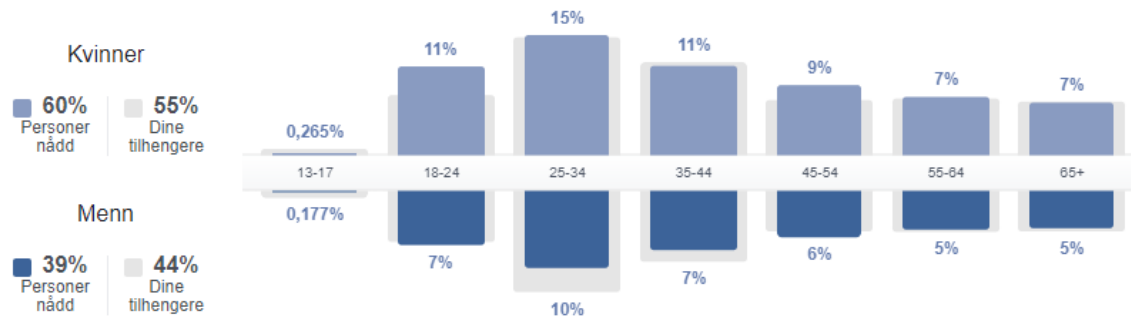
Spredning:

Organisk spredning i sosiale medier er alltid best, og er avhengig av engasjerende innhold og engasjerte følgere. I tillegg supplerte vi med betalt spredning rettet spesielt mot våre målgrupper. Under valgkampen brukte rundt 15-20 ulike målgrupper definert ut fra saksinteresse, partitilhørighet, alder, kjønn, og adresse. I arbeidet med å skreddersy målgrupper ble dataen fra Mosaic brukt flittig, og det er god grunn til å tro at vi nådde langt med relativt små budsjetter.

Oslo SV:



Antall personer som har sett innhold som er tilknyttet siden din, sortert etter alder og kjønn.

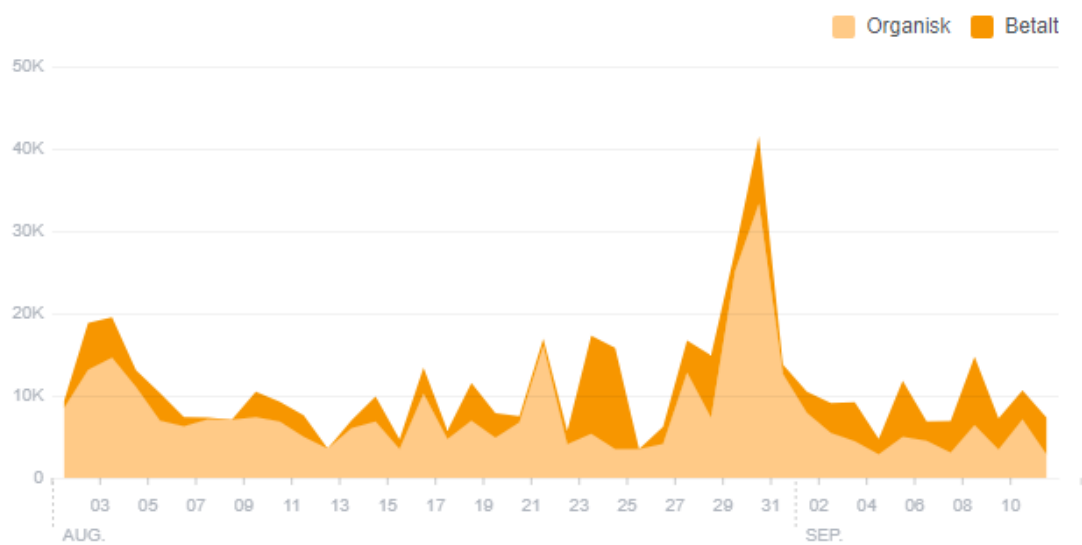


Likerklikk: Fra 4230 (1. august) til 4708 (11. september). Økning på 478 i løpet av valgkampen.

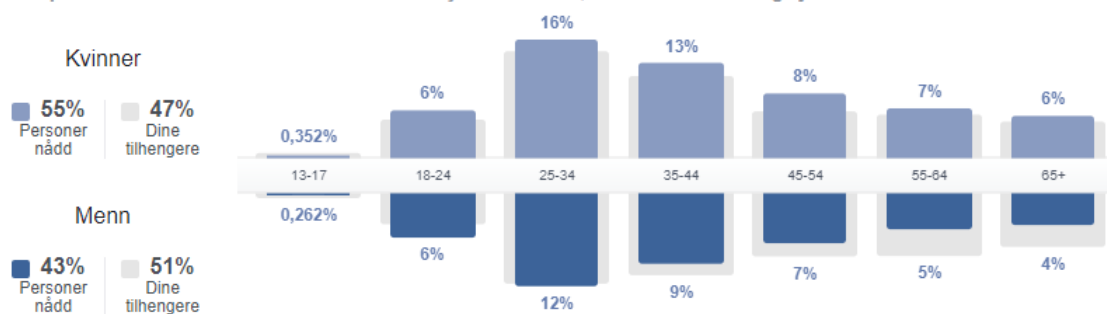
Kari Elisabeth Kaski:

Rekkevidde for innlegg

Antallet personer innleggene dine har blitt vist til.



Antall personer som har sett innhold som er tilknyttet siden din, sortert etter alder og kjønn.

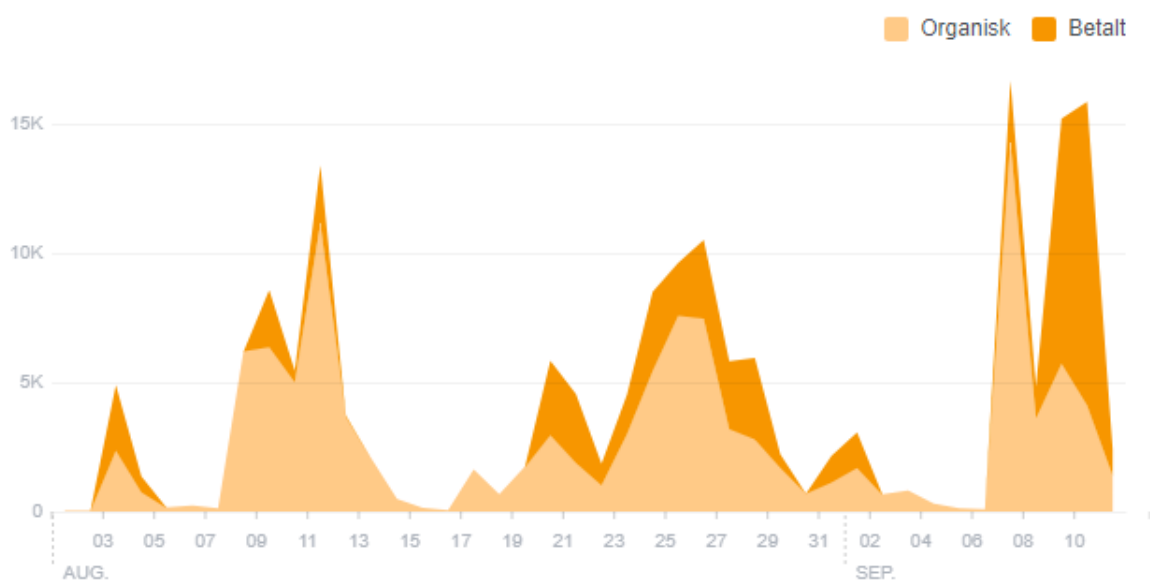


Likerklikk: Fra 2930 (1. august) til 3487 (11. september). Økning på 557 i løpet av valgkampen.

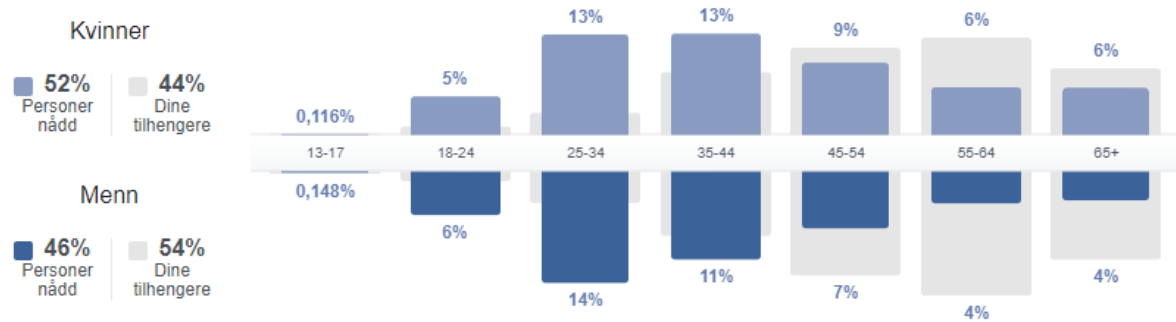
Petter Eide:

Rekkevidde for innlegg

Antallet personer innleggene dine har blitt vist til.



Antall personer som har sett innhold som er tilknyttet siden din, sortert etter alder og kjønn.



Likerklikk: Fra 2607 (1. august) til 2910 (11. september). Økning på 303 i løpet av valgkampen.

Her er en liste over de innleggene som fikk best spredning i valgkampen mellom 1. august og 11. september:

- Inga Marte: Oppgjør med Listhaug. Nådde 337,7K.
(Inga Marte er klart størst av våre på FB: Fire innlegg til fikk mer enn 50K, to av dem mer enn 100K. Tar ikke disse med her)
- Kari Elisabeth: Oppgjør med Listhaug (video). Nådde 70,6K.
- Marianne: Oppgjør med "sugardaddy"-reklame. Nådde 63K
- Oslo SV: Meme om at Petter Eide og Christian Tybring-Gjedde kjempet om samme stortingsplass. Nådde 57,5K
- Oslo SV: Kandidatfilm Petter. Nådde 35,8K (mesteparten betalt spredning)
- Marianne: Oppfølging av oppgjør med sugardaddy-reklame. Nådde 29,7K.
- Petter Eide: SV større enn Frp + oppgjør Listhaug. 26,7K
- Oslo SV: Kandidatfilm Kari E. Nådde 25,8K (mesteparten betalt spredning)
- Petter Eide: Våpeneksport til Jemen-opslag. Nådde 22,3K

Ellers:

Partimålinger og "best i test" og likende fikk mange reaksjoner og delinger, men ingen var blant de aller største på spredning. Nådde nok først og fremst våre egne.

Læringspunkter:

- Vi bør være tidligere ute med planlagt innhold. Langt mer innhold kan med fordel være ferdig produsert før sommeren. Det vil selvfølgelig være behov for å produsere innhold

underveis, men det er alltid fint å ha ferdig innhold liggende når den intensive valgkampen står på.

- Bruk av spissede målgrupper basert på mosaic og sponsede poster fungerte godt. Vi jobbet systematisk med dette, og det er grunn til å tro at på med denne innsatsen nådde mange potensielle velgere med relativt små budsjettmidler.
- Forskjellsvandringen var en viktig SoMe-satsning. Siden dette ikke var prøvd ut tidligere var det en del rusk i det tekniske, spesielt lyd, og det var litt kaotisk med livesendinger som ble publisert i ulike kanaler. Men antagelig bidro den massive kommunikasjonen ut i ulike kanaler til et tydelig etterlatt inntrykk av at SV er opptatt av forskjeller.
- Konseptet med å sammenlikne før og nå med historiske Oslo-bilder ble jobbet en del med, men fikk ikke spesielt stor spredning, og derfor nedprioritert. Vanskelig å vite hva som slår an før man har testet, derfor lurt å ha litt ulike konsepter, og skalere opp det som fungerer best underveis.
- Valgboddebatter med livesending mellom Kaski og Hagen (i samarbeid med Oslo Frp) fungerte ganske bra med relativt enkelt oppsett.
- Gode meningsmålinger slår alltid godt an, men når først og fremst våre egne
- Vi var stort sett lojale mot meme-malene fra sentralt, men det kan bli litt for likt i det lange løp. Da vi laget et meme utenfor malen helt på tampen (Eide vs Tybring-Gjedde) fikk vi veldig god spredning. Altså ikke dumt å avvike fra reglene en gang i blant!
- Ideen om uformell fredagsquiz "Hvem sa det, Hagen eller Trump" var godt mottatt i valgkampgruppa, men kom litt seint i gang. Da første meme endelig var klart kort tid før valgdagen, ble vi anbefalt av sentralt å la være da det ble ansett litt risikabelt når alt gikk så bra. Ble derfor droppet.
- Kari Elisabeth lyktes godt med å profilere SVs to hovedsaker ulikhet og miljø, mens Petter traff godt ved å utfordre regjeringens internasjonale politikk. Vi kunne jobbet mer intensivt over litt lenger tid med å skaffe flere følgere og nå ut til flere, selv om begge fikk en positiv utvikling utover valgkampen.
- Inga Martes oppgjør med Listhaug på Facebook var uten sidestykke det innlegget fra noen i Oslo SV som fikk mest spredning og respons. Det nådde 337,7K og fikk over 900 delinger og nesten 8000 likes. Et meget vellykket innlegg, (selv om det delvis gikk mot strategien om å ikke vri debatten over på Listhaugs premisser).
- På valgdagen delte vi et innlegg skjermdumper av Sigrid B Tusvik og Susanne Sundfør som stemte SV. Dette gikk veldig bra.

- Lokallag: Kunne drevet mer aktivt oppfølging her, men de fleste lokallagene har folk med ansvar for SoMe og de gjorde en solid jobb. Fra vår side hadde vi ett møte med 5 deltakere og en gruppe på Facebook der vi av og til delte innhold.

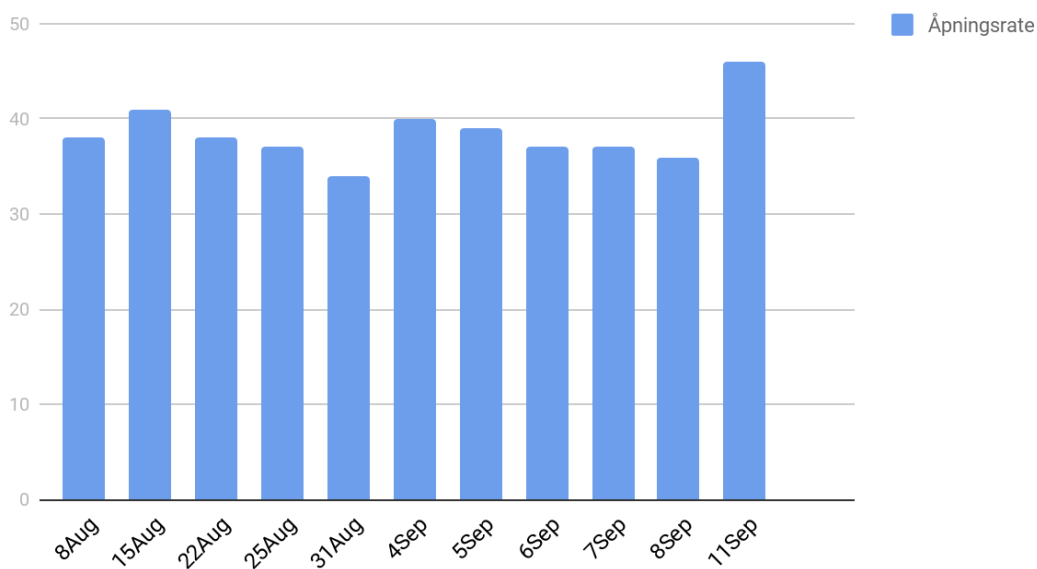
Nyhetsbrev og nettside

Stikkord:

- Nyhetsbrev: Sendt ut ukentlig, deretter daglig. Legg ved kvantitativ data.
- Nettsider: Ganske statisk med to toppsaker gjennom hele valgkampen. En om kandidatene og en om det å engasjere seg i valgkampen,

Nyhetsbrev: Engasjementet er gjennomgående høyt på nyhetsbrevet og vi har ligget over 40% stort sett hele året med utsendinger ca annenhver uke. Vi pushet folks tålmodighet litt med hyppigere utsendinger etter sommeren og med daglige nyhetsbrev fra 4-8. September, noe vi ser på åpningsraten under, men vi har nok ikke gått over streken. Utsendelse på valgdagen ble gjort i Kari Elisabeths navn (alle andre fra Oslo SV), det kan være med og forklare ekstra høy åpning 11. september.

Points scored



Oslo SU

Vi hadde et godt samarbeid med Oslo SU i denne valgkampen. Oslo SU deltok i den forberedende valgkampgruppen og var representert med minst en på de daglige morgenmøtene i innspurten.

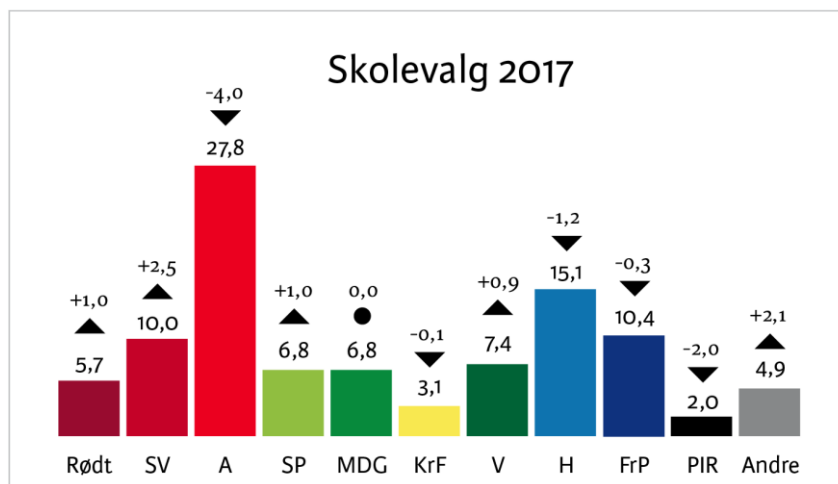
De tok ansvar for alle skoledebattene og valgtorgene. SVs 4. kandidat Solveig ble mye brukt som skoledebattant, både i Oslo og resten av landet.

Oslo SU hadde ansvaret for valgboden tre ganger. Dette var i helgene – noe som passet dem veldig bra. SU mobiliserte også til andre stands og aksjoner ved behov, og stilte sterkt opp når det var ringedugnad på kontoret.

Vi kan bli bedre på å gjøre presseutspill og aksjoner sammen med SU.

Oslo SUs valgkamprapport ligger vedlagt.

Skolevalget



5. september var det skolevalg nasjonalt. SV fikk 10 % nasjonalt, og 11,2 % av stemmene i Oslo. Dette er en fremgang på 2,3 % (2,5 % nasjonalt) fra valget i 2015, men en framgang på hele 4,7% (5 % nasjonalt) fra 2013- valget.

Selv om Arbeiderpartiet, Høyre og Fremskrittspartiet var de tre partiene med størst oppslutning i årets skolevalg, gikk SV går mest frem og gjorde sitt beste valg på åtte år. Også SP, Rødt og Venstre gjorde det bedre enn for to år siden, og lander på henholdsvis 6,7 %, 5,7 % og 7,4 %. Kristelig Folkeparti og MDG holdt seg stabile på 3,1 % og 6,8 %.

Arbeiderpartiet forblir det største partiet i skolevalget, selv med en tilbakegang på 4,0 prosentpoeng fra rekordvalget i 2015, og havner på 27,8 %. Etter et svakt skolevalg i 2015, opplever Høyre også denne gangen en liten tilbakegang på 1,2 prosentpoeng, og havner på 15,1 %. FrP hadde også et svakt resultat i 2015, men med 10,4 % holder partiet seg stabilt.

En mandatberegning som ble utført av Norsk senter for forskningsdata (NSD) etter skolevalget, viser en solid rødgrønn overvekt på «ungdommens storting» med til sammen 95 mandater for Ap (55), SV (18), Sp (12) og Rødt (10).

Lokallagenes valgkamp

Alle lokallag har utarbeidet egne valgkamprapporter (Se vedlegg). Det har vært svært god aktivitet i lokallagene og de er hovedsakelig fornøyde med gjennomføringen av valget i Oslo.

Vi hadde tidlig kontakt med lokallag og budskap klart. Dette gjorde at lokallagene også kunne planlegge enda tidligere enn før. Flere melder om at det var positivt med nasjonale aksjonsdager, og oppfølgingen også fra sentralt.

Noen av de store felles utfordringene på tvers av lagene og uavhengig av størrelse, er at vi har et stort antall sovende medlemmer, og det er de 10 aktive i lokallaget som må gjøre hovedjobben gjennom valgkampen. Vi trenger en strategi på å få sovende medlemmer i gang.

Tilbakemeldinger fra lokallagene selv viser at de ikke har vært flinke nok til å ringe medlemmer i forkant av valgkampen. De sier også at nyinnmeldte som kom inn på slutten ikke ble ivaretatt av lokallaget fordi det var så hektisk da. Det forsterker argumentet om en egen aktivistansvarlig fra Oslo SV.

Lokallagsledermøtet

Det ble avholdt et lokallagsledermøte i oppstarten av valgkampens og i siste del av den. Her ble de konkrete valgkampplanene både lokalt og sentralt gjennomgått, og lokallagene fikk anledning til å gi tilbakemeldinger og innspill til Oslo SVs valgkamp.

Det er svært nyttig å samle tillitsvalgte til minst ett slikt møte i løpet av valgkampen. Lokallagene styrker hverandre ved å dele erfaringer og gode ideer som flere lag kan gjennomføre. Innspill fra lokallagene kan dessuten føre til justeringer av Oslo SVs prioriteringer – som f. eks at det lages materiell på saker som seiler opp i løpet av valgkampen.

Regnskap

Oslo SV budsjetterte med 1. 200 000 til valgkampen. Regnskapet viser at vi har 186 400 å gå på, per november 2017. Men det kan forventes at vi får inn ytterligere 80 000 i fakturaer som ikke har kommet enda. Den største posten på valgkampbudsjettet gikk til ansettelse. Da FS vedtok budsjettet ble det lagt inn en slack på 200.000 som primært skulle brukes på valgkampsekretær. Dersom det skulle bli overskudd på valgkampbudsjettet vil dette gå tilbake til Oslo SV og brukes på neste valgkamp.

Oslo SV har først og fremst fått støtte fra sentralt ved dette valget til to store annonser samt en støtte til sosiale medier på 10 000. Vi har dessuten fått støtte fra organisasjonsfondet til miljøvalgkamp og kulturdagen. Vi ble også gitt ansatte ressurser gjennom Unni Berge som jobbet fulltid for Oslo SV fra juni.

Støtte fra fagbevegelsen summeres opp til 65 000 og 3500 fra dramapedagogene.

Innsamling

Den forberedende valgkampgruppen gav Bent Fjelddalen i oppgave å lede innsamlingsaksjonen til valgkampen. Det ble satt som mål å samle inn 400 000 kr, inkludert autogirogaver (faste månedsbidrag fra medlemmer som går rett til valgkamp i valgår). Dette målet ble nådd takket være iherdig jobbing fra Fjelddalen, og mange mindre bidrag, en god del mellomstore og noen få svært rause gaver fra medlemmene.

På årsmøtet hadde vi lotteri og salg av kaffe og kaker. Dette brakte inn 8. 367 kroner. På RS i mai loddet vi ut et gavekort på kino og fikk inn 1. 867 kroner. I juni sendte vi ut et brev i posten til alle medlemmer med en giroblankett og en oppfordring om å støtte valgkampen. Det kostbart å sende ut slike brev, men alle organisasjoner som driver med innsamling vet at dette gir resultater og er mye mer effektivt enn e-post.

Det ble også gjort en jobb for å få folk til å bli faste givere, enten gjennom autogiroavtalen eller som faste trekk i egen nettbank. Budskapet om at partiet satte pris på både små og store engangsgaver ble gjentatt i alle nyhetsbrev, og det var også mulig å støtte oss gjennom vipps. Et av de mest vellykkede enkelt tiltakene var en epost som gikk ut den siste uken før valgdagen

med tittelen "Siste sjanse". Dette resulterte i 39 590 kroner helt på tampen som gikk til annonser i de store avisene.

Læringspunkter

- Det er et stort potensiale i lotterier på møter. Dette bør man fortsette med.
- Det er viktig å oppnevne en innsamlingsansvarlig, som kan ha et særlig fokus på en oppgave som ofte kan drukne litt i andre oppgaver.

Støtte

Støtte fra dramapedagogene	3 500
Støtte fra Oslo bygningsarbeiderforening	5 000
Støtte fra Fagforbundet i Oslo	50 000
Støtte fra Fagforbundet barn og oppvekst	10 000
Støtte fra orgfondet: Miljøgruppen.	18 500
Støtte fra orgfondet: Miljøgruppen.	25 000
Støtte fra SV til sosiale medier	10 000
Summert	122 000

Innsamlinger

Innsamlet på årsmøtet til valgkamp	8 367
Innsamlet på repskpaet til valgkamp	1 867
Vipps	16 752
Summert	26 986

Gaver fra medlemmer

Gaver fra medlemmer	247 659
Forventet autogiro (ikke utbetalt)*	150 000
Summert	397 659

Lokallagenes andel (ikke fakturert enda) 15 000

Inntekter totalt 561 645

Valkampregnskap over kostnader 2017 (per 24.11.2017)

	Budsjett	Regnskap	Diff
PERSONALKOSTNADER	565 000	493 145	71 855
Lønn		383 570	
Valgkampsek, førstekandidat og valgbodansvarlig		383 570	
Sosaiale kostnader		106 145	
AGA		54 083	
Aga av feriepenger		6 489	
Skyldig feriepenge		46 028	
Telefon		2 282	
Forsikringer		2 685	
Innberetningspliktig pensjonskostnad		-5 422	
Andre personalkostnader		3 430	
Sentral valgkampsamling i regi av SV (på Son)		3 430	
VALGBOD	65 000	34 399	30 601
Frakt frem og tilbake	15 000	11 767	3 233
2 års lager på Fjeld gård	15 000	15 840	-840
Diverse kostnader knyttet til oppsett (strøm osv)	15 000	3 399	11 601
Strøm		0	
Diverse utstyr inkl planter / teppe		3 399	
Oppussing / vedlikehold samt driftskostnader	5 000	956	4 044
Diverse utstyr (rekvisitter)		956	
Driftskostnader	15 000	2 437	12 563
Varer til utdeling		159	
Servering til velgere og aktivister		578	
Gavekort til Erlend sitt jazzband.		1 400	
leie av musikkpavilionen		300	
MATERIELL	188 000	117 446	70 554
Materiell fra sentralt	72 000	4 124	67 876
Velferdsprofittørene		99	
Andre språk		4 025	
10 000 arbeidsprogram		0	
Ungdomsløpis (Ulike grunner)		0	

Nasjonal løpeseddel		0	
Eget materiell	50 000	63 149	-13 149
Hovedløpeseddel (100.000)		25 306	
2. opplag (23.000)		3 988	
Taraldrud og Aksjonsdag: Skole		5 000	
Diverse løpesedler + A3 plakater		9 955	
Groruddalsløpis		1 400	
Eid, miljø og klimafest		7 000	
Husk å stemme + studentløpis		8 500	
Flyer miljødagen 3.6		2 000	
Profilmateriell og karameller og klær	16 000	2 185	13 815
13 T-skjorter til holmenkollstafetten		820	
Klær til aktivister og valgbod (røde jakker)		1 365	
Bechflagg, karameller og ballonger.		0	
Fotografering	25 000	25 000	0
Plakater	5 000	6 438	-1 438
Ideer/behov i valgkampen	20 000	16 550	3 450
To SoMe filmer med Kari Elisabeth		4 000	
To kandidatvideoer		6 250	
Holmenkollstafetten		3 850	
Facebookbilde /Hagen vs Trump		938	
Gevinst til lotteri på RS.		400	
Utgifter til gatefest 19.8 (skal refunderes fra SV)		1 112	
ARRANGEMENTER	95 000	140 724	-45 724
Valgvake	8 000	12 426	-4 426
Blomster		2 400	
Oslo SVs andel av valgvaken		7 500	
Kake på valgvaken		2 526	
Åpne møter	10 000	9 371	629
Gi SV beskjed (servering)		176	

Møte med somaliere 27.8		4 795	
Valgkampsamling og sommerfestival		4 400	
Diverse arrangementet (8. mars, 1. mai, 5. juni, Oslopride, kulturdag)	35 000	67 312	-32 312
Åttende mars		1 011	
Pølser		1 011	
Første mai		6 600	
Band 1. mai		6 500	
Leker til barna		100	
Paroler		0	
Leie av dattera til hagen		0	
Pride		3 000	
Støtte til LHBT-nettverket		3 000	
Kulturdagen		38 336	
Innledergaver til artister, apelleanter og frokostmøte		3 316	
Artister		18 510	
Victoria Jazzscene		14 215	
Hotell		2 295	
Arrangementer i regi av miljøgruppa		18 365	
Kjøp av varer til utdeling 5. juni		3 355	
Leie av kulturhuset og mat på frokostmøte			
klimadagen2.9		10 010	
Artist på klimafest		5 000	
Interne arrangementer (valgkampskolering og fester)	42 000	51 615	-9 615
Valgkampseminar		42 294	
Lokale		23 100	
Valgkamphefte		5 040	
Servering (varm mat, kaffe, frukt, youghurt m.m)		10 927	
Utstyr		1 020	
Frakt		707	

Kultur (standup)		1 500	
Fester for aktivister		9 321	
Debattkalas		2 576	
Aktivistfest på Syng		6 745	
FRIKJØP AV ANDREKANDIDAT FRA AUGUST	65 000	65 625	-625
Lønn til Petter Eide		65 625	
ANNONSERING	107 000	106 960	40
Facebook		38 640	
Avisannonser		68 320	
Aftenposten (sponset av sentralt)		23 250	
Dagsavisen		11 320	
Groruddalen avis		12 500	
Østbyen		8 750	
Klassekampen (sponset av sentralt)		12 500	
DIVERSE	115 000	55 300	59 700
Valgkampgruppe – drift	5 000	12 450	-7 450
Gavekort til valgkampgruppen og ansatte		3 502	
Taxi til debatter		6 361	
Avslutningsmiddag og servering på møter og opplæring		2 210	
Bank og kortgebyr		377	
Støtte til lokallag	10 000	10 000	0
Støtte til profilering av kandidater på Grünerløkka sin valgbod		10 000	
Uforutsett (reserve)	100 000	32 850	67 150
Medlemsutsending (gi en gave til Oslo SV) Kopiering og porto.		26 500	
Frokostseminar om ulikhet på Kulturhuset		6 350	
SUM	1 200 000	1 013 600	186 400

Vedlegg 1 - Oslo SVs valgkampplan

Valgkampplan for 2017

Målsetninger for valget

Det overordnede målet for Oslo SV ved stortingsvalget er å erstatte de mørkeblå med en rødgrønn regjering som har en plattform som er klart preget av SVs kjernesaker. Enten vi velger å delta selv, støtte den gjennom en avtale eller fra sak til sak.

Oslo SV sikter mot en oppslutning som vil gi oss to mandater på stortinget. For å klare det må vi få et valgresultat på over 7,5 % i Oslo.

Alle aktiviteter i forbindelse med valgkampen 2017 skal ha dette som sin overordnede målsetning og utelukkende jobbe for å oppfylle denne målsetningen.

Hovedsaker

Utgangspunktet for prioritering av SVs valgkampkampprioriteringer i Oslo er SVs overordnede valgkampkampstrategi. Vi anbefaler en viss saks- og budskapsdisiplin for fylkeslagene til SV.

Rammene for SVs valgkamp i år er

- Rettferdig fordeling
- Klima/miljø
- Skole/utdanning
- Profittfri velferd

Oslo SV ønsker også å fremme SVs feministiske politikk i tillegg til de nasjonale sakene. Valgkampgruppa anbefaler at det innenfor rammene av disse saksområdene skal utformes en valgkamp for Oslo SV.

Rettferdig fordeling

Innbyggerne i Oslo opplever økende økonomisk og sosial ulikhet. Det er en økende andel barn som vokser opp i fattige familier, og levealder forskjellen mellom øst og vest i byen er fortsatt rundt 10 år. Prisveksten og prisene på boliger i Oslo er også så stor at store grupper får problemer med å komme seg inn på boligmarkedet, eller havner i stor gjeld – mens fler-boligeiere og boligspekulanter får gevinst.

Oslo SV vil i valgkampen fokusere på behovet for en politikk som utjevner ulikhet. I valgkampen vil vi fokusere på konkrete forslag til hvordan dette skal gjøres, blant gjennom tiltak for regulering av boligmarkedet, tiltak mot barnefattigdom, og tiltak for levealderutjaming mellom øst og vest.

Klima/miljø

SVs valgkamp mot velgerne i Oslo må også fokusere på de globale miljøutfordringer. Det er viktig for oss også bruke 1. kandidat Kari Elisabeth Kaski på dette, hun er en av landets fremste miljøpolitikere.

Oslo SV bør, i tillegg til globale og nasjonale klima og miljøtemaer, fokusere på lokale temaer og tiltak knyttet til bedring av byluft, økt kollektivsatsing og reduksjon av bilisme. De lokale tiltakene må settes i sammenheng med nasjonale og globale klimamål.

Skole og lærere

SV sentralt har definert skole og utdanningspolitikk som en sentral plattform for valgkampen. Partileder Audun Lysbakken vil være SVs fremste skolepolitiker i valgkampen. Han har også nylig skrevet bok om temaet.

Oslo SV bør i stor grad overlate valgkampprioriteringen på skole/utdanning til partiledelsen. Valgkampgruppa foreslår at kandidatene Kaski og Eide ikke har skole/utdanning som sine prioriterte områder. Det er likevel viktig partiledelsen gis grundig informasjon om effekten av SVs skolepolitikk i Oslo, samt også gis gode lokale eksempler.

Profittfri velferd

Oslo er ett av de fylker i landet som gjennom de siste årene har gjennomgått en betydelig privatisering av velferdstjenester, spesielt til kommersielle aktører. Konsekvensen av dette er dårligere tilbud for brukerne, samtidig økte kostnader for kommunen. I tillegg opplever innbyggerne i Oslo at offentlige tilskudd fra stat og kommune bidrar til utbytte for kommersielle nasjonale og utenlandske aktører. Dette gjør velferdstjenestene dyrere, samtidig som velgerne opplever det feil at skattepengene går til kommersielle aktører, istedenfor til å styrke velferdstilbudet.

Oslo SV bør i valgkampen prioritere dette området med gode lokale eksempler fra byen, kombinert med konkrete tiltak til hvordan velferdstiltak kan re-kommunaliseres eller overføres til andre non-profit aktører. Oslo SV bør benytte byråd Inga Marte Torkildsen på dette temaet.

3. Organisatoriske virkemidler i valgkampen 2017

Valgkampen skal bygge videre på virkemidler vi har brukt tidligere, der hovedpunktene er mediearbeid og direkte velgerkontakt – med *målrettede kampanjer i sosiale medier og ringing* som hovedsatsning. Vi vil også drive tradisjonelle aktiviteter der vi er synlige og kommer i kontakt med velger på stands og arrangementer.

I denne valgkampen vil vi i enda større grad enn tidligere måtte prioritere ressursene våre: I mediearbeidet vårt vil vi prioritere høy synlighet i sosiale medier som innrettes mot målgrupper, fremfor å bruke mye tid på oppslag i VG som aldri blir noe av.

Ressursene vi har til rådighet både lokalt og i det sentrale valgkorpset vil i denne valgkampen prioriteres bort fra tradisjonell standsvirksomhet og over på direkte velgerkontakt som ringing og nøye utvalgte hurtigstands og dør til dør-aksjoner.

Målet er å rekruttere 500 valgkampaktivister totalt.

Sosiale medier

Det sosiale mediearbeidet skal ses i tett sammenheng med den direkte velgerkontakten i den forstand at vi annonserer mot prioriterte målgrupper. Formålet med denne kommunikasjonen er å etablere kontakt og bygge problemformuleringer ved å vektlegge saksområder en senere ønsker å løfte i den direkte kommunikasjonen med målgruppa. Her skal vi bruke Mosaic-verktøyet som også skal brukes til direkte velgerkontakt som ringing og dør-til-dør.

Direkte velgerkontakt – ringing

Oslo SV skal prioritere telefonkontakt med velgere høyt i denne valgkampen. Dette skal skje på basis av Mosaic-verktøyet som partiet sentralt har anskaffet. Det vil gjennomføres egen skolering for ringekorpset.

Direkte velgerkontakt – dør til dør

Oslo SV kan også gjennomføre dør til dør aksjoner i nøye utvalgte områder og velgergrupper som vi tidligere har hatt målrettede annonsekampanjer mot. Eks på dette er studentboliger, og utpekte valgkretser vi gjør det over gjennomsnittet bra.

Lokal valgkamp

Oslo SVs lokallag skal kunne gjennomføres en selvstendig valgkamp, som minimum skal bestå av:

§ Ringe sine medlemmer før sommeren og invitere disse med i valgkampen.

§ Intensiv oppsøkende virksomhet mot potensielle velgere den siste måneden før valget. Dette kan være stand på kjøpesenteret, kollektivknutepunkter eller stå ved marka, postkasseaksjon, å besøke en skole, et sykehjem, eller en utdanningsinstitusjon osv.

§ Mobilisering av aktivister til sentral valgbod, nasjonale kampanjer og aksjonsdager og ringing i regi av fylkeslaget

§ Aktiv bruk av sosiale medier lokalt

Alle lokallagene skal lage en lokal plan og oppnevne en valgkampannsvarlig for laget.

Nettverksbygging

Kandidater på listen, og medlemmer med store nettverk i og utenfor partiet oppfordres til å arrangere *homeparties* for å rekruttere både velgere og aktivister.

Oslo SV skal prioritere å få med seg aktører som fagbevegelse, kvinnebevegelse, miljøbevegelse, kulturmiljøet, innvandrersorganisasjoner og andre i en felles kampanje for å skifte ut regjeringen.

Forhåndsstemmekampanje

Det arrangeres en egen kampanje for å få studenter og andre viktige målgrupper til å forhåndsstemme. Fylkeslaget vil prioritere å støtte studentlaget i arbeidet med dette.

Valgbod

Valgboden på Karl Johan er «flaggskipet vårt» i valgkampen. Den skal bemannes fra medio august, og alle lag deltar i dugnaden. Det ansattes en ansvarlig for å organisere opplegget og bemanningen av valgboden.

Sosiale arrangement

Det skal være sosialt og morsomt å være aktivist i SV. Vi ønsker å arrangere minst en stor valgkampfest som er åpen for alle sympatisører, av typen «Hjerte på venstresiden» på Blå i valgkampen 2013.

Økonomi

Oslo SV skal lage systemer som gjør det enkelt å støtte Oslo SV økonomisk. Vi skal samle inn penger på møter, og henvende oss til alle medlemmer med oppfordring til å gi en gave til valgkampen. Målet er å samle inn 400.000 kroner til valgkampen. Det budsjetteres med å

4. Organisering

Fylkesstyrets rolle

Fylkesstyret skal holdes løpende orientert, og møtes en gang i uken og eventuelt på telefon ved behov. Medlemmer i fylkesstyret skal aktivt delta i valgkampen, og må være tilgjengelige i det aktuelle tidsrommet.

Valgkampkorpset

Valgkampkorpset skal mobiliseres til å dekke opp aksjoner, stands, valgbod og følgepersoner på debatter. Aktivistene i valgkampkorpset blir i utgangspunktet mobilisert gjennom å ringe gjennom medlemslister. Vi bør ha en beredskap for å mobilisere dem som melder seg inn i løpet av valgkampen. Det skal avholdes sosiale arrangementer for å motivere aktivistene gjennom valgkampen.

Ringekorpset

Når ringekampanjen starter vil de som har meldt seg til dette skilles ut i et eget ringekorps, og oppfordres til å prioritere denne aksjonsformen.

Debattkorpset

Det lages en egen debattpool med folk som kan tenke seg å avlaste toppkandidatene i debatter. Erfaringsmessig arrangeres det rundt 100 debatter i løpet av valgkampen, og SV skal delta godt forberedt og med en følgesperson med løpesedler på alle. Topp 10 på listen og Fylkesstyret bør være forberedt på å delta i debatter, men også delta på aktiviteter sammen med aktivister, for å motivere og inspirere våre egne. Det skal avholdes debattverksteder i løpet av våren.

Bystyregruppa og byrådet

Oslo SVs bystyregruppe og byrådsavdelingen forventes å bruke så mye tid som mulig på valgkampen.

Oslo SU

Oslo SU innkalles ukentlig til FS-møter. Oslo SU har ansvar for alle skoledebattene og valgtorgene. SU bør også bli mobilisert til aktiviteter sammen med valgkampkorpset. Oslo SV skal bistå Oslo SU ved behov, og særlig prioritere forberedelser til skoledebatter og debattorg.

Skolering og samlinger

Vi har behov for skoleringssamlinger for de ti øverste kandidatene på stortingslisten og for ansatte. Vi trenger også skoleringssamlinger for deltakere i valgkampkorpset og lokallagsstyrer. Vi får bistand til skoleringsarbeid med de fire øverste kandidatene fra partiet sentralt. Partiet sentralt kommer også til å gi skolering til ringekorpset.

Det skal gjennomføres minst en valgkampsamling for alle aktivister i løpet av våren 2017. Oslo SV vil dessuten mobilisere til SVs sommerfestival 16.-18. juni.

Det skal gjennomføres minst et møte mellom valgkampgruppen, fylkesstyret og lokallagslederne i forkant av valgkampen, og et koordineringsmøte i løpet av valgkampen.

Vedlegg: Tempoplan for valgkampen 2017

Skal utfylles med flere aktiviteter og arrangementer

Januar	Februar	Mars	April	Mai
21.-22. LS-møte	Forberedelse til årsmøtet	3.-4. Årsmøte 8. Kvinnedagen	Nasjonale kampanjeuker	April-mai: Fylkesvise/ regionale valgkampsamlinger
23.1 – 5.2 nasjonale kampanjeuker	Utarbeidelse og vedtak fylkesvise valgkampstrategier	Profilmateriekl klart i nettbutikken	Trykt valgkampmateriekl klart i nettbutikken.	1. mai 6. Valgkampsem 6. Aktivistfest
Valgkamphåndbøker		16. Kandidatsamling	Oppdatert valgkampskole ring går ut	LS-møte
25.1 skolering / lansering av rapport		17.-19. SVs landsmøte	Mobilisering aktivister/frivillige i lokallag	Aksjonsdag i forbindelse med LO-kongressen, 8. til 12. mai
		Mobilisering av nettaktivister som bistår i SoMe	April-mai Fylkesvise/ regionale valgkampsamlinger	
		27.mars – 2. april nasjonale kampanjeuker	Møte for nye medlemmer	

Juni	Juli	August	September
1. Valgkamppakke med materiell sendes til lokallag.	1. Tidligstemmegiving åpner	10. Forhåndsstemming åpner	Nasjonale aksjonsdager
3.juni #mittgrønneoslo Klimafestival	2. Europride parade	14. Valgboden åpner	Dør-til-dør aksjoner og ringing i byene
16.-19. SVs Sommerfestival	Sommerkampanje på nett og festivaler	19. Valgkampåpning på Tøyen torg	11. Valgdag
		Nasjonale aksjonsdager	

Vedlegg 2- Velgerundersøkelsen

Nøkkeltall fra velgerundersøkelsen på landsbasis

8. november ble foreløpige resultater fra SSBs velgerundersøkelse offentliggjort. Nøkkeltall om SV fra undersøkelsen blir presentert her.

SVs velgere

Kjønn

69 % kvinner, 31 % menn.

Ingen andre partier har så stor forskjell mellom kvinner og menn i oppslutning.

Alder

18-29 år	32 %
30-39 år	17 %

40-49 år	18 %
50-59 år	14 %
60-79 år	19 %

Kun MGD og Rødt har flere unge velgere enn SV, men henholdsvis 42 % og 35 % i den yngste alderskategorien.

Av førstegangselgerne (18-19 år) er det 10 % som stemmer SV. Av elgerne i aldersgruppen 20-24 år stemmer 12 % SV.

Utdanning

Grunnskole	18 %
Videregående skole	29 %
Universitet- og høgskoleutdanning	53 %

Kun MDG og Venstre har høyere andel elgere med universitets- og høgskoleutdanning, med henholdsvis 56 % og 54 %.

Velgeroverganger

Hvor mange av SV-velgerne har vi hentet fra andre partier?

Arbeiderpartiet	30 %
FrP	1 %
Høyre	4 %
KrF	1 %
Sp	0 %
Venstre	8 %
MDG	5 %
Rødt	1 %

Hvor mange har vi mistet til andre partier?

Arbeiderpartiet	16 %
FrP	1 %
Høyre	0 %
KrF	0 %
Sp	3 %
Venstre	1 %
MDG	5 %
Rødt	11 %

Vi har en velgerlojalitet på 60 %.

Nettooverganger

Dette gir oss følgende nettooverganger:

SV vant 1,2 prosentpoeng fra Ap, 0,6 prosentpoeng fra Venstre, og mobiliserte mange hjemmesittere fra forrige valg. SV tapte velgere til Rødt, men vant til sammen 0,8 prosentpoeng fra de borgerlige partiene og 0,5 prosentpoeng fra den rødgrønne siden. Med MDG har SV ingen nettoutveksling.

Vedlegg 3- Oslo SUs rapport

Ettersendes

Vedlegg 4- Debattoversikt

Ettersendes

Vedlegg 5- Lokale valgkamprapporter

Ettersendes

