

Evaluering av Lørenskog Venstres valgkamp 2023

Resultat: 6,5 prosent, frem 2,3 prosent. Mer detaljerte resultater (hvor mye opp fra 2019):

Rasta	9,0%, + 3,1%
Fjellhamar B	7,7%, + 3,6%
Solheim	7,6 %, + 2,9%
Løkenåsen	7,5%, + 1,8%
Fjellhamar A	7,2%, +1,4%
Kurland	6,7%, +3,5%
Finstad	6,4%, +3,5%
Forhåndsstemmer	5,5%, +2,5%

Overordnet

Minus-tegn viser forbedringspotensial.

+ God innsats av alle, godt samarbeid, godt humør.

+ Igjen en god enkeltsak som løfter oss og skiller oss ut (Åsen skole) samtidig som har en rød tråd. Vi markerte oss på flere politikkområder.

- Merket at det manglet en valgkampsjef og en del koordinering, spesielt mot slutten i forhold til stands.

-/+ Vi kom sent i gang med valgkampen i forhold til at flere og flere forhånds-stemmer. Men kom tidligere i gang med utdeling av flyers enn i 2019.

+ God økonomi. Vi var ganske flinke, og brukte mer enn budsjettert.

Nominasjons- og programprosessen

+ Vi startet tidlig med å lage programmet og hadde en god workshop på Losby og senere på Rådhuset. Programmet ble veldig bra, og mange bidro.

+ Nominasjonskomitéen gjorde en god jobb med å få folk til å stå på liste og samle inn kontaktinformasjon osv.

- Vi burde hatt en åpen diskusjon om hvem og hvor mange som skal kumuleres. Vi kan også jobbe litt med å få opp kvinneandelen, men det er en langsiktig jobb.

Brosjyre-prosessen

- + Eneste punktet i "handlingsplanen" som ble fulgt opp i forhold til at noen hadde ansvar for et bestemt område, her "brosjyregruppa".
- + Vi hadde kun et kort, fysisk møte der vi valgte maler til brosjyrer og fordelte oppgaver.
- + Beathe tok gode bilder som vi brukte i hele valgkampen.
- + Gode brosjyrer og flyers med presist budskap.
- + Trykkeriprosessen gikk knirkefritt
- + Vi nådde bredt ut til ulike tider i valgkampen. En flyers ut sent i juni, hovedbrosjyre ut i august og flyers i slutten av august.
- Vi må ha en deadline for når brosjyrene skal være ferdig og for når alt skal i trykken når vi skal ha folk/ idrettslag til å dele ut flyers. Alt trykkes på en gang. Idrettslaget fikk brosjyrene vel sent i forhold til at skoleferien startet.
- /+ Hjemmesiden ble veldig bra og oppdatert, men det kan gjøres tidligere slik at linkene på brosjyrene er så oppdaterte som mulig når brosjyrene skal lages.

Fakta brosjyrer:

- Brosjyre full distribusjon, 20.000, bestilte 3000 ekstra, rest 1500.
- De mindre brosjyrene til distribusjon med idrettslag, bestilte 17.000, idrettslaget fikk 15.000, vi 2000. Det holder med 11.000, 10.000 idrettslagene. Bra med 3 brosjyrer totalt til omdeling.
- Brosjyren med hele programmet hadde vi 300 av, hadde 100 i rest.

Sosiale medier og annonser

- + Veldig presente på sosiale medier: 16 sponsede saker i Facebook (og Instagram). Rekkevidde Facebook: 40.000, Innleggsengasjement: 2892
- + God og effektiv jobb av SoMe-ansvarlig
- + Mange og gode videoer med tekst, tidlig ute med opptak.

Stands, dørbank og kollektivaksjoner

- + God innsats fra alle aktive med flere. Likevel vanskelig å få med folk utover "kjernen" på valgkamp

+/- Høyt aktivitetsnivå på tog- og busstasjoner, men vi kan legge opp til enda flere knutepunkt-møter ved busstasjon, togstasjon, utenfor sentre, steder folk går. Da møter man mye folk.

+ Vi hadde stands på Metro, Triaden, Kurland, Sørlihavna, busstasjonen ved Metro, Skårersletta, Rema 1000, Ahus.

+ Besøk av både Guri, Solveig og Abid.

- Kun to dørbank til sammen (Røykås og Løkenåsen), ingen før sommerferien.

- Lite systematikk og forutsigbarhet i forhold til hvem, hva, hvor og stands.

Annet

+ Gode debattanter og god innsats i debattene

+ Gode avisinnlegg (kunne vært enda flere) og avisreportasjer

+ Bra innkjøp av valgkampeffekter

+ Fantastisk kick-off med ordfører kandidatens debatt mot SV på Liv og Røre sammen med Margrethe. Kan være noe vi kan vurdere å arrangere selv.

- Ingen besøk hos bedrifter eller foreninger.