



# Valgkampevaluering for Innlandet Venstre 2023



Bilde fra valgkampsamlingen på Jorekstad 10. Juni 2023



## Innhold

1. Innledning	3
1.1 Prosessen	3
1.2 Bakteppe	4
2. Planlegging	4
2.1 Den lange valgkampen (2021- 13. august 2023)	4
Til neste gang:	5
Den korte valgkampen 10. august - 13. september	6
Til neste gang:	7
3. Strategi	7
4. Organisasjon	8
Møter i valgkamputvalget	8
5. Økonomi	13
6. Materiell	14
7. Mediedekning	15
7.1 aviser/nettavisar/radio	15
7.2 Sosiale medier	15
7.3 Nettsiden	16
8. Aktiviteter	17
9. Mål og resultater	17
10. Hva har vi lært?	20
11. Kontaktpersoner	20
Vedlegg	22
Utdrag av ulike presse utspill gjennom valgkampen	22



# 1. Innledning

Under avholding av høstseminaret 2022 for Innlandet Venstre, holdt vi avstemning over fylkestingslisten. Denne listen ble enstemmig vedtatt i sin helhet, uten endringer.

Dette valgkampevaluerings-dokumentet er i hovedsak basert på evalueringen på siste valgkamputvalgsmøte, oppslutning i stemmer og prosent i hver enkelt kommune samt generelle betraktninger fra valgkamputvalget og fylkesstyret med tanke på den organisatoriske gjennomføringen. Dokumentet er ment for å være en god støtte for fremtidige valgkamper slik at vi har et godt grunnlag og planlegge fremtidige valgkampstrategier ut ifra.

## 1.1 Prosessen

Det var stor enighet på evalueringsmøtet i valgkamputvalget at man skulle tilstrebe å ha en grundig gjennomgang og evaluering av valgkampen. Utkastet har blitt utarbeidet av valgkampssjef, Marita Kalfoss Sollien, men har blitt gjennomgått og innstilt av styret i Innlandet Venstre og endelig vedtatt av fylkesårsmøtet. Det er imidlertid ikke foretatt noen egen medlemsundersøkelse blant medlemmer i Innlandet Venstre med tanke på tilbakemeldinger på valgkampen 2023. Venstre sentralt gjennomførte riktignok sin medlemsundersøkelse, men dette går nok noe utenfor selve valgkampen.

Basert på uformelle tilbakemeldinger, blant medlemmer og folkevalgte i Innlandet, var stemningen god og mange var ivrige på å stå på for Venstre i sluttinnspurten. Tilbakemeldingen fra velgere var også veldig positiv mange steder.



## 1.2 Bakteppe

Etter lokal- og fylkestingsvalget i 2019, gikk Venstre dessverre ned i oppslutning flere steder her i Innlandet (også en nasjonal trend), som førte til at vi mistet representasjon i kommunestyre og endte opp med én representant på fylkestinget. Dette har nok trolig også gjort det ekstra krevende for organisasjonen her i Innlandet å få engasjert mange medlemmer. På den politiske fronten satt Venstre i opposisjon og hadde dermed ikke tilgang på både statsråder denne gangen, men det virker til å være en formidabel mediedekning. Rusreformen var en viktig sak også denne gangen både før, under og etter valgkampen og er en politisk sak som har fått mye støtte, også her i Innlandet. Vi opplevde også å få god dekning, og at vi fikk sagt mye når det gjelder klima og miljø. På grunn av uværet "Hans", kunne vi vise til betydningen av å tenke på klimatilpasninger. Vi hadde også endel gode oppslag om svanemerking av hyttefelt i Nord- Gudbrandsdalen.

Innlandet Venstre er en liten organisasjon, men har til gjengjeld tillitsvalgte med stor arbeidskapasitet. Utfordringen med organisasjonens størrelse henger nok en del sammen med at mange tillitsvalgte har flere roller og det kan til tider være utfordrende å få tiden til å strekke til for alle gjøremålene før og under valgkampen.

## 2. Planlegging

### 2.1 Den lange valgkampen (2021- 13. august 2023)

Planleggingen av en valgkamp starter med en gang den forrige er ferdig, og allerede nå må vi begynne og se fremover mot stortingsvalget i 2025. Nominasjonsmøtet for Innlandet ble holdt september 2022 hvor listen som helhet ble vedtatt. Videre ble valgkamputvalgetssammensetning vedtatt på styremøtet i mars: Valgkampsjef Marita Kalfoss Sollien, de tre øverste kandidatene, en UV-representant + fylkesleder og fylkes nestleder.





Valgkamputvalget hadde sitt første møte i April 2023 hvor man startet forberedelsene til valget. Arbeidet i den lange valgkampen har i hovedsak dreid seg om planleggingsmøter, opplæring i regi av VHO i forbindelse med møter for valgkampsjefer og toppkandidater, innhenting av tilbud ifm. annonsering, planlegging av besøk (av statsråder og bedriftsbesøk), presseutspill og kontakt med lokallagene og nye medlemmer.

Valgkamplanen ble diskutert på årsmøtet, men det ble vedtatt at den skulle vedtas av valgkamputvalget på et senere tidspunkt, og skulle oppdateres gjennom hele valgperioden da den var ment å være en dynamisk plan. Dette ble imidlertid ikke fulgt opp grunnet manglende tid og dette ble bevisst prioritert ned som en arbeidsoppgave. Erfaringen fra denne valgkampen viste at valgkamplanen ikke ble brukt i stor grad. Vi ser i ettertid at vi burde ha benyttet Google Drive på en bedre måte, og at dette bør videreføres i videre styre- og valgkampsarbeid, et arbeid som skal innføres, utarbeides og aktivt tas i bruk gjennom hele perioden, i valgår og i mellomvalgår, for å sikre best utbytte. Dette arbeider fylkessekretæren med per dags dato for å klare å implementere for det nye fylkesstyret.

I den lange valgkampen var det også planlagt å gjennomføre en fysisk valgkampsamling med mange folkevalgte og medlemmer. Vi møttes på Jorekstad, med 22 påmeldte. Der fikk vi besøk av Venstres leder Guri Melby, sammen med Melbys presseansvarlig Kamilla Stengel Willix.

### **Til neste gang:**

Til senere valgkamper bør strukturen for valgkamplanen være ferdigstilt før jul og gjennomgått og vedtatt på fylkesårsmøtet i februar med mulighet for justeringer underveis i valgkampen. Erfaringsmessig blir det mindre og mindre tid til å justere og foreta endringer på slike dokumenter når valgkampen strammer seg til. Det bør diskuteres ved neste valgkamp hva som er de viktigste momentene å skissere i en valgkamplan og hvilke momenter som kan komme til senere eller gjennom andre verktøy/kanaler. Punkter som



bør være med fra start er:

- Tilgang til de tidligere utarbeidede planene og rapportene
- Resultater og mål
- Prioriterte kommuner/områder
- Valgkampbudsjett
- Kartlegging av personressurser
- Ansvarsfordeling
- Kort kartlegging av statusen i lokallagene og blant medlemmer
- En analyse av våre velgere i Innlandet; hvem skal vi nå?
- Skisse til politiske saker som er viktige i Innlandet
- Sosiale media-strategi
- Medieutspillsplan
- Kandidatmøte - digitalt minst to
- Meldemsmøte - digitalt, opptil flere

## **Den korte valgkampen 10. august - 13. september**

Her har vi hatt stor aktivitet til tross for at vi var litt få i starten. Det er helt klart at det er innspurten vi er gode på. Mye av planleggingen ble gjort i den lange valgkampen, men det ble også tatt en del beslutninger i siste fase knyttet til distribusjon av valgmateriell, innhold til papirannonser og deltakelse i annonsesamarbeid med VHO om digitale annonser. Her fikk vi en veldig god deal og mye hjelp av Thomas Tangen, kommunikasjonsrådgiver for Venstres stortingsgruppe.

Mye av arbeidet i den korte valgkampen bestod også i å mobilisere lokallag og medlemmer rundt om i Innlandet. De siste lørdagene av valgkampen hadde flere lokallag aktivitet knyttet til valgkampen - det var svært gledelig. Vi fikk også engasjert nye medlemmer til å delta i valgkamp rettet aktivitet, noe som vil være en viktig faktor for å sikre videre aktiv deltakelse i lokal- og fylkesvalg. Planleggingen i den korte valgkampen ble til underveis og vi kastet oss rundt for å reise rundt til lokallag, delta i debatter, besøke bedrifter osv, samt å stille



flittig opp i avisen med ulike innslag.

### **Til neste gang:**

Selve planleggingen må skje i den lange valgkampen og her har vi litt å gå på. Det kan eksempelvis være å sørge før at man har klart program, bilder, leserinnlegg, ressurspersoner i lokallagene, aktivitetsplan og egne arrangementer klart tidligere. Dette vil bidra til å lette trykket i den korte valgkampen, selv om det naturligvis vil brenne litt noen ganger selv om man har en god plan. Dersom man har frikjøpt kandidater, og det bør man absolutt gjøre med toppkandidatene dersom man har økonomi til dette, bør man ha en plan på hvordan de kan profileres best mulig i den korte valgkampen da det som kjent er vanskeligere å komme på i media da. Her vil særlig utformingen av medieutspillplan og some-plan være viktig for å komme så tidlig i gang som mulig med å profilere kandidatene.

## **3. Strategi**

Vår strategi innebar i korte trekk å gjennomføre og synliggjøre Venstres Valgløfter; Vern av lokal natur, En skole som fremmer motivasjon, En næringsvennlig kommune og Billigere kollektivtrafikk.

Venstre sentralt laget “Grønne levende lokalsamfunn”, som vi benyttet oss flittig av. Denne brukte vi som grunnlag for vårt program.

Venstre sentralt satte også sammen et eget program som fokuserte på fire valgløfter. Dette tok vi også i bruk til vårt program og våre fokusområder, men med noe lokale tilpasninger.

Vi ønsket også å fortsette med å synliggjøre Venstres arbeid og standpunkt i rusreformsaken, som også utgjorde en viktig del av utspillene vi hadde.

Venstres kommunikasjonsplakat fungerte også godt for arbeidet med utspill i media og på sosiale medier.



## 4. Organisasjon

*Valgkamputvalget har bestått av:*

Sjur Skjævesland, fylkesleder og valgkampsjef (frem til mars.2023)

Marita Kalfoss Sollien, valgkampsjef (fra mars 2023 til valgdagen)

Ketil Kjenseth, 1. kandidat

Kajsa Kirkhus, 2. kandidat

Stig Vaagan, 3. kandidat

Omar Yaci, 4. kandidat

Terezia Hole, 5. kandidat

Thyra Håkonsløyken (Unge Venstre)

### **Møter i valgkamputvalget**

Valgkamputvalget har hatt ukentlig møter fra og med midten av Mai 2023. Majoriteten av møtene har vært avholdt på Google meet grunnet av effektivitetshensyn. I tillegg til møtene i valgkamputvalget har det også vært mange ad-hoc-møter i form av programarbeidsmøter, planlegging av annonseringer i amedia, og planlegging av leserinnlegg. Mange av disse adhoc-møtene har vært avholdt enten gjennom google meet eller over telefon dersom det var møter/samtaler mellom valgkampsekretær og kandidater/valgkampsjefer/UV.

Etter avholdt Valgkampseminar for våre medlemmer, ble det avholdt ukentlig morgenmøte som var åpent for alle medlemmer, men invitasjon ble kun sendt til lokallagsledere og 1. kandidater.

Det var stort sett de samme som møtte på disse møtene, og de var i et fåtall.



## **2023:**

### *26/4 - Valgkamputvalgsmøte:*

(til stede: Sjur, Marita, Ketil, Stig, Terje)

- Valgsseminaret for valgkampsjefer og 1. Kandidatene 18-19/4
- Valgkampplan
- Informasjon

### *22.05 Valgkamputvalgsmøte/fylkesstyremøte:*

(til stede:, Stig, Ketil, Sjur, Toril, Roger, Marita )

### *06.06- Valgkamputvalgsmøte:*

- fremgangen og innholdet på hovedbrosjyren
- Valgkampseminar, som skulle avholdes 10.juni.
- Valgkampsbudjettet
- Gi støtte til de lokallagene som trenger dette

### *09.06 - Valgkamputvalgsmøte*

(tilstede: Stig, Ketil, Marita, Toril,)

- Siste finjusteringer til valgkamp seminaret for våre medlemmer.
- Oppdatering på Brosjyre.
- sak: Nytt datasenter på Hamar.

### *16.06 - Valgkampmøte: **1. ukentlige morgenmøte for Innlandet venstre fra***

**07.30-08.00 -**

(til stede: Stig, Ketil, Marita, Inge)

- programmet ferdigstilles og godkjennes
- invitere inn topp 5 i morgenmøtene
- fylkesslaget har bestemt at vi skal bruke 150 000 selv på annonsering, håper





at vi kan legge inn 200 000,-, men at det blir et spleiselag på de siste 50 000 fra lokallagene.

- Ekstrem Tørke - har vi en beredskapsplan på dette
- Green Mountain - tikTok Møte, Ketil møter.
- Stig samarbeider med Alfred Bjørlo (Venstre Stortingsrep.) om saken -> får mye oppmerksomhet på saken de neste ukene
- Fjernvarme på Øyer og Gausdal - Hafjell bruker mer energi enn lokalbefolkningen
- Tine i fare for å legge ned på Frya, for dårlig infrastruktur (??)

#### *23.06 - Valgkampmøte:*

(til stede: Jo Are, Roger, Ketil, Stig, Marita, Toril).

- Green Mountain (datasenteret)
- Hvordan opprettholde areal nøytralitet
- Kraftunderskudd og kraftutbygging
- Elvia ser på mulighetene med å bygge ut Vindturbinpark på Finnskogen

#### *30.06- Valgkampmøte:*

(til stede: Marita, Ketil, Inge, Jon Erik, Roger, Toril)

#### *07.07- Valgkampmøte:*

Finner ikke referat

#### *14.07 - Valgkampmøte:*

(Til stede: Marita, Stig, Ketil, Inge).

#### *21.07 - Valgkampmøte:*

Ferieavvikling.



### *28.07 - Valgkampmøte:*

(Til stede:, Jo Are, Ketil, Stig, Roger, Toril, Marita)

- Status
- Ileserinnlegg
- Annonser
- Lokalesaker
- 

### *04.08- Valgkampmøte*

(Til stede: Jo Are, Ketil, Stig, Terje, Marita, Toril, Inge, Jon Erik)

- Oppdatering på status angående bestilling av materiell
- Statusrapport rundt valgkampaktivitet
- Distribusjon av Hovedbrosjyren
- annonsering
- lokale saker
- topp kandidatenes reiseagenda.
- Hamar og Stig skal få besøk av Grunde Almeland, Venstres stortingsrep.

### *11.08 - valgkampmøte*

(Til stede: Jo Are, Ketil, Stig, Roger, Marita, Toril)

- Status
- Ekstremværet Hans - ekstremværet traff Innlandet hardt
- Klimatilpasning er en god vinkling
- Annonsering
- Kjøpt radioreklame - blir å bruke de 1. kandidatene der LokalRadioene har dekning.
- Målinger - gjør det bra på målinger
- Kajsas 2. kandidat, i Nationen -
- Pride Hamar



- Lokalesaker

### *17.08 - valgkampmøte*

(Til stede: Sjur, Stig, Terje K, Roger, Inge, Jon Erik, Marita)

- Orientering siden sist.
- Fokus på besøk
- Leserinnlegg/mediasaker.
- klimasats
- hva kan vi gjøre i forhold til beredskap og “Gyda”?
- Ekstremværet Hans

### *25.08 - valgkampmøte*

(Til stede: Jo Are, Ketil, Terje K, Stig, Inge, Roger, Jon Erik, Marita)

- Orienteringsrunde
- Besøk til Tolga
- Lite målinger som blir gjort i innlandet
- Fokus på skolevalg og produksjon av leserinnlegg.
- Ketil i OA - Skreifjella og Flybussen
- Har for lite program, det blir besluttet å bestille 7000 til.

### *01.09 - valgkampmøte*

(Til stede: Jo Are, Stig, Ketil, Toril, Inge, Jon Erik, Marita)

- Orienteringsrunde
- Besøk
- Debatter
- Stand
- postkasseaksjon
- skolevalgkamp
- leserinnlegg
- Siste Innspurt



## 08.09 Valgkampmøte

(Til stede: Stig, Ketil, Toril, Inge, Jon Erik, Marita)

- Siste innspurt før valget
- Fokus er ekstremværet Hans Hans

*15.09 - Evaluering av valgkamp som et morgenmøte og valget*

Til stede: Jo Are, Stig, Ketil, Sjur, Terje K, Toril, Roger, Marita

## 5. Økonomi

Vi hadde satt av totalt 300.000 kroner for valgkampen + midler fra fundraising.

På fundraisingbiten fikk vi ikke inn noe, og her har vi fortsatt en jobb å gjøre til neste valgkamp.

Vi brukte mer penger enn budsjettet. Dette fordi vi som satt med ansvaret "glemte" å ta høyde for at vi skulle ta regningene for noen av lokallagene for å få trykt opp brosjyrer. Samtidig som at vi bestemte at vi skulle bruke midler på radioannonsering.

Vi brukte ingen penger på sosiale medier, da vi ikke klarte å få registrert/godkjent en bruker i Meta universet.



## Regnskap meg resultat Valgkamp 2023

<b>Inntekter</b>			<b>antall</b>
Overførte midler		300 000,00 kr	
Annonsebidrag fra lokallag		65 000,00 kr	
<b>Utgifter</b>			
Trykksaker			
	<i>Fylkes program A5 nytt oppl.</i>	<i>17 255,00 kr</i>	7 000
	<i>Fylkes program A4</i>	<i>23 212,06 kr</i>	1 000
	<i>Fylkes program A5</i>	<i>38 900,13 kr</i>	25 000
Sum trykkesaker		79 367,19 kr	
Merch	<i>T-shirts</i>	539,00 kr	
Annonsering		199 250,00 kr	
Radio annonsering		51 450,00 kr	
Reiseutgifter		2 596,00 kr	
Valgkampseminar		9 590,00 kr	
Fotografering		3 000,00 kr	
Totalt Utgifter		345 792,19 kr	
<b>Totalt sum</b>		<b>19 207,81 kr</b>	

Når det gjelder fundraising burde dette arbeidet ha vært startet tidligere. Vi klarte heller ikke å mobilisere noen til å være med for å dra dette i havn, til tross for forsøk på mobilisering. Vi bør ha et større fokus på dette på de medlemsmøtene som blir gjennomført ved neste valg og valgkamp. Samtidig som at det bør være et større fokus gjennom hele året for Innlandet Venstre. En anbefaling er at vi setter ned et utvalg som kan arbeide med dette gjennom hele året, kontinuerlig.

Vi brukte ikke store summer på valgmateriell (se regnskapet) da mange av lokallagene hadde greit med grunnutrustning (telt, standdisk, o.l.). Til neste valg bør man ta en skikkelig gjennomgang av materialet på lageret (på Hamar) å se hva som kan gjenbrukes. Her kan man også legge opp til at lokallagene kan søke midler fra fylket dersom de ikke har økonomi til å dekke





valgmateriell.

Det vi imidlertid brukte mye penger på var trykking og annonsering i amedia. Her brukte vi majoriteten av budsjettet, kr 330 067, -.

Vi hadde et mål om å få trykt opp flyers av topp 5. kandidatene, men her møtte vi en del utfordringer til å få alle kandidatene til å levere inn sitt bidrag til flyeren. Derfor utgikk dette.

Av hovedbrosjyre trykket vi først opp 25.000, men innså at det ble for lite, og vi bestilte derfor 7000 eksemplarer til. Dette er også naturlig nok dyrere å bestille i to omganger og det bør man ha med seg til neste gang. I tillegg tok det en god del tid å lande endelig innhold i brosjyrene. Dette må være klart i månedsskiftet mai/juni i fremtidige valgkamper slik at man tidlig får bestilt trykking, evt. distribusjon og kommet i gang med velgerkontakt, det kan også være fordelaktig at vi har ulike brosjyrer og flyers klare til Valgkampsamling, som avholdes i første av Juni i valgkamp år.

Det bør også være ønskelig at man kan lage postkasse flyers, som bør være klare allerede i månedsskiftet mars/april for begynne valgkampen mye tidligere. Her kan man legge opp til et mindre opplag som deles ut på tidlige stand, og i postkasser.

## **7. Mediedekning**

### **7.1 aviser/nettavisar/radio**

I løpet av valgkampen har vi hatt en rekke gode pressutspill både på radio, lokalaviser på nett og papir og på nrk Innlandet. Noen av sakene har også vært hovedsaker på NRK slik som svanemerking av hyttefelt. I enkelte regioner jobber vi imidlertid litt i oppoverbakke når det kommer til å få utspill i lokalaviser, men sann vil det nok også være i fremtiden. Alt i alt har



pressedekningen vært god og vi har særlig fått god uttelling de gangene statsrådene har tatt turen.

*Det aller meste av innlegg som er blitt skrevet, eller som er kommet på trykk, ligger på Innlandet Venstre sin nettside og delt på Innlandet Venstre sin Facebook og Instagram, noe ligger med linker som vedlegg.*

## **7.2 Sosiale medier**

Grunnet Facebook sine nye endringer i hvem og hvordan man kan annonser, slet vi med å få dette godkjent. Derfor fikk vi ikke til å bruke annonsering funksjonen i meta universet.

Facebook var det stedet vi var mest synlige i løpet av valgkampen og hvor Instagram ble brukt mer sekundært. Vi burde ha satt opp en tydeligere some-strategi, til neste valg må denne på plass samtidig som overordnet valgkampplan og vedtas på fylkesårsmøtet. Denne planen vil naturlig nok også være veldig dynamisk da man hele tiden må ta vurderinger på hvilket innhold som treffer og ikke minst hvordan målrettingen treffer våre velgergrupper.

Til tross for dette så ble det i fra Venstre sentralt opprettet en gruppe kalt "Venstres Superbrukere", Valgkampsjefen fikk denne oppgaven og ble kurset (2 x 2 timers kurs + 1 formøte) i hvordan man kunne lage infografikk på Canva. Dette hadde vi godt nytte av.

Det ble denne valgkampen fokus på å dele all mediedekning av kandidatene, bilder og tekst fra bedriftsbesøk, politiske videoer med kandidatene om valgloftene. Dette er en tidkrevende prosess, og det ses at man bør samarbeide i større grad, for å klare å dekke dette området på en bedre og systematisk måte. Valgkamputvalget hadde også som mål å løfte 1.kandidatene i kommunene rundt om i Innlandet, slik at vi på denne måten kunne vise frem "alle" våre politikere, og vise frem hele Innlandet, ikke bare de



øverste på Fylkestingslisten. Her nådde vi ikke helt frem, da det sjeldent ble delt noe videre til utvalget.

### **7.3 Nettsiden**

#### *Plan:*

Her hadde vi planer om å oppdatere kandidatsider, lage en arrangementskalender og oppdatere med utspill.

#### *Evaluering:*

Nettsiden ble godt oppdatert, men kunne ha blitt oppdatert enda bedre. Til neste gang bør man lage en tydelig plan og starte oppdateringen av kandidatsider og innhold allerede før fylkesårsmøtet. Av erfaring går tiden veldig fort og det blir stadig flere oppgaver. Her bør man også vurdere og delegere denne oppgaven knyttet til en person i valgkamputvalget, evt. til en person ressurs dersom man velger å ansatte en egen til some.

## **8. Aktiviteter**

### **2022**

Nonimasjonsmøtet: Høst akademiet september 2022 på Gjøvik

### **2023**

Fylkesårsmøte i mars

#### ***Aktiviteter som ble gjennomført***

- Deltakelse på besøk av stortingsrepresentanter



- Debatt deltakelse
- Leserinnlegg
- Presseutspill
- Digitale morgenmøter, hver fredag i tre måneder
- Medlemsmøter
- Valgkampsamling
- Stands
- Postkasseaksjoner
- Rushtidsaksjoner
- Dørbank
- Bedriftsbesøk
- Innspillmøter

## 9. Mål og resultater

Vi hadde som mål å nå **3%** på fylkestingsvalget, og dermed få inn **to** representanter. Dette målet klarte vi akkurat.

Stig Vaagan som stod som 3. kandidat på fylkestingslisten endte med å få 5xx personstemmer, og inntok plassen som 1. kandidat. Ketil Kjenseth kom da inn som 2. kandidat. og resten av listen er som den forelå etter nominasjonsrunden.

I kommunene merket vi at det var veldig store forskjeller, noe vi også har sett tidligere, med muligens tydeligere etter dette valget.

Vi mistet representanter i noen kommuner, kom aldri tilbake i andre kommuner, men fikk også inn nye representanter i enkelte kommuner. Det viktigste var at vi økte representantskapet i flere av kommunene våre.

Av Innlandets 46 kommuner stilte vi med lister i 23 kommuner. 20 av disse kommunelistene fikk representanter i kommunestyrene. To av disse kommunene som ikke nådde helt frem hadde ikke representanter i kommunestyret i fra før,



mens den siste tapte to kommunestyreplasser og falt ut av kommunestyret.

<b>Oppslutning ved Fylkestingsvalget fra hver kommune</b>			
<b>Kommune</b>	<b>Oppslutning %</b>	<b>Ant. stemmer</b>	<b>Endring % siste tilsvarende valg</b>
Alvdal	2,9	32	0,84
Dovre	1	9	0,55
Eidskog	1,9	42	0,54
Elverum	1,8	161	0,64
Engerdal	0,9	6	0,65
Etnedal	2,1	10	-3,5
Folldal	0,7	5	0,3
Gausdal	2,4	59	1,63
Gjøvik	3,9	496	1,07
Gran	2	122	0,35
Grue	1,1	21	0,24
Hamar	7,5	1101	2,66
Kongsvinger	2,8	196	1
Lesja	1,2	9	0,39
Lillehammer	4,5	587	1,42
Lom	0,4	4	-0,08
Løten	1,3	41	0,01
Nord-Aurdal	2,5	63	-1,3
Nord-Fron	0,4	9	0,05
Nord-Odal	1,5	30	0,85
Nordre Land	1,1	29	0,5
Os	0,9	8	0,58
Rendalen	0,6	5	0,15
Ringebu	0,9	15	-0,1





Ringsaker	2,1	305	0,64		
Sel	1	20	0,57		
Skjåk	0,7	6	0,42		
Stange	3,1	293	0,63		
Stor-Elvdal	5,4	56	3,11		
Søndre Land	2,4	53	-0,21		
Sør-Aurdal	1,1	13	0,08		
Sør-Fron	0,4	5	-0,12		
Sør-Odal	4	129	2,07		
Tolga	2,5	19	-0,33		
Trysil	1,2	36	0,29		
Tynset	2,7	67	1,04		
Vang	1,5	9	0,25		
Vestre Slidre	1,8	16	-0,57		
Vestre Toten	2,8	153	1,04		
Vågå	0,8	12	0,53		
Våler	2,1	29	-0,01		
Østre Toten	3,2	199	0,87		
Øyer	1,4	29	0,65		
Øystre Slidre	6	78	3,13		
Åmot	1	15	-0,58		
Åsnes	2	57	-1,13		

## 10. Hva har vi lært?

- Ha rammeverket for valgkampplan klart før jul året før.
- Tydelig ansvarsfordeling innad i valgkamputvalget
- Ringe lokallag tidlig på året
- Ha mer aktivitet for medlemmer første og andre kvartal
- Reise rundt og besøke alle lokallagene ( ha en klar reiseplan til senest Juni)
- Ha en some-ansvarlig/ansatt
- Ha en some-plan
- Produsere tekst (leserinnlegg), foto, video før sommeren slik at



dette bare kan publiseres fortløpende i sommerferien og i den korte valgkampen, endringer kan skje, men mye av politikken er allerede der.

- Avklare distribusjon før sommeren (valgkampseminaret) og ha avklart med lokallagene hvor mye kapasitet de har til å dele ut
- Ansattressurs fra januar eller muligens etter nominasjonsmøtet.
- Bruke google calender/drive gjennom hele året
- Ha klar til valgkampsamlingen i juni.
- Avklaring av samarbeidspartier i forkant av selve valget.
- Ha klart gode saker (både for kommune og fylket) arbeide med dette i forkant av årsmøtet.
- Være mer frempå hele tiden; skrive leserinnlegg, ta opp debatt og være synlige.
- Valgkamputvalget bør klargjøres på valgnominasjonsmøtet. Der det da settes av tid til at de kan møtes og starte arbeidet allerede da.

## **11. Kontaktpersoner**

Kontaktpersonene vi har hatt har vært til stor nytte for oss når det kommer til spørsmål, stille opp på kort varsel og pristilbud.

Disse kontaktpersonene er noe som Venstre Sentralt hadde forhandlet seg frem til, via amedia.

Vi valgte å også benytte oss av lokalradio annonsering via Lokalradioen Innlandet.

Vi benyttet denne gangen det lokale trykkeriet Flisa trykkeri, usikker på om dette var lønnsomt, men det er også viktig å støtte opp om lokal næring. Venstre Sentralt hadde forhandlet frem en trykkeriavtale med et trykkeri for alle Venstre lag i Norge.



## Vedlegg

### Utdrag av ulike presse utspill gjennom valgkampen

- <https://www.nrk.no/innlandet/venstre-i-innlandet-vil-at-hyttekommunane-skal-ga-saman-for-ein-berekraftig-utvikling-1.16539879>
- <https://www.gd.no/skal-vi-bygge-flere-hytter-ma-vi-bygge-riktig/o/5-18-1844763?fbclid=IwAR0mnBAOOliVSUL-buKi5uaedsH2NUANWgyiTIvbwWoJCQDuryrn8YEq5-uM>
- <https://www.venstre.no/artikkel/2023/08/11/har-vi-rad-til-bare-offentlig-velferd/?fbclid=IwAR2skOud7cLOA7rnde-BChHLG69CmgJICR6cFpOz8ZzPb-eXMrnaYg7gyic>
- <https://www.glomdalen.no/ikke-gjor.../o/5-19-1356555>