



# Frihet måste försvaras

**KOMMUNIKATIONS-  
STRATEGI INFÖR  
VALET 2018**

Upplaga 1  
Februari  
2017



**Liberalerna**

# Så ska vi få fler väljare 2018

## ÖKAD TYDLIGHET OCH PERSONLIGT ENGAGEMANG

Många väljare kan tänka sig att rösta på Liberalerna – men de flesta gör det inte. Vår valanalys efter 2014 års val slog fast att vi måste bli bättre på att visa hur våra olika sakfrågor hänger ihop ideologiskt. Den undersökning som Demoskop gjort på vårt uppdrag i början av 2016 bekräftar bilden: **Liberalernas huvudproblem är att vi inte är tillräckligt tydliga.**

Liberalerna är det parti som har störst potential att växa. Vår uppgift inför valet 2018 är att bli så intressanta för väljarna att fler väljer att faktiskt lägga sin röst på oss. **Vägen till framgång går genom ökad tydlighet och personligt engagemang.** Kommunikationsstrategin är vårt verktyg i det arbetet. Den handlar om hur vi ska möta vår tids utmaningar för det politiska samtalet:

**ALLA LÅTER LIKADANT.** Alla olika partier gör undersökningar, tolkar opinionen och drar liknande slutsatser. Resultatet blir politiker som låter förvillande lika varann – alla talar samtidigt om "svenska värderingar" eller att "lyssna på människors oro".  
**Därför ska vi utgå från våra styrkor och bygga vidare på dem.**

**INGEN HÖR NÅGOT.** Mediebruset är öronbedövande. Vi kan tycka att vi drivit en särskild fråga efter ett par utspel. Men det tar lång tid innan väljarna lägger märke till våra finkalibreringar.  
**Därför behöver vi vara tydliga och uthålliga, våga välja ett fåtal valbudskap och upprepa dem.**

**IMAGE, KÄNSLA OCH PERSON PREMIERAS FRAMFÖR FAKTA.** De flesta väljare läser inte partiprogram eller jämför budgetmotioner. De känner igen ett fåtal personer. Det parti vinner som kan väcka hopp och förtroende.  
**Därför ska vi lyfta fram våra värderingar, vårt personliga engagemang och vår partiledares starka sidor.**

Vi har en mycket viktig uppgift framför oss: att skapa en tydligare bild av Liberalerna, så att fler väljare tar vår valsedel i september 2018. Det är spännande, svårt och viktigast av allt. Nu sätter vi igång.

*Maria Arnholm,  
partisekreterare*

### KOMMUNIKATIONSSTRATEGI INFÖR VALET 2018:

#### Sammanfattning

Kommunikationsstrategin på en sida 3

### TYDLIG LIBERALISM

#### Ett varumärke som måste bli tydligare

Värderingar och människor 4

#### Det är vi som är liberalerna

Värderingarna bakom allt 5

#### Frihet måste försvaras

En berättelse om vår tid 6

#### Varför finns liberalerna?

Den liberala grunden 7

#### Det är allvar nu. Men vi kan fixa det här.

Balansen mellan framtidstro och berättigad oro 8

#### Våga välja valbudskap

Färre budskap – bättre tydlighet 9

### METODER OCH VERKTYG

#### Våra väljare 1

Hur tre typväljare tänker 10

#### Våra väljare 2

Här finns våra målgrupper 11

#### Kommunikation i praktiken

Fyra tips för tydlig liberalism 12

#### Hur gör man?

Tre konkreta exempel 13

#### Bildspråk

Tydliga och engagerade – det ska synas 14

#### Prata politik

Så möter vi väljarna 15

#### Kanaler och infrastruktur

Hemsida, Twitter och Facebook 15

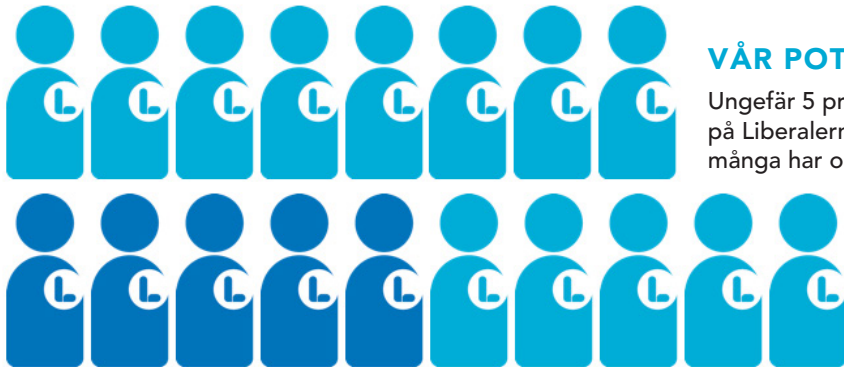
### SÅ GÅR VI VIDARE

#### En grund att bygga vidare på

Så använder vi kommunikationsstrategin 17



# KOMMUNIKATIONSSTRATEGIN PÅ EN SIDA



## VÅR POTENTIAL ÄR STOR

Ungefär 5 procent av väljarna röstade på Liberalerna 2014, och ungefär lika många har oss som förstahandsalternativ idag. Men upp till 18% av väljarna kan tänka sig att rösta på Liberalerna. Det är vår uppgift att få dem att ta steget.

**Det är vi som är  
Liberalerna**

## VÅRA GRUNDVÄRDEN:

**Varje människas  
frihet.**

**Vårt ansvar  
för oss själva  
och varandra.**

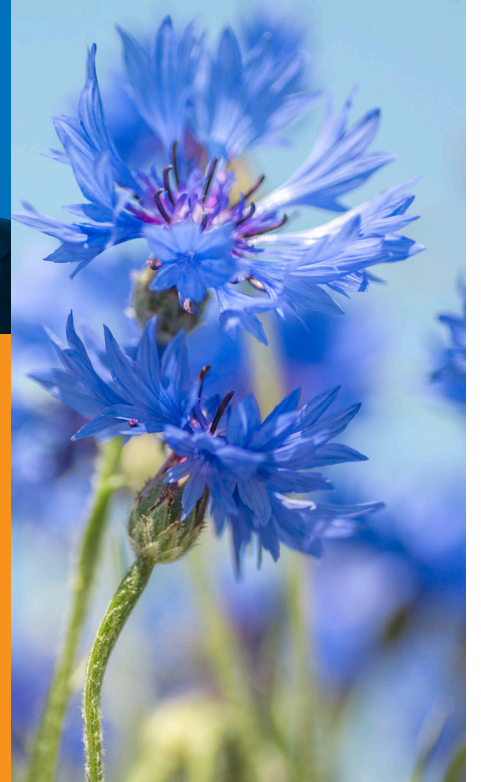
**Framtidstro  
och förnuft.**

Vår  
uppgift är  
att försvara  
varje människas  
möjlighet att  
forma sitt liv.

**Jan Björklund  
är Liberalernas  
partiledare, och därför  
en bärande del av vårt  
varumärke.**

Den största risken är att vi överhuvudtaget inte väcker vare sig intresse eller känslor. Vi har varit för dåliga på att ge en tydlig bild av vad vi står för. Vi har inte gett väljarna svar på den viktigaste frågan av alla: varför Liberalerna?

**Frihet  
måste  
försvaras.**



# Ett varumärke som måste bli tydligare

## VÄRDERINGAR OCH MÄNNISKOR



### VÅRA FRÄMSTA TILLGÅNGAR:

- Vår ideologi och ett tydligt partinamn.
- En känd och erfaren partiledare med tydlig profil.
- Väl utvecklad politik.

### VÅRA SVAGHETER:

- Vi är för spretiga och otydliga.
- Vi upplevs inte som intressanta.
- Vi är ett litet parti med små resurser.

Politiska partiers varumärke byggs av historia, värderingar, politik och företrädare.

Om Liberalernas varumärke ska bli tydligare, behöver vi beskriva vår politik och vårt parti med gemensamma formuleringar. Det ska gå att känna igen Liberalerna – från norr till söder, i riksdagen och i kommunala nämnder, och i alla olika sakfrågor. Och det som håller ihop allt vi gör är våra värderingar. Att alltid lyfta fram den liberala grundtanken om varje människas möjlighet att forma sitt liv, är därför vårt sätt att bli tydliga.

### Människor påverkar människor

Det är genom den mänskliga företrädarens sätt att vara och presentera politiken som väljaren skaffar sig en uppfattning om ett parti. Människor förhåller sig till andra människor snarare än till abstrakta idéer.

Varenda en av Liberalernas företrädare ska personifiera vår politik och bära vårt varumärke. Därför behöver vi våga vara personliga och lyfta fram vårt eget engagemang. Så har våra mest framgångsrika liberaler runt om i Sverige arbetat, och så byggs ett förtroende.

### Partiledaren bär varumärket

Den person som allra mest bär och skapar partiets image, är förstås partiledaren. När en organisation och dess ledare utstrålar samma värderingar, blir helhetsintrycket både trovärdigt och attraktivt. Den sanningen gäller i särskilt hög grad för politiska partier och partiledare i vår tid.

Jan Björklund är Liberalernas partiledare – en bärande del av vårt varumärke. En grundläggande tanke i kommunikationsstrategin är därför att utgå från hans starka sidor, och förstärka dem i hela partiet:

- **Tydlig.** Kan formulera liberal politik på ett begripligt sätt.
- **Engagerad.** Högt personligt engagemang och gedigen kunskaper i skol- och försvarsfrågor.
- **Ser framåt.** Drivs av förändringsvilja och har lösningar.
- **Erfaren.** Längst regeringserfarenhet av alliansens partiledare.
- **Väcker känslor.** Alla gillar inte Jan Björklund. Men väldigt många har en åsikt. Det är bra, för det farligaste för ett parti är är likgiltighet och ointresse.

**Varje människas frihet.  
Vårt ansvar för oss själva och varandra.  
Framtidstro och förnuft.**

# Det är vi som är Liberalerna

## VÄRDERINGARNA BAKOM ALLT

Vi är Sveriges liberala parti, och vi är stolta över vår ideologi. Liberalismen vilar på tre grundläggande principer:

### VARJE MÄNNISKAS FRIHET

Liberalismens grund är varje människas frihet att förverkliga sina drömmar och fatta egna beslut. Det är därför liberaler genom tiderna har tagit strid för religionsfrihet, allmän rösträtt, mot nazism och kommunism, för sexuell frihet, jämställdhet och valfrihet –för att ta några exempel.

### VÅRT ANSVAR FÖR OSS SJÄLVA OCH VARANDRA

Liberalism är en krävande ideologi: vi utgår från att människor är kapabla att ta ansvar för sig själva och sin försörjning. Vi tar också ett gemensamt ansvar för varandra. Det sociala skyddsnätet ska fånga den som faller, men inte snärja den som kan stå själv.

### FRAMTIDSTRO OCH FÖRNUFT

Liberaler tror på människans möjligheter att hitta nya lösningar som skapar utveckling och framsteg. Liberalismen har alltid gått hand i hand med upplysning och vetenskap. Vi tror inte att allt var bättre förr. Vi vet att vi kan göra det ännu bättre i morgon.

Eller sammanfattat i en mening:

Vår uppgift är att försvara varje människas möjlighet att forma sitt liv.

**Det liberala löftet:  
vi lever i frihet och tar  
ansvar för oss själva och  
varandra.**

**Vi måste kunna lita på att  
det viktigaste fungerar.**

**När förtroendet brister,  
lockas människor av  
andra lösningar. Friheten  
hotas på allvar.**

**Nu behövs mer liberala  
lösningar. Vi kan göra  
det bättre. Frihet måste  
försvaras.**



På den här sidan använder vi stora ord. Liberalism handlar om frihet. Samtidigt är själva begreppet **frihet** både abstrakt och utslitet. I den dagliga politiska kommunikationen behöver vi därför uttrycka oss mer konkret och vardagligt för att nå fram. Läs mer på sidan 12 om hur vi formulerar friheten med andra ord.

Liberalismens uppgift har alltid varit att ta strid för varje människas möjlighet att styra över sitt eget liv. Motståndet skiftar mellan olika tider och platser. Liberaler har tagit strid mot kungamakt, militärvälde, skråväsende, byråkrati och översitteri. Målet är alltid detsamma, men varje tid behöver sin egen inramning och berättelse för att göra de liberala svaren relevanta. **Nu handlar berättelsen om vårt gemensamma ansvar för att försvara friheten i en tid när den hotas på allvar:**

## Frihet måste försvaras

### EN BERÄTTELSE OM VÅR TID

Här i Sverige får vi leva, tänka, tro och älska som vi vill. Med friheten kommer också ett ansvar – att försörja sig själv, respektera andra och bidra till det gemensamma. Då kan vi allihop lita på att de viktigaste fungerar: trygghet i vardagen, landets säkerhet och att alla får samma chans i starten. Frihet, ansvar och förtroende – så kan man sammanfatta det liberala löftet, eller samhällskontraktet.

När det viktigaste inte fungerar, slutar människor känna förtroende. Vi vet inte längre vad löftet är värt. Nationalister och populisterna världen över lockar nu med helt andra lösningar. De säger att det var bättre förr, och skyller på invandringen, media, globaliseringen eller marknaden. Friheter vi tagit för självklara, hotas på riktigt.

Nu måste vi vara många som försvarar det liberala löftet om frihet, ansvar och förtroende. Vissa saker måste bara fungera: tryggheten, säkerheten och en skola som ger den bästa starten åt varje barn. Och det är bara genom samarbete och frihandel som världen kan möta framtiden.

Allt var inte bättre förr. Med gemensamma krafter och mer liberala lösningar kan vi göra det bättre i morgon. Frihet måste försvaras.

### DEN LIBERALA GRUNDEN

Vår uppgift är att försvara varje människas möjlighet att forma sitt liv.\*

DEN LIBERALA GRUNDEN

Vår uppgift är att försvara varje människas möjlighet att forma sitt liv.

På sidorna 12 och 13 finns konkreta råd och skrivtips som hjälp för att formulera liberal politik från den liberala grunden.

INSPIRATION

Vikten av tydliga värderingar beskrivs inspirerande i ett så kallat TED-talk av den medryckande Simon Sinek. Ett TED-talk är en filmad miniföreläsning, och Simon Sineks "Start with why" hittar du på Youtube, genom att googla eller här:

[www.ted.com/talks/simon\\_sinek\\_how\\_great\\_leaders\\_inspire\\_action](http://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action)

# Varför finns Liberalerna?

## DEN LIBERALA GRUNDEN

En av slutsatserna från 2014 års valanalys är att det saknades en röd tråd i vår kommunikation. Vår politik har upplevts som spretig. Vi har fört fram våra åsikter om allt från kärnkraft till pappamånad, men inte lyckats förklara hur de hänger ihop.

### Vad, hur och varför

Politisk kommunikation handlar om att besvara tre frågor:

- Vad vill vi uppnå?
- Hur vill vi göra det?
- Varför vill vi det?

Vi har varit alldeles för upptagna med att berätta *hur* och *vad*. Vi fokuserar på hur lösningarna ska utformas, på siffror och detaljer. Men vi har inte beskrivit hur våra olika frågor hänger ihop med ett gemensamt varför. Därför har vår politik uppfattats som spretig.

### Bygg från grunden

Liberalernas svar på frågan *varför* är det enkla svaret på frågan om varför vårt parti finns: **Vår uppgift är att försvara varje människas möjlighet att forma sitt liv.** Det är den grunden vi alltid ska utgå från när vi formulerar vår politik. Vi bygger våra budskap från grunden, nedifrån och upp i bilden nedan. Till höger ett exempel: hur formulerar vi på detta sätt kravet på att förstärka skolan?



Utifrån den liberala grunden går det att beskriva Liberalernas politik i vitt skilda frågor: Prova gärna själv med till exempel startjobb, feminism, rätt till personlig assistans, ökade försvarsanslag, kunskapskola, hedersvåld, fler poliser, äldreomsorg eller valfrihet i välfärden.

Om vi alltid utgår från grunden, kommer vi att bli ett tydligare alternativ. Det går att förstå hur våra frågor hänger ihop. Och varför det är viktigt att Liberalerna finns.

Vi ska formulera liberalism i allt vi gör. För det är visionen om ett annat Sverige som får väljarna att bestämma sig – inte lagparagrafer och siffror. Vi bygger alltid från den liberala grunden.



# Det är allvar nu. Men vi kan fixa det här.

## BALANSEN MELLAN FRAMTIDSTRO OCH BERÄTTIGAD ORO

- Liberala värden hotas idag i en omfattning som vi inte kunde föreställa oss för bara något decennium sedan.
- Tack vare ekonomisk tillväxt, demokratisering och samarbete är det allt fler människor som får det bättre i världen. Färre barn svälter och fler kan läsa än någonsin.
- Det är utveckling, forskning och innovationer som driver världen framåt.

Det kan vara en utmaning att balansera alla dessa sanningar i vår kommunikation. Vi liberaler drivs av en tro på framtiden, att vi människor har oändliga möjligheter till utveckling: det blir bättre i morgon än i går. Men vi ser också fler hot mot de viktigaste liberala värdena än på länge. Och vi vet att det är för mycket som inte fungerar i Sverige.

Vår berättelse vilar därför stadigt på två lika viktiga budskap, och det är viktigt att inte lämna det ena budskapet ensamt utan det andra:

- **Det är allvar nu.**
- **Vi kan fixa det här.**

### DET ÄR ALLVAR NU.

Över hela världen hotas grundläggande liberala friheter av populism och nationalism med djupt odemokratiska rötter. Här i Sverige är det för mycket som inte fungerar. Det finns anledning att vara orolig. Och därmed mycket goda skäl att rösta på Liberalerna.

### VI KAN FIXA DET HÄR.

Vi har konkreta liberala lösningar på de brister som utmanar samhällskontraktet. Vissa saker måste bara fungera. Utveckling och framsteg leder till en bättre värld. Allt var inte bättre förr. Med gemensamma krafter och mer liberala lösningar kan vi göra det bättre i morgon.



## TYDLIG LIBERALISM

### Några exempel på liberala budskap:

Klassresan börjar i klassrummet	Att kunna lita på välfärden	Startjobb
Ordning och reda i skolan	Trygghet på gatorna	Feminism utan socialism
Det ska löna sig att arbeta	Att få ta ansvar för sitt eget liv	Rädda assistansen
Fler lärlingsplatser	Ja till Europa	Enklare att jobba efter pensionen
Sverige med i Nato	Polis som fungerar	Bekämpa hederskulturen
Liberal politik för bättre integration	Välfärd med valfrihet	Mångfald och tolerans
Marknads ekonomi för miljön	En ny skatte-reform	Bostads-politik
Förstatliga skolan	Leva livet hela livet	Fler typer av boende och omsorg
Ja till kärnkraft	Klassresan börjar i klassrummet	Humanism och realism
Delnings-ekonomi	Mer tid i skolan för nyanlända	Satsa på bibliotek
Digitalisering i vården	Kunskaps-skola	Klimat-politik
Religions-frihet och respekt	Enklare att driva företag	Tidigare betyg

# Våga välja valbudskap

## FÄRRE BUDSKAP – BÄTTRE TYDLIGHET

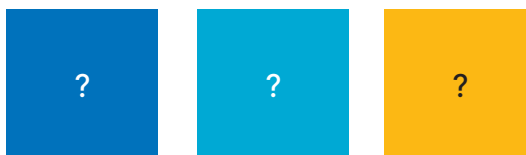
Liberalerna är ett idéparti med väl utvecklad politik på många olika områden. Det är förstås en styrka att kunna presentera lösningar och ha svar på vitt skilda frågor. Men det har också skapat en spretig bild av vårt parti. Vi har blivit för otydliga.

För att bli tydligare i valrörelsen 2018 behöver vi välja ut ett litet antal valbudskap, som vi driver samlat och koncentrerat.

Var och en av oss som är engagerade i Liberalerna, brinner för olika frågor. Det engagemanget är en tillgång för vårt parti, och det som just du brinner för kommer du också att kunna entusiasmera andra för.

Men när vi ska bli ett tydligt alternativ och välja ut ett fåtal budskap, behöver vi alla ta ett steg tillbaka från det egna intresset och se utifrån de potentiella väljarnas perspektiv – är detta en valfråga som ökar chansen att de tar steget över till Liberalerna?

När vi väljer ut våra valbudskap behöver vi utgå från två frågor:



### 1. Är vi starka i frågan?

För att en fråga ska fungera i valrörelsen, krävs att Liberalerna har en stark position i frågan, väljarna bör ha hyfsat hög kännedom om vår ståndpunkt och gärna högt förtroende för oss.

### 2. Tycker väljarna att frågan är viktig?

Om budskapet ska leda till valframgång krävs förstås att väljarna är intresserade, att frågan har aktualitet. Av det skälet är det för tidigt att redan nu slå fast vilka som blir våra profilfrågor.

I nästa upplaga av kommunikationsstrategin (hösten 2017) kommer vi att peka ut troliga valfrågor. Under våren 2018 kompletteras strategin med valbudskap och färdiga formuleringar.

## METODER & VERKTYG

### GEMENSAMT FÖR VÅRA VÄLJARE:

De tar ansvar för sig själva och sina medmänniskor, och vill att andra också ska göra det.

De tycker att ansträngning ska löna sig.

De vill vara med och bidra till ett anständigt samhälle där det finns stöd åt den som behöver.

De vill i första hand ha en alliansregering.

De tror på utbildning, utveckling och teknik.

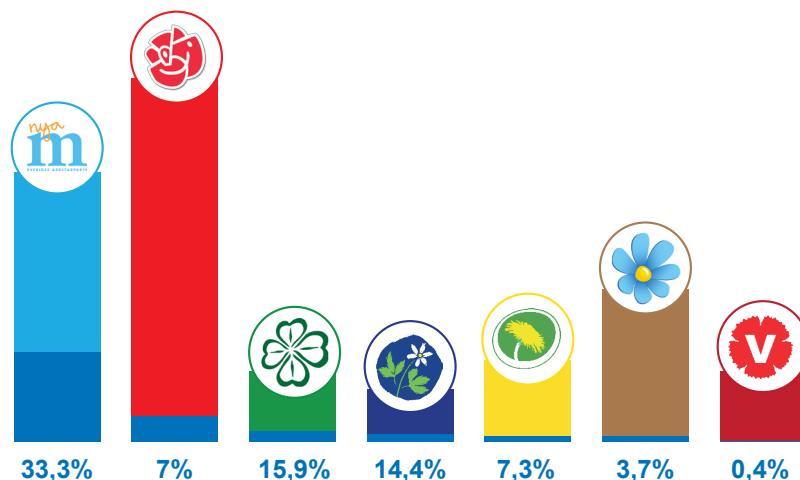
De är kritiska till extremism, populism och identitetspolitik.

**Vem eller vilka typväljare vill vi nå? Hur formulerar vi oss för att bli relevanta för dem?**

# Våra väljare 1

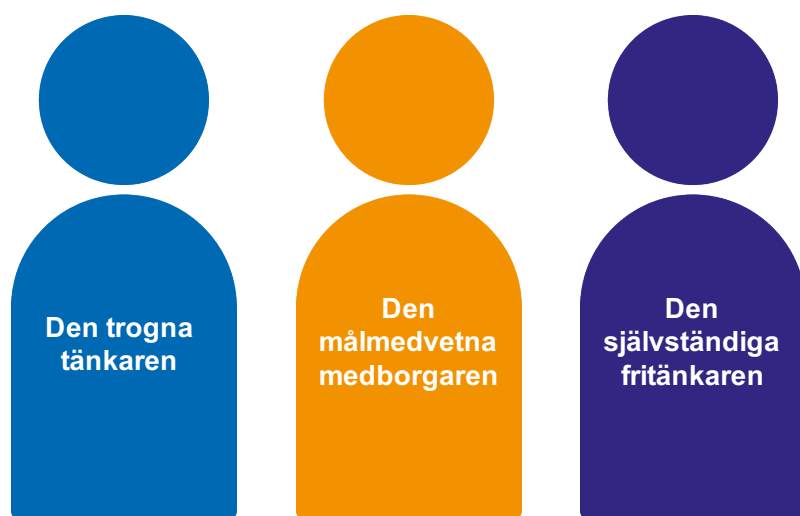
## HUR TRE TYPVÄLJARE TÄNKER

Liberalerna är ett parti för frihetligt sinnade väljare som i första hand vill ha en alliansregering. Våra potentiella väljare finns i stor utsträckning bland M-sympatisörer, vilket framgår av bl.a SCB:s väljarundersökning från november 2016. Staplarna visar hur många väljare varje parti har, och hur stor andel av dem som har Liberalerna som näst bästa parti.



## VÅRA TRE TYPVÄLJARE

Utifrån det vi vet om våra nuvarande och potentiella väljare, har vi skapat tre modeller av människor som med olika utgångspunkter är möjliga att vinna som väljare. När vi planerar och utformar vår kommunikation ska vi alltid ha dessa typväljare i åtanke. Vem eller vilka vill vi nå? Hur formulerar vi oss för att bli relevanta för dem?



- En klassisk fp-väljare
- Både marknads-ekonomi och socialt ansvar
- Reflekterar över ideologi

- Jobbar hårt och vill att det ska löna sig
- Klassresenär
- Stöd – där det behövs
- Ordning och reda

- Vill gå sin egen väg
- Ogillar krångel och förbud
- Frihet för sig själv och andra



**Vi behöver  
vara effektiva  
och nå fram till så  
många som möjligt  
för varje satsad  
krona.**

# Våra väljare 2

## HÄR FINNS VÅRA MÅLGRUPPER

Liberalerna är ett idéparti. Vi har aldrig riktat oss till en särskild intressegrupp, utan tror att alla tjänar på ett liberalt samhälle. Därför skulle man kunna säga att vår målgrupp är bred. Vi riktar oss till "alla" som delar våra värderingar. Men det fungerar inte i det praktiska arbetet, när vi behöver vara effektiva och nå fram till så många som möjligt för varje satsad krona. Då behöver vi rikta våra resurser dit där de gör mest nytta.

Därför behöver vi utgå från vad vi vet om våra väljare och våra potentiella väljare, och använda de kunskaperna varje gång vi ska bestämma var och hur vi ska kommunicera och driva kampanj.

### FAKTA OM VÅRA VÄLJARE OCH POTENTIELLA VÄLJARE:

- **Hög utbildning.** Två tredjedelar av Liberalernas väljare har högre utbildning (universitet och högskola). En tredjedel har gymnasieutbildning och några enstaka procent har enbart grundskola.
- **30 år och uppåt.** Våra väljare är förhållandevis jämnt spridda i de olika åldersgrupperna. Vi har fler äldre väljare över 65 (34%) än yngre 18–29 (20%). Våra potentiella väljare finns också i alla åldersgrupper, men mest (34%) i åldern 30–49 år.
- **Både kvinnor och män.** Vi har något fler manliga väljare än kvinnliga.
- **Arbetar inom Saco- och TCO-yrken.** Tjänstemän på olika nivåer inom både privat och offentlig sektor.
- **Medelinkomsttagare och höginkomsttagare.** Även inkomstnivåerna är ganska spridda bland våra väljare. Vi har färre som tjänar riktigt lite (under 200 000 kr/år) och riktigt mycket (över 600 000 kr/år) och flest bland dem som tjänar 400–600 000 kr/år.
- **Bor i storstadsområden (Stockholm, Göteborg, Malmö) samt medelstora städer.** Våra nuvarande väljare bor framför allt i de tre storstäderna, medan vi har fler potentiella väljare också i de medelstora städerna (residensstäderna) – där vi tappade många väljare 2014. Knappt 20% av våra väljare bor i mindre ort eller glesbygd.

När vi använder det vi vet om våra väljares demografi, får vi ett bra beslutsunderlag för våra aktiviteter. Mot vilka grupper ska vi rikta Facebookannonser, och i vilka frågor? I vilka bostadsområden ska vi dela ut flygblad? Var ska vi sätta upp valaffischer?

Under 2017 kommer Liberalerna att lansera ett verktyg för att skapa trycksaker och distribuera dem till utvalda områden och adresser. Vi kommer också att utveckla arbetet med riktade insatser på sociala medier.

# Kommunikation i praktiken

## FEM TIPS FÖR TYDLIG LIBERALISM

1. Bygg från den liberala grunden: *vår uppgift är att försvara människors möjlighet att forma sitt liv.* Sätt ord på värderingarna bakom politiken.
2. Utgå alltid från människor – inte systemet – i beskrivningen av problem och lösningar.
3. Beskriv konkret vad frihet och ansvar innebär, undvik klyschor och tomma begrepp.
4. Kliv fram som individ, bjud på dig själv och utgå gärna från dina personliga erfarenheter. Säg *jag* oftare än *vi*. Människor övertygar människor.
5. Använd ett vardagsnära och enkelt språk, både i text och tal. Gör köksbordstestet på dina formuleringar: skulle du ha uttryckt dig på det här sättet i ett samtal vid köksbordet?

## VÄLJ DINA ORD:

NÄR DU TÄNKTE SÄGA ELLER SKRIVA:	ANVÄND ISTÄLLET:
<i>Frihet</i>	Bestämma själv Vara självständig Fatta egna beslut Leva som man vill Styra över sitt eget liv
<i>Individen</i> <i>Den enskilda individen</i> <i>Den enskilda människan</i> <i>Alla</i>	Varje människa Varenda människa
<i>Framtidstro</i> <i>Vi tror på framtiden</i> <i>Människors oro</i> <i>Vi tar oron på allvar</i>	Vi kan fixa det här Det var inte bättre förr Vi har en bättre idé I morgon Nu sätter vi i gång Vi tittar framåt
<i>Individens ansvar</i>	Ta ansvar för sig själv Eget ansvar Ansvar för varandra
<i>Värna</i>	Vara rädd om Behålla Bevara
<i>Utveckling</i>	Jobba hårt Anstränga sig Klassresa
<i>Vårt parti, vi</i>	Jag

## RENSA BORT OCH SKRIV OM:

- Alla ord, meningar och uttryck som du **inte** skulle ha använt vid köksbordet med en vän
- Långa och svåra ord
- Systemuttryck och politiska begrepp
- Abstrakta uttryck som "frihet", om de inte får en konkret inramning



# Hur gör man?

## TRE KONKRETA EXEMPEL

Hur vi ofta skriver

*Förstatliga skolan. Likvärdig utbildning i hela Sverige.*

Korrekt. Knastertorr.

Hur vi gör det bättre:

Varenda unge ska ha en chans att utvecklas och välja sin väg i livet. Den resan börjar i klassrummet, därför måste alla elever få gå i en riktigt bra skola. Vi vill att staten ska ta över ansvaret för skolan från kommunerna.

Börja med grunden

Utgå från människor

Avsluta med systemet

Hur vi ofta skriver

*Avreglera svensk arbetsmarknadspolitik.*

Talar till politiker. Tyvärr inte till någon annan.

Hur vi gör det bättre:

Fler ska kunna ta ansvar för sig själva och försörja sig på egen hand. Det är alldeles för svårt att få sitt första jobb i Sverige, särskilt för den som nyss kom hit eller saknar utbildning. Vi vill öppna dörrar, med hjälp av till exempel lärlingsplatser, fler enklare jobb och startjobb med lite lägre lön.

Börja med grunden

Utgå från människor

Enkelt och vardagsnära språk

Hur vi ofta skriver

*Sverige ska gå med i Nato. Vi vill satsa 28 miljarder mer på försvaret.*

Fakta och siffror, men inget engagemang

Hur vi gör det bättre:

När nationalisterna och populisterna breder ut sig med hat, hot och angrepp mot själva demokratin – då behövs de liberala idéerna mer än någonsin. Sverige behöver samarbeta närmare med Nato, och på sikt bli medlem. Vi måste också ha ett välrustat eget försvar, både militärt och mot cyberangrepp och desinformation. Friheten är värd att försvara.

Börja med grunden

Avsluta gärna med en knorr. Och ibland är det rätt att vara högstäm.

# Bildspråk

## TYDLIGA OCH ENGAGERADE – DET SKA SYNAS

Bilder är en viktig del av vår kommunikation, både i tryckt material och på sociala medier. De flesta av våra bilder föreställer våra företrädare. Några ledord att eftersträva:

- **TYDLIGA:** Krångla inte till det. Sträva efter bilder som känns naturliga och gärna tagna ”i farten” och i miljö. Låt betraktaren komma nära och möta blicken. Undvik gruppfoton med många personer. De går sällan att urskilja, och känns ofta exkluderande.
- **ENGAGERADE:** Våra bilder ska visa att Liberala politiker är verkliga människor som brinner för att göra Sverige lite bättre. Var naturlig och personlig. Möt blicken, kliv fram som den du är.
- **SER FRAMÅT:** Utstråla självförtroende, titta in i kameran och möt betraktarens blick. Tänk på bilden av Liberalerna som ett modernt parti för många olika människor. Lyft fram personer av olika ålder, kön, etnicitet osv.

**I nästa upplaga av kommunikationsstrategin kompletteras denna sida med exempel och konkreta råd.**

**Vi uttrycker oss på samma sätt i talarstolar och debattartiklar som vid köksbordet.**

**1. LYSSNA.** Det viktigaste i ett samtal är att lyssna. När du hör vad den andra personen frågar, kan du ge bra svar. Tänk efter själv – vad får dig att känna dig nöjd efter ett möte med någon annan? När du fått tio argument och massor av fakta, eller när någon faktiskt hörde vad du sade?

**2. FRÅGA.** Ett bra samtal är en dialog. Avsluta dina resonemang med öppna frågor som "Hur tycker du att det låter?" eller "Vad tänker du om det?". Visa att du är ärligt intresserad av svaret med ett öppet kroppsspråk: nicka, möt blicken, undvik korsade armar eller händer i fickorna.

**3. VAR DIG SJÄLV.** Du är en levande person – inte en förlängning av partiprogrammet. Våga vara personlig. Säg JAG oftare än VI. Formulera ditt eget svar på varför du är liberal. Börja alltid med *varför*. Du behöver inte ha alla svar. Erbjud dig att ta reda på fakta när du inte vet.

**4. BEHÅLL FOKUS.** Glöm inte samtalets huvudsakliga uppgift: att väcka intresse för Liberalerna. Ibland möter man människor som bara vill kritisera och provocera. Avsluta då samtalet vänligt.

# Prata politik

## SÅ MÖTER VI VÄLJARNA

Vi vill möta våra väljare i genuina samtal. Ett samtal är det absolut mest effektiva sättet att förmedla ett budskap. Vi ska helt enkelt prata politik – och lyssna! – så fort vi får chansen.

Samtalen hjälper oss att förstå vad väljarna tycker är viktigt och de ger oss en möjlighet att berätta om Liberalernas lösningar på just deras frågor. All vår kommunikation i olika kanaler och alla våra kampanjaktiviteter har samma syfte: att skapa och underlätta samtal om liberal politik.

Det är bra att släppa in kampanjtänkande i vardagens alla möten, och låta även möten med grannar, vänner och arbetskamrater bli en möjlighet att värva väljare och medlemmar. Och det är minst lika viktigt att låta den personliga samtalsstilen präglade även mötet med en okänd väljare vid torgmötet.

## KAMPANJER SOM SKAPAR SAMTAL

Ibland mobiliserar vi våra resurser och satsar extra på en särskild fråga under en tid – vi driver kampanj. Även kampanjen syftar till att skapa samtal.

Den traditionella kampanjen siktar på att skapa **många samtal**. Vi delar ut flygblad, söker upp väljare genom aktiviteter på stan, annonserar och är aktiva på sociala medier.

En annan typ av kampanj fokuserar istället på **långa samtal**. Då vänder vi oss mer specifikt till en grupp, och bjuder in dem till samtal om en särskild fråga. Det kan till exempel vara lokala företagare som bjuds in till lunch med Liberalernas ledande politiker på orten för att diskutera startjobb. Den här kampanjen bygger relationer och skapar förtroende på lång sikt.

## SAMTAL I OLIKA FORMER

Ett samtal behöver inte alltid ske öga mot öga. På sociala medier pågår samtal hela tiden, och där ska vi liberaler givetvis vara delaktiga. Samma fyra tips gäller här:

- Lyssna. Och svara alltid när någon kontaktar dig!
- Fråga
- Var dig själv
- Behåll fokus

Våra tre viktigaste kanaler är hemsidan, facebook och nyhetsmedia.

**HEMSIDA**  
Vårt viktigaste skyltfönster.  
Ständigt tillgängligt.  
Nav för information.  
Kontaktväg in till partiet.

**FACEBOOK**  
Aktuell och snabb kommunikation som når många. Skapa liberala budskap i text, bild och film som andra kan dela vidare. Leda trafik till hemsidan.

**NYHETSMEDIA**  
Tillgänglighet för journalister. Sprida aktuell information om Liberalerna och liberal politik. Säkra vår plats i det politiska samtalet.

# Kanaler och infrastruktur

Utvecklade strategier för våra olika kanaler kommer i nästa upplaga av kommunikationsstrategin.

## HEMSIDAN

**Målgrupp:** Människor som är intresserade av Liberalerna och liberal politik. Även medlemmar och företrädare.

**Syfte:** Vårt viktigaste skyltfönster. Ständigt tillgängligt. Nav för information. Kontaktväg in till partiet.

**Vår uppgift:** Hålla sidan aktuell, daglig uppdatering av startsida samt nyhetsflöde. Säkra att uppgifter är korrekta, regelbunden genomgång av politik och kontaktuppgifter.

**Ambitionsnivå:** Riksorg: daglig uppdatering. Lokalt: varje vecka.

## NYHETSMEDIA (PRESS, RADIO, TV)

**Målgrupp:** Väljare, politiskt intresserade, opinionsbildare.

**Syfte:** Tillgänglighet för journalister. Sprida aktuell information om Liberalerna och liberal politik. Säkra vår plats i det politiska samtalet.

**Vår uppgift:** Genomtänkt arbete med mediakontakter. Goda relationer med journalister. Tillgänglighet. Mediaplaner. Nyhetsarbete, pressmeddelanden, debattartiklar och insändare.

## FACEBOOK

**Målgrupp:** Människor som är intresserade av Liberalerna och liberal politik. Även medlemmar och företrädare.

**Syfte:** Aktuell och snabb kommunikation som når många. Skapa liberala budskap i text, bild och film som andra kan dela vidare. Leda trafik till hemsidan.

**Vår uppgift:** Dagligt inflöde av material som andra kan sprida vidare, närvaro i samtalet, svara på frågor och kommentarer. Länka till hemsidan.

**Ambitionsnivå:** Riksorg: nytt innehåll 4–5 ggr/vecka. Lokalt: daglig koll på flödet och dela partiets innehåll när det passar. Lägga ut eget innehåll (lokala nyhetsartiklar med kommentar, grafikplattor, enkla filmklipp etc) minst 1 gång/vecka.

## TWITTER

**Målgrupp:** opinionsbildare och media.

**Syfte:** säkra Liberalernas plats i det politiska samtalet. Leda trafik till hemsidan.

**Vår uppgift:** dagligt inflöde av material, närvaro i samtalet, svara på frågor och kommentarer. Retweeta våra företrädares tweets.

**Ambitionsnivå:** Riksorg: aktivitet (retweets, kommentarer, eget innehåll) 10–15 ggr/dag. Lokalt: aktivitet (retweeta lokala representanter, kommentarer, eget innehåll) dagligen.

## INSTAGRAM

**Målgrupp:** Människor som är intresserade av Liberalerna och liberal politik, huvudsakligen yngre målgrupp.

**Syfte:** Ge en mer personlig bild av Liberalerna, skapa en känsla av inblick "bakom kulisserna". Blanda partipolitik och aktiviteter med ett mer personligt tilltal.

**Vår uppgift:** Visa aktivitet t ex resor, evenemang, debatter etc. Används mer frekvent i valrörelsen.

**Ambitionsnivå:** Riksorg: nytt innehåll 4–5 ggr/vecka.



### VALKAMPANJ

#### Våren 2018:

- Valbudskap
- Rubriker och formuleringar
- Textbibliotek
- Bildbibliotek

### UTVECKLING

#### Hösten 2017:

- Profilfrågor inför valet
- Utvecklade verktyg
- Plan för sociala medier och presskommunikation
- Kriskommunikation
- Bildspråk och fotostil

### GRUNDEN

#### Februari 2017:

- Grundvärden
- Varumärke
- Berättelse
- Tilltal och attityd
- Strategiskt och praktiskt målgruppsarbete
- Språkråd och bildstil

# En grund att bygga vidare på

## SÅ ANVÄNDER VI KOMMUNIKATIONSSTRATEGIN

Med hjälp av en gemensam kommunikationsstrategi kan våra företrädare från norr till söder beskriva liberal politik med begrepp och formuleringar som väljarna känner igen.

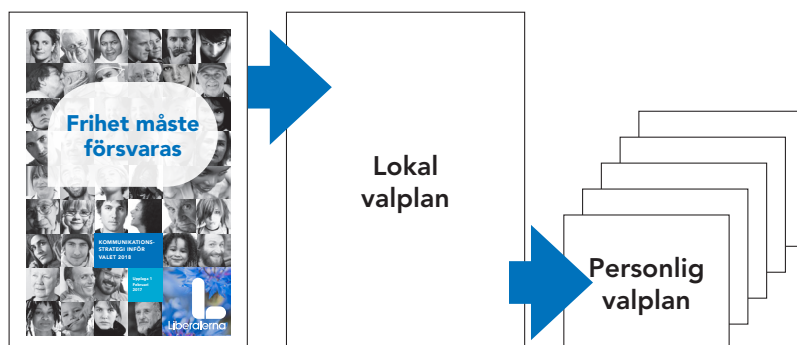
Liberalernas kommunikationsstrategi siktar på valrörelsen 2018. Kommunikationsstrategins första upplaga pekar ut riktningen och lägger grunden för Liberalernas valrörelse – men det är ännu för tidigt att formulera exakt vad som ska stå på valaffischerna.

Med kommunikationsstrategin som grund, kommer vi steg för steg att bygga upp en genomarbetad och väl förankrad valkampanj med stark och tydlig liberal röst.

### Från strategi till verklighet

För att kommunikationsstrategin ska bli verklighet, behöver den genomsyra vår politiska vardag. Verket för att omsätta strategin i praktisk handling heter **Valplan\***. En sådan plan görs lokalt i föreningen eller i andra grupper där man har nytta av ett strategiskt arbete. Planen siktar alltid mot nästa val och hjälper oss att göra rätt saker under hela valcykeln, för att få fler väljare när det väl är valår. En kandidat eller företrädare kan också göra en personlig valplan.

Valplanen utgår från kommunikationsstrategin och kompletteras med konkreta mål och metoder för att styra tid, arbete och resurser åt rätt håll.



Kommunikationsstrategin och valplanen ersätter det tidigare arbetet med politisk plattform. Många av frågorna och metoderna från den politiska plattformen ingår nu i arbetsmaterialet för att ta fram en valplan.

Mötesunderlag, frågor och tips för hur föreningen kan arbeta fram sin valplan kommer att finnas klara under februari/mars 2017.