

Valplan 2018



Liberalerna

Samtal för samtal – så vinner vi väljarna

Liberalerna ska vinna fler väljares förtroende i valet 2018. Det har varit det övergripande målet för allt vårt arbete sedan valförlusten 2014. Valanalysen ledde fram till vår liberala kraftsamling med ny politik, ökat engagemang, effektiv kommunikation och professionell organisation.

Nu lämnar vi åren av kraftsamling och uppladdning bakom oss: Det är dags att möta väljarna. Från och med nu har vi bara ett fokus: att vara tillgängliga för väljarna, möta människor i samtal och på alla sätt vi kan komma på övertyga fler att ta vår valsedel när det är dags.

Det som betyder mest i valrörelsen är att liberala företrädare och sympatisörer pratar om politik med människor omkring sig. Det är så vi vinner valet, i samtal för samtal där engagerade liberaler ger politiken liv, mänsklighet och känslor. Därför är samtalen fokus för vår valkampanj: Samtal på gator och torg, på Facebook, på homeparties och vid dörrknackning, i vardag och valstugor. Alla samtal räknas. Vi ska bestämma hur många väljare vi ska möta i samtal, och räkna dem i Liberalernas app. Så lyckades vi vända medlemsvärningen och så ska vi vinna väljarna.

Liberalernas valplan handlar om hur vi ska arbeta i valrörelsen, vad som ska prioriteras och vem som ansvarar för vad. Samtalen med väljare sker i den kampanj och verksamhet som planeras och utförs lokalt. Riksorganisationens uppgift är att skapa förutsättningar för de samtalen genom stöd, service och en intresseväckande kommunikation.

Jag hoppas att valplanen ska vara till hjälp för var och en som vill lägga upp en effektiv och framgångsrik valkampanj i länsförbund och avdelningar.

För nu behöver vi gå ut och möta väljarna och göra vår bästa valrörelse någonsin. Vi lever i en tid när liberala värden hotas på allvar. Extremister och populisterna breder ut sig, och debatten domineras alltför ofta av förenklingar, fördomar och ett uppskruvat tonläge.

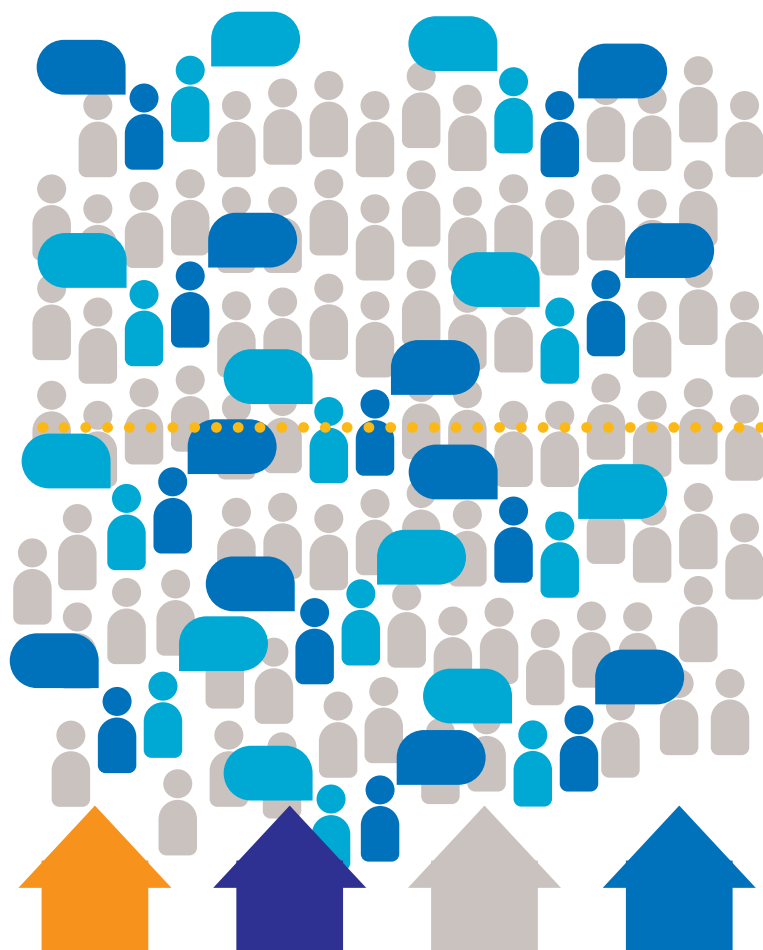
Allt tyder på att vi går mot en ideologisk valrörelse. Och det, mina vänner, är goda nyheter för ett utpräglat idéparti. Nu är det dags att blåsa liv i den liberala glöden, gå ut och möta väljarna med ett gott självförtroende, starka värderingar och vårt nya partinamn för första gången. För det är vi som är Liberalerna. Och framtiden, den är liberal.

Maria Arnholm,
partisekreterare och valledare 2018



Valplan för Liberalerna 2018

Målet för allt vi gör i valrörelsen är att Liberalerna ska få fler väljare, och den mest effektiva metoden är att möta möjliga väljare i samtal, där engagerade liberaler ger politiken liv, mänsklighet och känslor. Vi ska planera kampanjen smart, och koncentrera våra resurser där vi har bäst förutsättningar. Vi har olika roller och uppgifter, men vi delar på ansvaret:



Varje medlem, företrädare och sympatisör behöver kliva fram i sin egen närhet och berätta om sitt engagemang, sina värderingar och sitt beslut att rösta på Liberalerna.

Länsförbund och lokalavdelningar ansvarar för att planera och genomföra aktiviteter och kampanjer som skapar möten och samtal, och att stärka medlemmar och företrädare med metoder och kunskap.

POLITIK, BUDSKAP OCH STRATEGI

KAMPANJ OCH KOMMUNIKATION

STÖD OCH UTBILDNING

RESOR OCH EVENEMANG

Liberalernas riksorganisation (RO) ska utforma en valkampanj som skapar uppmärksamhet och lust att prata om liberal politik.

Grunden är givetvis vår politik, valstrategi och alla de avvägningar som behöver göras inför och under en valkampanj.

RO ansvarar också för att det finns ett gediget kunskapsstöd för företrädare, kandidater och valarbetare, att väljare kan hitta information om vår politik och att det finns verktyg för att skapa lättillgänglig kommunikation lokalt.

Politik, budskap och strategi

HUVUDBUDSKAP OCH STRATEGI

Vi kommer att bedriva en ideologisk valrörelse med utgångspunkten att öka och försvara människors frihet. Liberalerna ska vara ett tydligt och ideologiskt alternativ, och välja huvudbudskap på områden där vi har nära till vårt varför.

Vi har stark politik på många områden, och väljare som uppskattar vår linje i olika specifika sakfrågor. Det är en självklarhet att vi kan erbjuda svar på många olika frågor och delta i breda debatter. Men om vi för fram många olika budskap samtidigt, uppfattar väljarna allt mindre av vilka vi är och varför en röst på Liberalerna gör skillnad. Därför behöver vi koncentrera budskapen i vår egen kommunikation. Vad skriver vi på våra affischer? Vad väljer vi att ta upp i samtal? Koncentration hjälper väljaren att känna igen Liberalerna.

Vi vill föra en värderingsdriven valrörelse, och vi vet redan nu att den kommer att handla mycket om skola och integrationsfrågor när vi får bestämma. Men vi vet också att vad som helst kan hända i valrörelsen. Plötsligt handlar debatten om något annat. Då är vi beredda, och har stor nytta av vår välutvecklade politik.

VI ÄR LIBERALERNA

2018 sätts värderingarna på prov i Sverige och världen. Liberaler brinner för varje människas frihet, för tolerans och förnuft i en polariserad debatt.

SKOLA

Utbildning skapar möjligheter för både individ och samhälle. Allt börjar med en bra skola.

INTEGRATION

Vi tar itu med utanförskap och religiös extremism – för att vi gillar mångfald och öppenhet.

Vårt mål är att tillsammans med de andra allianspartierna bilda en ny regering. Liberalerna kommer inte att ingå i en regering som ger Sverigedemokraterna inflytande över regeringens politik.

Kampanj och kommunikation

FOKUS PÅ SAMTAL

Den viktigaste valrörelsen sker i de samtal som varje enskild engagerad liberal har med människor omkring sig: i valkampanjen, i privatlivet, på jobbet och på sociala medier. Fokus för stöd, utbildning och kommunikation är att många liberaler kan möta möjliga väljare i samtal. I Liberalernas app ska det finnas möjlighet att räkna samtal med väljare, så att vi kan sätta mål och följa upp.

KONCENTRERA RESURSERNA

Vi går in i en valkampanj med små resurser. Desto viktigare att vi prioriterar riktigt, och använder varenda krona, person och nedlagd timme där de gör mest nytta. Riksorganisationen tar fram verktyg för att underlätta smart planering och genomförande av valkampanjen:

- **Kampanjkartor** för de 150 största kommunerna, som visar var vi bör driva kampanj
- **Digital annonsmaskin** för att skapa och beställa digitala annonser till riktade målgrupper
- **Utskickswerktyg** för att skapa och skicka ut adresserade utskick till riktade målgrupper

DIGITAL KAMPANJ

Liberalernas riksorganisation kommer att prioritera annonsering online framför dagspress, TV och radio, och vi rekommenderar länsförbund och lokalavdelningar att tänka likadant. Digital annonsering ger helt andra möjligheter att hitta rätt målgrupp och koncentrera resurserna. Sociala medier kommer att vara avgörande i valet 2018, och Facebook kommer att vara vår största och viktigaste valstuga.

TRYCKT VALMATERIAL

Riksorganisationen producerar valaffischer och valtrycksaker (broschyr/folder) för allmän utdelning. Därutöver kommer vi att löpande ta fram flygbladsoriginal och mallar till webbtryckeriet där länsförbund och föreningar kan producera, trycka och köpa eget material.

VIKTIGA DATUM:

mars/april	Digital annonsmaskin för att skapa och beställa annonsmaterial online
mars/april	Utskickswerktyg för att skapa och skicka adresserat material
mars	Beställningsunderlag 1 (priser och leverans) för valaffischer och trycksaker
9 mars	Sätt lokala mål för antal väljare och antal samtal
13/4	Mallar klara i webbtryckeriet för lokalt valmaterial och kandidatmaterial
28/4–20/5	Vårkampanj
maj	Beställningsunderlag 2 (utseende) för valaffischer och trycksaker
juni	Beställning av valaffischer och trycksaker
maj–9/9	Digital annonsering i ökande intensitet närmare valet
13–20 aug	Valrörelsestart med skolstartskampanj
3–9/9	Affischkampanj i ca 30 städer

Välj rätt kampanjmetod

Vad	Fördelar och möjligheter	Nackdelar och risker
Kampanjaktiviteter där vi gör oss tillgängliga och möter väljare på evenemang, gator och torg.	Synlighet i valrörelsen. Möjlighet till samtal med intresserade. Var aktiva, sök upp människor.	Låg träffsäkerhet i målgruppen. Slumpmässiga samtal. Undvik klassiska torgmöten med högtalare/megafon – fokusera på att skapa samtal.
Homeparties. Möte hemma hos någon, med inbjudna vänner och bekanta som får en chans att träffa ledande liberaler på ett informellt och trevligt sätt.	Bra möjlighet till samtal. Hög träffsäkerhet i målgruppen. Lätt att följa upp efteråt.	Kräver en del arbete och förberedelser.
Dörrknackning. Vi söker upp väljare i utvalda områden och ställer frågor för att inleda samtal.	Hög träffsäkerhet i målgruppen. Lätt att följa upp. Bra möjlighet till samtal.	Kräver förberedelser. Hög tröskel för att komma igång. Tidskrävande.
Samtal på Facebook. Vi pratar politik i våra egna flöden, svarar på frågor, kommenterar på andra sidor och deltar i diskussioner.	Enkelt och effektivt. Alla kan bidra. Går att följa upp. Går att hitta målgruppen.	Risk att fastna i debatter med andra än möjliga väljare.
Samtal med vänner och bekanta. Vi pratar politik i vår egen vardag.	Hög trovärdighet. Enkelt och effektivt. Alla kan bidra. Går att hitta målgruppen.	Risk att fastna i debatter med andra än möjliga väljare.
Valstuga.	Synlighet i valrörelsen. Tillgänglighet.	Kräver mycket resurser och folk. Låg träffsäkerhet i målgruppen.
Mobil valstuga. Bil, buss, tält eller annan lösning som snabbt kan flyttas.	Synlighet i valrörelsen. Flexibel och tillgänglig kampanj. Går att hitta målgruppen.	Risk att fastna i debatter med andra än möjliga väljare.
Flygbladsutdelning på gator och torg.	Synlighet. Vi kan nå många. Kan öppna för samtal.	Låg träffsäkerhet i målgruppen. Risk att många inte läser.
Egen utdelning av material i brevlådor	Hög träffsäkerhet i målgruppen. Vi kan nå många. Enkelt att organisera. Kan öppna för samtal.	Envägskommunikation. Risk att många inte läser. Svårt i fastigheter med portkod.
Adresserade utskick till riktad målgrupp.	Hög träffsäkerhet i målgruppen. Enkelt att rikta budskap.	Envägskommunikation.
Utskick till alla hushåll , ibland med valsedlar.	Hög räckvidd. Skapar trygghet internt.	Låg träffsäkerhet. Risk att många inte läser. Dyrt. Undvik!
Egen valaffischering	Synlighet. Mobilisering. Hög räckvidd. Går att hitta målgruppen.	Kräver resurser för både affischering och utbyte av vandaliserade affischer.
Köpt utomhusreklam	Synlighet. Mobilisering. Hög räckvidd.	Dyrt. Låg träffsäkerhet i målgruppen.
Annonsering i lokalpress	Synlighet. Går att hitta målgruppen.	Dyrt.
Digital annonsering	Hög träffsäkerhet i målgruppen. Går att följa upp.	Dyrt.

SAMTAL

RÄCKVIDD

Stöd och utbildning

VALCENTER OCH KANDIDATSTÖD

Liberalernas valcenter öppnar måndag 6 augusti. Uppgifterna är:

- Svara på väljarfrågor via telefon, mejl, Facebook och andra sociala medier
- Ge råd och stöd till kandidater

INTERNKOMMUNIKATION

Information om valrörelsen skickas löpande och veckovis med partisekreterarbrevet och Aktuellt från Riksorganisationen. Fr.o.m 20 augusti skickas partisekreterarbrevet dagligen med aktuell information.

UTBILDNING FÖR TOPPKANDIDATER

Riksorganisationen erbjuder en utbildning för toppkandidater. Kandidatprogrammet består av två träffar under våren 2018, och riktar sig till kandidater på valbar plats på riksdagslista samt listettor i kommun/landsting/regioner. Dessutom avsätts ett antal ytterligare platser på programmet för kvinnor och unga som står högt på listor, men inte tillräckligt för att kvalificera sig till programmet.

KONCEPT FÖR LOKALA KANDIDATUTBILDNINGAR

Övriga kandidater utbildas lokalt. Riksorganisationen tar fram ett koncept för de lokala kandidatutbildningarna, som kan anpassas efter förutsättningar och behov.

VALHANDBOK

Valhandboken kommer att publiceras i app-form. Innehållet kommer att vara nära kopplat till Politik A-Ö på Liberalernas hemsida som därmed hålls uppdaterat. Detta kompletteras med argumentationshandledningar och aktuell fakta som publiceras kontinuerligt.

VIKTIGA DATUM:

10-11 mars	Toppkandidatprogram, steg 1
20-21 april	Toppkandidatprogram, steg 2
1 juni	Valhandbok klar (app)
6 augusti	Valcentret öppnar
20 augusti	Daglig valinformation skickas ut varje morgon de sista tre veckorna

Utbildningskoncept för lokala träffar

Ett utbildningskoncept för alla som ska möta väljare i valet. Utbildningen består av fem pass som kan delas upp på ett eller flera tillfällen. I konceptet ingår faktaunderlag, powerpoint-presentationer, filmer och övningsuppgifter.

<p>Hej och välkommen.</p> <p>Kort inledande hälsning från Jan på film. Genomgång av program och förväntningar.</p>	<p>Vi är Liberalerna.</p> <p>Ideologi och värderingsfrågor i valrörelsen.</p>	<p>Skola.</p> <p>Kunskap, utveckling och utbildningspolitik</p>	<p>Integration.</p> <p>Möjligheter och krav. Inträdesjobb, språk och hedersfrågor.</p>	<p>Tre steg till valseger.</p> <p>Så vinner vi valet, samtal för samtal.</p>
	Faktaunderlag	Faktaunderlag	Faktaunderlag	Film
	Film	Film	Film	Powerpoint
<p>Liberalernas plats i valrörelsen.</p> <p>Strategi, målgrupper och organisation.</p>	Powerpoint	Powerpoint	Powerpoint	Övningar och inspiration: Så får vi igång fler samtal
Powerpoint	Övningar: Berättelser och argument	Övningar: Berättelser och argument	Övningar: Berättelser och argument	
Valplan	Vad betyder det här för oss lokalt?	Vad betyder det här för oss lokalt?	Vad betyder det här för oss lokalt?	<p>Tack och hej.</p> <p>Lokal valplanering. Hur kan du bidra?</p>

INGÅR I KONCEPTET::

Faktaunderlag för mötesledare/kandidat att läsa in sig på

Powerpoint-presentation

Inspirationsfilm

Övningsuppgifter

Instruktion/processhandledning

GÖR SÅ HÄR

1. Bestäm upplägg. Allt på en kväll eller uppdelat på flera tillfällen? Varje förening för sig eller flera ihop?
2. Bestäm datum och boka mötesledare/kandidat(er).
3. Boka lokal och eventuell förtäring.
4. Skicka ut inbjudan.

Resor och evenemang

RESOR

Att partiledning, riksdagsledamöter, talespersoner och andra ledande liberaler reser i landet är ett viktigt sätt att skapa uppmärksamhet kring Liberalerna. Genom resorna fångar vi också upp frågor som är viktiga för väljare runt om i Sverige.

Besök i valrörelsen:

I valrörelsens slutskede är det extra viktigt att resorna samordnas så att rätt person kommer till rätt plats. Alla besök av partiledning, riksdagsledamöter och talespersoner mellan 13/8 och 9/9 bokas därför via ett särskilt formulär senast 10 maj. Län och lokalavdelningar kan då lämna önskemål om tidpunkt och person, och får besked senast 10 juni. (Detta gäller inte aktiviteter i den egna valkretsen, som givetvis hanteras lokalt.)

Besök före 13 augusti:

- Jan Björklund, Maria Arnholm och Christer Nylander bokas via agnes.gronberg@riksdagen.se
- Övriga riksdagsledamöter, talespersoner, partistyreelse m fl bokas direkt med berörd person (se liberalerna.se/hitta-person)

Under hela valåret är det viktigt att alla besök ger möjlighet att träffa väljare och att komma ut i media. Använd gärna checklistan för resor och besök, se nästa sida.

EVENEMANG

- **20–22 april: Liberala riksmötet i Västerås.** Ett tillfälle att vässa valretoriken, träffas och börja ladda för valrörelsen. Riksmötet blir också startskott för vårkampanjen.
- **3 juli: Liberalernas dag i Almedalen.** Under Almedalsveckan kommer finnas Liberalerna på plats med tält i hamnområdet. Vi arrangerar mingel och andra mötesplatser för alla liberaler som är på plats på ön.
- **Jan Björklunds sommartal.** Datum ej klart.

VIKTIGA DATUM:

1 april	Lämna önskemål om besök i valrörelsen
20–22 april	Liberala riksmötet
10 juni	Preliminärt besöksschema klart
3 juli	Liberalernas dag i Almedalen
x aug	Jan Björklund sommartal
9 sept	Valdag och valvaker i hela Sverige

Checklista vid resor och besök

- En person ansvarar för hela besöket och att det blir en bra helhet
- Minst en utåtriktad aktivitet är inplanerad
- Minst en aktivitet är inplanerad som är intressant för massmedia, stäm gärna av med Liberalernas presstjänst
- Medlemmar bjuds in i god tid
- Intresserade – som inte är medlemmar – bjuds in och välkomnas
- Involvera LUF, Liberala Studenter och Liberala Kvinnor i besöket
- Det finns kampanjmaterial så att Liberalerna blir synliga
- Det finns aktuellt material för den som vill veta mer

BOKA BESÖK 2018:

- **Besök 13/8 – 9/9:** Alla besök av partiledning, riksdagsledamöter och talespersoner bokas via särskilt formulär senast 10 maj. Län och lokalavdelningar kan då lämna önskemål om tidpunkt och person, och får besked senast 10 juni. (Detta gäller inte aktiviteter i den egna valkretsen, som givetvis hanteras lokalt.)
- **Besök övriga tider:** Jan Björklund, Maria Arnholm och Christer Nylander bokas via agnes.gronberg@riksdagen.se. Övriga riksdagsledamöter, talespersoner, partistyrelse m fl bokas direkt med berörd person (se liberalerna.se/hitta-person)
- Tips och råd kring media vid besök: kontakta Liberalernas presstjänst **070-854 90 20** (ej sms)
- Praktiska tips och råd kring besök: kontakta anna.lundberg@liberalerna.se