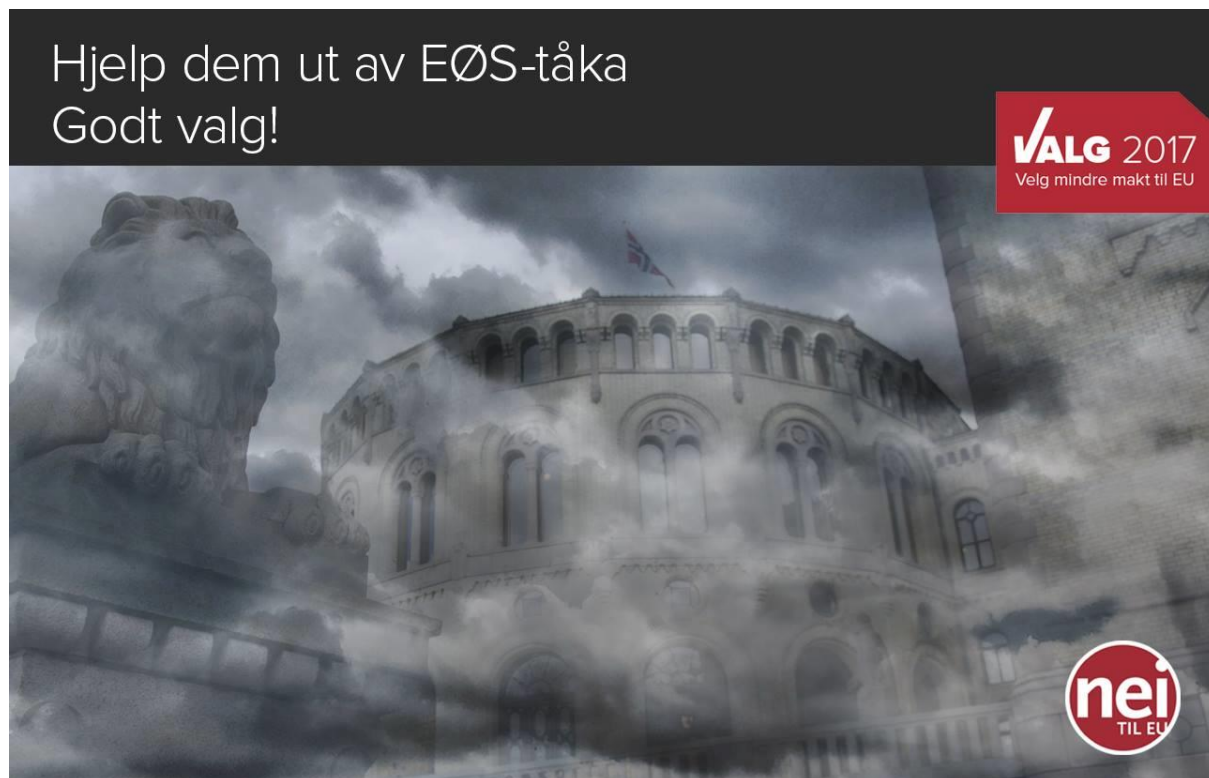


# Oppsummering og evaluering av valgkamparbeidet i Nei til EU 2017



## Innhold

Planleggingsfasen .....	2
Innhenting av svar .....	2
Arbeidsnotat.....	2
Kandidatundersøkelsen .....	3
Avisproduksjon .....	3
Resultat.....	3
Oversikt over spredning og aktivitet i fylker .....	4
Tilbakemeldinger fra fylkeslag.....	4
Avsluttende kommentarer.....	5
Vedlegg: Oversikt over spredning i fylkeslag .....	6
Vedlegg: Oversikt over annen aktivitet i fylkeslag .....	7
Vedlegg: Andre tilbakemeldinger fra fylkeslag.....	8

## Planleggingsfasen

Det var krevende å planlegge kampanjen, men fylkenes planer og tilbakemeldinger om innsats var avgjørende for at ambisjonsnivået ikke stod mye tilbake for nivået i 2013. Staben var i år betydelig redusert sammenlignet med 2013, men omorganiseringen til et lite korps av politiske sekretærer viste seg å fungere godt under valgkampen. Kathrines kandidatur skapte noe utfordring i planleggingsfasen, men da styret hadde avklart permisjon ble det lettere.

Utvelgelsen av hvilke kandidater som skulle spørres ble gjort av politisk ledelse i samarbeid med politiske rådgivere. Utforming av spørsmålene ble endelig vedtatt av rådsmøtet i april 2017.

## Innhenting av svar

Det var ikke tatt tilstrekkelig høyde for det omfattende arbeidet med LO-kongressen, som tok nesten alt av tid før mai. Dette førte til at vi kom sent i gang med både kandidatundersøkelsen og gjennomgangen av partienes programmer, noe som også hindret gode presseutspill tidlig i valgkampen.

Selve kandidatundersøkelsen ble betydelig forenklet i år gjennom bruk av elektronisk spørreskjema (Googles skjemasystem). Dette gjorde at vi fikk svarene direkte inn i et skjema, men for å få dem ut på nettløsningen måtte det benyttes et eget program, og dette krevde mye manuelt arbeid. Organisasjonsrådgiverne i staben gjorde en enorm innsats med å purre kandidater som var trege til å svare. Dette var helt avgjørende for resultatet, men førte til at andre oppgaver, blant annet organisasjonsutvikling, måtte settes til side. Tidligere har fylkesorganisasjonen i mye større grad vært inkludert i arbeidet med å hente inn svar.

Under 100 kandidater svarte på den første e-posten som ble sendt ut. Det ble sendt ut hele ti fellespurringer fra [neitileu@neitileu.no](mailto:neitileu@neitileu.no), i tillegg ble de ulike partiene kontaktet med lister over deres ubesvarte kandidater og oppfordret dem til å purre sine egne. Det ble også purret via telefon og sms, dette arbeidet ble utført av organisasjonsrådgiverne samt leder og generalsekretær.

En del kandidater ga tilbakemelding om at de ikke ønsket å svare, mens en del ikke lot høre fra seg i det hele tatt. Det var spesielt utfordrende å få tak i toppolitikere i regjeringsapparatet der kontakten måtte gå via administrasjonen. Det var også et problem at vi hadde feil eller manglende kontaktinformasjon til enkelte kandidater. Likevel fikk vi inn svar fra det store flertallet av kandidatene så arbeidet som ble lagt ned ga resultater.

## Arbeidsnotat

Som for tidligere år ble det laget et arbeidsnotat der vi foretok en gjennomgang av

partiprogrammene for kommende stortingsperiode 2017-2021, for alle de åtte stortingspartiene samt Rødt og Kystpartiet. Notatet oppsummerer og gjengir alle partienes standpunkt som gjelder EU, EØS, Schengen og andre saker relatert til Norges forhold til Den europeiske unionen samt internasjonale investerings- og handelsavtaler som TiSA. Notatet tar ikke stilling til de ulike partienes betoning og standpunkt, og det meste av teksten er sitater fra partiprogrammene. Hensikten var å samle partistandpunktene slik at velgere som er opptatt av Norges forhold til EU og EØS enklere kunne vurdere partiene opp mot hverandre.

## Kandidatundersøkelsen

Kandidatundersøkelsen ble i sin helhet presentert digitalt på våre hjemmesider, med mulighet for å søke på kandidat og fylke: <http://apps.neitileu.no/valg2017/>

## Avisproduksjon

Selve avisproduksjonen ble forenklet sammenliknet med 2013, med mesteparten av avisen identisk for alle fylkeslag. Det er likevel en svært omfattende jobb å produsere 19 aviser på kort tid. Tidspress på slutten førte til manglende kvalitetskontroll, og noen mindre feil ble oppdaget da avisene var distribuert.

## Resultat

Kandidatundersøkelsen er god og nyttig, og ikke minst hadde den i år mange interessante og viktige politiske poeng. Avisene og rapporten med programgjennomgang er bra, men dessverre førte manglende kvalitetskontroll til feil om Kystpartiet, noe som skapte ekstraarbeid og risiko for tap av omdømme. Det har vært noen kandidater som har kontaktet oss for å rette opp feil svar, men dette har vært grunnet deres egne feil i skjemautfyllingen. Vi har så langt ikke funnet eller fått melding om andre feil i basen.

Resultat av undersøkelsen ble presentert i Standpunkt, i valgavisene og i et eget notat. Det ble også laget et internt notat som presenterte detaljer og aktuelle poeng for lokalt pressearbeid for hvert enkelt fylke.

## Mediearbeid

Kandidatundersøkelsen ble offentliggjort 9. august. Den ble på forhånd dekket med «lekkasjer» til ABC-nyheter og ble også dekket redaksjonelt i Aftenposten, Nationen og Klassekampen. Hovedbudskapet, at vi ville få et neiflertall på Stortinget og et mer EØS-kritisk storting enn noen gang før ble godt kommunisert fra start. Samarbeidet med ABC Nyheter fungerte godt på lanseringsdagen.

VG hadde ønsket å ha et større redaksjonelt oppslag, men det var ikke nok tid til en tilstrekkelig kvalitetssjekk for at de kunne gå videre, og det ble i stedet en (svært god)

kommentarartikkel 14.09.

Valgkampen ble fulgt fra dag til dag, blant annet med gjennomgang av media i infogrupper i staben. Kathrine og senere Olaf fikk plass i flere aviser, med kommentarer og innlegg. Det ble 40 nettsaker mellom 1. august og 20. oktober. Kathrine fikk 26 oppslag og Olaf 12 som fungerende leder av Nei til EU. EØS-avtalen ble debattert mer enn ved tidligere Stortingsvalg, med 725 artikler i media i samme tidsrom. Det er registrert 124 oppslag der både Nei til EU og EØS er nevnt, i lokalaviser, og 32 slike oppslag i regionaviser.

### **Annet materiell**

Det ble produsert veldig godt standsmateriell med fokus på «Folkeavstemning om EØS» og «Folkestyre, miljø og solidaritet», men dette ble i liten grad bestilt av fylkeslagene før sommeren. Dette materialet har imidlertid lang levetid, og kan brukes senere.

Det var ikke mye aktivitet av fylkeslagene i sosiale medier eller papiraviser ut over leserinnlegg, men det ble holdt en rekke gode lokale arrangementer, som debattmøter o.l (se vedlegg).

### **Oversikt over spredning og aktivitet i fylker**

AU vedtok tidlig at det ikke ville bli lagt et sterkt press på fylkeslagene om å fulldistribudere valgaviser, det var opp til fylkene hvordan de ønsket å satse. Under vises en oversikt over antall aviser bestilt og spredt. Tallene på spredte aviser er basert på fylkenes egne tilbakemeldinger.

Det ble samlet trykket svært mange færre aviser i 2017 (321 000) enn i 2013 (1 047 000). Det ligger likevel en stor dugnadsinnsats bak det å spre nærmere 200 000 aviser.

Det var stor bredde i engasjementet i fylkene, og hele ti fylker arrangerte egne valg møter. Det har blitt arrangert en rekke stands, og sendt til sammen 91 leserinnlegg. 83 nye medlemmer er vervet som en følge av valgkampen.

### **Tilbakemeldinger fra fylkeslag**

På spørsmål om fylkeslagene var fornøyd med det sentrale materialet og om de fikk tilstrekkelig hjelp sentralt svarer de fleste fylkeslag at de fikk tilstrekkelig hjelp og at materialet var bra. Et fylkeslag hadde ønsket mer konkret bistand til organisering av postdistribusjon av aviser. Et fylkeslag peker på at det burde vært et skoleringskurs før valgkampen slik at de hadde vært bedre forberedt til oppgavene som skulle gjøres.

## Avsluttende kommentarer

Etter årets valg har vi en situasjon der det for første gang er neiflertall på Stortinget, og det har aldri vært flere EØS-motstandere enn nå blant stortingsrepresentantene. Dersom tilslutning til EUs energibyrå ACER behandles etter Grunnlovens § 115 med 2/3-flertall så er det i dag et blokkerende mindretall på Stortinget. Det kan det også være i andre spørsmål om suverenitetsavståelse.

I Nei til EU har vi lett for å være svært ambisiøse, og det er viktig å tilpasse ambisjonsnivået til de ressurser som er tilgjengelige. Vi blir sårbare når nøkkelpersoner er borte, enten det er snakk om ansatte eller valgte. Det er ingen tvil om at kandidatundersøkelsen og partioversikten er viktige dokumenter som bør videreføres, men siden produksjonen av valgviser binder opp store ressurser både sentralt og lokalt er det viktig å vurdere dette opp mot andre tiltak og trykksaker. Skal en peke på andre svakheter ved årets kampanje så var det litt for mange som ikke svarte på undersøkelsen og at vi både lokalt og sentralt kunne brukt «nei-alliansen» bedre.

Det er likevel på sosiale medier Nei til EU har kommet mye lengre enn tidligere. Det har vært daglige nettsaker, det har vært laget videoer og delingsbilder som er blitt delt.

Kombinasjonen av å følge valgkampen tett og bruke ressursene i staben til å produsere gode digitale produkter er viktig, men dersom dette skal bli gjennomført med tilstrekkelig kvalitet er det viktig å prioritere mellom produksjon av mange trykksaker eller færre trykksaker og mer digital produksjon.

## Vedlegg: Oversikt over spredning i fylkeslag

Fylkenes svar er tolket slik at de kan beskrives med tall. Vi mangler svar fra noen fylker, og det gjøres oppmerksom på at det kan være noen mindre feil i gjengivelsen.

Fylkeslag	Antall aviser bestilt/spredd	I postkasser?	På stand?	Betalt distribusjon?	Annet vis?
Totalt	321 100/196 850	160800	16400	16100	3550
Finnmark	1500/1200	600	600	0	0
Troms	11 400/-	-	-	-	-
Nordland	1500/1500	1200	300	0	0
Nord-Trøndelag	-	-	-	-	-
Sør-Trøndelag	55 000/35 000	34000	1000	0	-
Møre og Romsdal	1500/1000	1000	0	0	0
Sogn og Fjordane	40 000/28 000	27500	500	0	0
Hordaland	60 000/54 350	48700	3500	1100	1050
Rogaland	50 000/35 000	20000	0	15000	0
Vest-Agder	30 000/-	-	-	-	-
Aust-Agder	900/500	100	400	0	0
Telemark	1000/300	0	300	0	0
Vestfold	*/2000	500	1000	0	500
Buskerud	9500/9500	9000	500	-	-
Oslo	7000/5000	1000	4000	0	0
Akershus	10 000/-	-	-	-	-
Østfold	6000/-	-	-	-	-
Oppland	5500/5500	5200	300	0	0
Hedmark	28 000/18 000	12000	4000	0	2000

\* I oversikten over bestilte aviser ligger Vestfold inne med 500 stk.

Vedlegg: Oversikt over annen aktivitet i fylkeslag

Fylkeslag	Åpner møter arrangert?	Antall stands i valgkamp?	Deltok på andres valgmøter?	Antall leserinnlegg i valgkamp?	Antall redaksjonelle Oppslag?	Vervet i valgkamp
<b>Totalt</b>	<b>10</b>	<b>58</b>	<b>19</b>	<b>91</b>	<b>13</b>	<b>83</b>
Finnmark	0	0	3	2	0	-
Troms	-	-	-	-	-	-
Nordland	1	2	1	1	4	50
Nord-Trøndelag	0	0	0	0	0	0
Sør-Trøndelag	1	6	1	4	1	4
Møre og Romsdal	0	5	1	54	-	4
Sogn og Fjordane	0	0	6	0	0	-
Hordaland	1	20	1	1	0	20
Rogaland	0	0	0	2	0	-
Vest-Agder	-	-	-	-	-	-
Aust-Agder	0	2	0	1	0	2
Telemark	1	6	1	2	0	-
Vestfold	2	4	0	1	2	3
Buskerud		2	3	15	3	-
Oslo	1	6	0	0	1	-
Akershus	-	-	-	-	-	-
Østfold	-	-	-	-	-	-
Oppland	3	4	2	5	1	-
Hedmark	0	1	0	3	1	-

Vedlegg: Andre tilbakemeldinger fra fylkeslag

### Finnmark

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Deltagelse på valgmøter i regi av andre

**Verveaktivitet:** Ingen

**Sosiale medier og andre medier:** Info på FB siden

**Alliansebygging:** Snakket med partiene.

### Troms

Mangler svar fra fylkeslaget

### Nordland

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Åpent møte, stands, leserinnlegg

**Verveaktivitet:** Vi har hatt fokus på valgkampen siden vervekampanjen i vår, og har siden det vervet femti medlemmer.

**Sosiale medier og andre medier:** Aktiv deling av relevant materiale på vår Facebookside

**Alliansebygging:** Samarbeidet med Rødt, SV og SP om meningsmåling om EØS-støtte

### Nord-Trøndelag

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Det har dessverre vært lite aktivitet i fylkeslaget, noe som beklages fra fylkesleder.

### Sør-Trøndelag

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Åpent møte, stands, deltagelse på valgmøter i regi av andre, leserinnlegg

**Verveaktivitet:** Ja

**Sosiale medier og andre medier:** Diverse innlegg på sosiale medier

**Alliansebygging:** Deltok på Agrisjå, Norges største landbruksmesse. Dessuten deltakelse på kystmesser i Bessaker og Lysøysund.

**Annet:** To festivalbesøk

### Møre og Romsdal

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Stands, deltagelse på valgmøter i regi av andre, leserinnlegg,

**Verveaktivitet:** På 4 arrangement, resultatet ukjent

**Sosiale medier og andre medier:** Leserinnlegg og på Facebook.

**Alliansebygging:** Kontakt med politikere.



### Sogn og Fjordane

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Deltagelse på valgmøter i regi av andre

**Verveaktivitet:** Ingen

**Sosiale medier og andre medier:** Fylkesleder disponerer ikke FB-siden til fylkeslaget

**Alliansebygging:** Fylkesleder snakket med mange av stortingskandidatene om hvor viktig det er å ha øynene festet på EØS og Brexit.

### Hordaland

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Åpent møte, stands, deltagelse på valgmøter i regi av andre, leserinnlegg,

**Verveaktivitet:** Vervet på alle stands + ringte på lister Nortura & Tine, antakelig ca 20 i alt.

**Sosiale medier og andre medier:** La ut info på hjemmesiden og på vår FB-side om valgmøtet pluss om kandidatundersøkelsen for Hordaland.

**Alliansebygging:** Inviterte fagbevegelse til valgmøtet vårt + at 6 parti satt i panelet. SP, SV og Rødt var til stor (og helt nødvendig) hjelp i avisutdelinga i mange distriktskommuner. I Bergen og enkelte andre kommuner hadde «vennligsinna» parti Standpunkt i sine valgboder.

**Annet:** Stands på to videregående skoler

### Rogaland

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Leserinnlegg

**Verveaktivitet:** Ikke systematisk

**Sosiale medier og andre medier:** Ikke systematisk

**Alliansebygging:** Lite systematisk

**Annet:** Bare utdeling av Standpunkt

### Vest-Agder

Mangler svar fra fylkeslaget

### Aust-Agder

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Stands, deltagelse på valgmøter i regi av andre, leserinnlegg

**Verveaktivitet:** Ja, på ett arrangement. Resultat ukjent.

**Sosiale medier og andre medier:** Leserinnlegg

**Alliansebygging:**

**Annet:** Avisutdeling og samtale med folk på stands

### Telemark

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Åpent møte, stands

**Verveaktivitet:** Stand på Dyrsku'n i Seljord

**Sosiale medier og andre medier:** La ut litt på Facebook

**Alliansebygging:** Samarbeidet med fagbevegelsen om EØS møtet

### Vestfold

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Åpent møte, stands, leserinnlegg

**Verveaktivitet:** Ja, på markedet i Vivestad, tror vi fikk 3 nye medlemmer.

**Sosiale medier og andre medier:** En del av oss er på Facebook, og skrev der

**Alliansebygging:** Nært samarbeid med Senterpartiet og SV til ombæring, bl.a.

**Annet:** Åpent møte, 4 stands

### Buskerud

Mangler svar fra fylkeslaget

### Oslo

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Åpent møte, stands

**Verveaktivitet:** Hadde verveblokk med ved utdeling av valgviser

**Sosiale medier og andre medier:** Info om åpent møte om sosial dumping 26.8. ble publisert på Facebook, og møteinvitasjoner ble sendt til flere medier.

**Alliansebygging:** Vi fikk Sp, SV og Rødt til å legge ut valgviser i valgbodene på Karl Johan

**Annet:** Åpent møte om sosial dumping 26.8. i samarbeid med Akershus Nei til EU

### Akershus

Mangler svar fra fylkeslaget

### Østfold

Mangler svar fra fylkeslaget

### Oppland

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Åpent møte, stands, deltagelse på valgmøter i regi av andre

**Verveaktivitet:** Vi har verving på dagsorden hele året. På alle styremøter.

**Sosiale medier og andre medier:** Hjemmesida vår på Facebook, leserinnlegg og redaksjonell omtale.

**Alliansebygging:** Godt samarbeide med nei partiene.

### Hedmark

**Type aktivitet i fylkeslaget:** Stands, leserinnlegg, redaksjonell omtale

**Verveaktivitet:** Egne verveplaner

**Sosiale medier og andre medier:** En av styremedlemmene la ut noe på Facebook.

**Alliansebygging:** Stands sammen med Sp og Ap i samme område, og ellers samarbeid med politiske partier, Sp og Rødt