

Vänsterpartiet

Storstockholms

valutvärdering



Vänsterpartiet
Storstockholm,
maj 2015

Inledning

Det är en inte alldeles enkel uppgift att tolka valresultatet för Vänsterpartiet i valen 2014. Efter en vår där vi låg starka i opinionsmätningarna blev resultatet på 6,3 % (+0,65) i EU-valet något av en besvikelse, istället för den skjuts inför höstens val som många hade räknat med. Även i riksdagsvalet blev resultatet lägre än de flesta väntat sig. Såväl opinionsmätningarna som den allmänna känslan bland vänsterpartistiska valarbetare hade gett vid handen att Vänsterpartiet skulle göra ett bättre val än vi faktiskt gjorde. Även om de 5,72 % vi samlade i riksdagsvalet innebar att en 16-årig trend av sjunkande valresultat äntligen bröts, kändes den blygsamma ökningen på 0,11 procentenheter svår att fira.

Bilden av ett dystert valresultat förändras dock om man ser till vårt valresultat i många kommuner och landsting – inte minst i Storstockholmsdistriktet.

I Stockholms län gick vi fram i 25 av 26 kommuner och i landstingsvalet ökade vi från 6,2 till 7,7 %.

I Stockholms län gick vi fram i 25 av 26 kommuner och i landstingsvalet ökade vi från 6,2 till 7,7 %. Vi ingår idag i styrande majoriteter i fem Stockholmskommuner – tre fler än förra mandatperioden. En av de nya majoriteterna vi ingår i, är den viktiga Stockholms stad.

Ett annat sätt att mäta våra framgångar under valåret, är att se till hur många människor som valt att organisera sig i Vänsterpartiet. Precis som på många andra håll i landet växte vi här kraftigt under valåret. Mellan den 1 januari 2014 och den 1 januari 2015 blev vi 1088 fler medlemmar i Vänsterpartiet Storstockholm. Vi gick från 3537 till 4624 medlemmar – en ökning med hela 31 %. Det innebär att vi är större nu än vid den senaste medlemstoppen som kom vid folkomröstningskampanjen om kärnkraft 1980.

Sammantaget innebär detta att vi i denna utvärdering snarare än att fråga oss vad vi gjorde fel i valrörelsen, bör fråga oss det motsatta: hur kommer det sig att vi lyckades så pass bra i Stockholmsdistriktet? Vi behöver ta tillvara våra positiva erfarenheter och bevara och utveckla dessa inför kommande valrörelser. Samtidigt finns det alltid sådant i en valrörelse som behöver göras bättre. Ambitionen i den här valutvärderingen är att ta fasta både på sådant vi gjorde bra och sådant vi bör förändra inför 2018.

**Stockholm 2015-05-08,
Elisabeth Biström
Pia Ortiz-Venegas
Zakarias Zouhir**

Innehåll

Inledning	2
Resultatet av valrörelsen 2014	4
Så organiserades valarbetet	5
Förberedelsearbete	5
Valledning och operativ grupp	5
Anställningar	6
Kommunikation och material	6
Valrörelsen ur partiföreningarnas perspektiv	7
Våra politiska budskap	11
”Inte till salu”	11
”Vänstern kan styra”	13
Makten över dagordningen – hur förhåll vi oss till andras budskap?	13
Personvalskampanjer	15
Avslutning	16

Resultatet av valrörelsen 2014

Distriktsårskonferensen 2014 antog fyra målsättningar för valrörelsen:

1. Maktskifte i riksdag och landsting
2. Fler rödgröna kommuner i distriktet
3. Bli en starkare opposition i landstinget och i alla kommuner
4. Bli ett starkare vänsterparti genom fler medlemmar.

Det första målet uppnåddes delvis. Högerregeringen förlorade och det blev ett regeringsskifte, dock med en stark ökning för Sverigedemokraterna och därmed avsaknad av rödgrön majoritet i riksdagen. I Stockholms läns landsting backade framförallt Moderaterna mycket kraftigt, men högeralliansen har med sina 72 mandat mot S-V-Mp:s 68 behållit makten via passivt stöd av Sverigedemokraterna, som vann 9 mandat. Vänsterpartiet stärktes i landstingsvalet med två nya mandat, till 12 mandat.

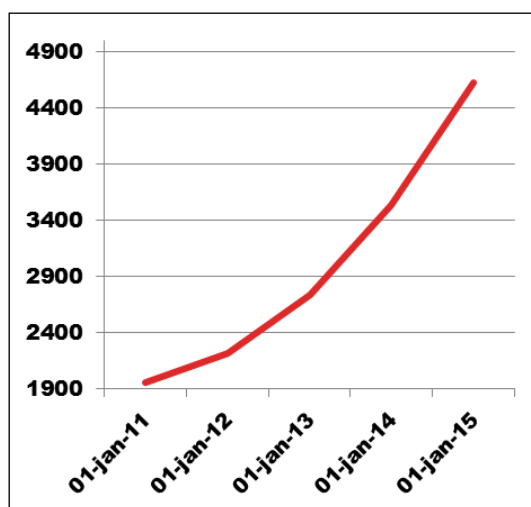
Innan valet ingick vi i styrande majoriteter endast i Botkyrka och Södertälje. Idag ingår vi fortsatt i majoritet i dessa och kan lägga Upplands Väsby, Sundbyberg och Stockholms stad till listan.

Det andra målet, att få fler rödgröna kommuner i distriktet, uppnådde vi. Innan valet ingick vi i styrande majoritet endast i Botkyrka och Södertälje. Idag ingår vi fortsatt i majoritet i dessa och kan lägga Upplands Väsby, Sundbyberg och Stockholms stad till listan över kommuner där vi är med och styr. Det innebär även att vi idag ingår i majoritet i de fyra största kommunerna i Sverige: Stockholm, Göteborg, Malmö och Uppsala.

Det tredje målet var att bli en starkare opposition i landstinget och i alla kommuner. Vi ökade både i landstingsvalet och i 25 av 26 kommuner i länet. I många kommuner var vi nära att nå rödgrön majoritet. Den enda kommun där vi inte gick fram i valet, var Nykvarn, som tyvärr också är den kommun där Sverigedemokraterna fick sina bästa siffror.

Som tidigare nämnts, uppnåddes det fjärde målet med råge. Vi ökade mycket kraftigt i medlemsantal och är med våra dryga 4 600 medlemmar nu ett större distrikt än vi varit sedan tidigt 1980-tal.

Figur 1. Medlemsutveckling, Vänsterpartiet Storstockholm 2011-2015



Valresultatet gav oss ett nytt mandat på stockholmsbänken och vi representeras nu i riksdagen av Nooshi Dadgostar, Ali Esbati, Jens Holm, Amineh Kakabaveh och Karin Rågsjö – tre kvinnor och två män, således. I landstingsvalet fick vi 12 mandat, av dem besattes nio av kvinnor och tre av män. I de sammanlagt 68 mandat vi samlade i länets kommunfullmäktigeförsamlingar, var 54 % av de valda vänsterpartisterna kvinnor och 46 % män.

Så organiserades valarbetet

Förberedelsearbete

Diskussionerna om hur Vänsterpartiet Storstockholm skulle organisera valrörelsen 2014 inleddes tidigt. 2011 beslutade distriktsårskonferensen att distriktsstyrelsen skulle genomföra en organisationsutredning som skulle utreda hur distriktet kunde vässas för att vinna kommande val. Utredningen, som skulle ta hänsyn till den framtidsstrategi som partikongressen 2012 beslutade om, resulterade i en rapport som presenterades i december 2012. Den lade fokus på att distriktsstyrelsen skulle bli en mer strategisk och politisk ledning, snarare än en administrativ och operativ. Det, tillsammans med en rad andra åtgärder, skulle lägga grunden för en starkare organisation inför valen 2014.

På distriktsårskonferensen i mars 2013 antogs en valstrategi, där ”vinster i välfärden”, ”bättre villkor på jobbet” och ”klimatsmarta hyresrätter med rimliga hyror” valdes ut som profilfrågor att arbeta med inför och under valrörelsen. Valstrategin handlade i övrigt i stor utsträckning om hur valrörelsen skulle organiseras. Där slogs bland annat fast vilka målgrupper och geografiska områden som distriktet skulle prioritera. Våra målgrupper skulle vara LO-anslutna, kvinnor, personer med invandrarbakgrund och ungdomar. De geografiska områdena distriktet skulle prioritera sina resurser till, var, förutom centrala knypunkter, ”förorter i Stockholms stad samt delar av vissa kranskommuner som bebos av personer inom målgruppen”. Även arbetsplatser pekades ut som platser där vi kunde nå våra målgrupper.

Valledning och operativ grupp

I utvärderingen efter valet 2010 rekommenderades distriktsstyrelsen att dela upp valledningen i en strategisk politisk styrgrupp och en operativ grupp. Distriktsstyrelsen valde att följa den rekommendationen – som också ingick i den av distriktsårskonferensen beslutade valstrategin – och tillsatte hösten 2013 en valledning med strategiskt ansvar. I den ingick Seluah Alsaati (distriktsordförande), Elisabeth Biström (Solna), Camilla Carlberg (Nacka), Mats Einarsson (distriktsstyrelsen), Håkan Jörnehed (landstingsgruppen) och Sebastian Wiklund (stadshusgruppen). Valledningen var densamma för både Europaparlamentsvalet och de allmänna valen.

Fram till mars deltog distriktsexpeditionens valkoordinatorer Anna Herdy och Björn Öberg på valledningens möten och från och med februari deltog distriktsexpeditionens kanslichef Kalle Larsson. Dessa utgjorde en direkt länk mellan valledningen och den operativa gruppen, som hade uppdraget att verkställa valledningens beslut. Valledningen hölls också informerad om operativa gruppens arbete genom att få del av minnesanteckningar från deras

möten. Samordningen mellan valledningen och den operativa gruppen fungerade väl.

Utöver valledning och operativ grupp fanns också en informationsgrupp bestående av press- och informationsansvariga från distriktsexpeditionen (Anna Herdy och Louise Löthén), stadshuskansliet (Petter Nilsson, Jessica Nordh och Siri Jonsson) och landstingskansliet (Ingrid Falk).

Slutsatser och rekommendationer

- Uppdelningen mellan en strategisk valledning och en operativ grupp fungerade väl och bör användas även i nästa val. Storleken på valledningen var lämplig.
- För att valledningen ska fungera effektivt, är det viktigt att personerna som ingår i den har ett starkt mandat med sig från sina respektive delar av organisationen. Optimalt är därför att distriktsordförande samt gruppledarna från landstings- och stadshusgrupperna ingår i den strategiska valledningen.
- Ung Vänster Storstockholm bör ha en stående inbjudan till valledningens möten.

Anställningar

Utöver den normala arbetsstyrkan på distriktsexpeditionen beslutade valledningen att distriktet skulle förstärkas med fler anställda och arvoderade i flera omgångar. Louise Löthén och Edvin S. Fridh arbetade på heltid istället för halvtid och Sanna Sjögren arbetade under hela 2014 som valanställd ombudsman. Under EU-valet anställdes två valanställda och under hösten anställdes 11 extra valanställda. Nio av dessa hade i uppgift att arbeta gentemot de partiföreningar som fanns i de geografiskt prioriterade områdena i distriktet: Botkyrka, Farsta, Haninge, Huddinge, Hässelby-Vällingby, Järfälla, Kista, Skärholmen, Södertälje, Tensta-Rinkeby-Spånga och Vantör. Dessutom gav distriktsexpeditionen administrativ hjälp till en rad partiföreningar som hade egna valanställda. Två av riksdagskandidaterna – Nooshi Dadgostar och Karin Rågsjö – arvoderades under slutspurten för att bidra till valarbetet.

Slutsatser och rekommendationer

- Förstärkningen som valanställningar ger är ovärderlig i en valrörelse och ett effektivt sätt att använda distriktets begränsade ekonomiska resurser.
- De prioriterade föreningarna fick ett tydligt lyft genom stödet från särskilda valanställda. Upplägget kan med fördel upprepas i nästa valrörelse. Det är dock viktigt att distriktet finns till hands även för övriga föreningar och avsätter personal till detta.

Kommunikation och material

Distriktets kommunikation i valrörelsen byggde bland annat på den valstrategi som distriktsårskonferensen antog i mars 2013, och på en kommunikationsstrategi som valledningen antog i oktober 2013, på förslag av informationsgruppen.

I valstrategin slogs det fast att distriktet i all materialframställning skulle utgå ifrån den grafiska profil partiet centralt skulle ta fram, samt att valledningen skulle eftersträva att samordna och begränsa materialproduktionen i hela distriktet, i syfte att maximera partiets knappa ekonomiska resurser. Resultatet blev också att färre olika typer av material togs fram i detta val, jämfört med valet 2010. Dock valde stadshusgruppen att ta fram en egen masstidning, vid sidan av distriktets masstidning, samt en egen kampanjhemsida. Därmed uppfylldes inte beslutet i valstrategin att distriktet ”i samarbete med föreningarna, landstings- och stadshusgruppen [ska] ta fram ett gemensamt länsmaterial, till exempel en masstidning, utifrån våra profilfrågor.”

Distriktets masstidning, som hade informationsgruppen som redaktion producerades på distriktsexpeditionen, hette ”Inte till salu” och fördelades kostnadsfritt ut till alla partiföreningar. Förstaupplagan på 200 000 gick åt i valrörelsens slutskede och ett nytryck om 30 000 fick göras.

Landstingsgruppen tog fram två foldrar, en om kollektivtrafik och en om sjukvårdspolitik. Många partiföreningar tog fram egna affischer, flygblad och foldrar och fick i linje med valstrategin hjälp från distriktsexpeditionen med att utforma dessa i enlighet med partiets centrala grafiska profil.

Slutsatser och rekommendationer

- Ambitionen att samordna materialproduktionen bör kvarstå till nästa valrörelse. Kommunikationen bör utgå ifrån ett mottagarperspektiv och inte från vilken del av Vänsterpartiets organisation som är avsändare.
- Vi behöver i ännu högre utsträckning vässa till vår utåtriktade profil. Det ska se snyggt och välkomnande ut när man träffar på Vänsterpartiet på torget. Det bör också se ungefär likadant ut, oavsett var man träffar Vänsterpartiet. För väljaren ska det vara enkelt att identifiera partiet och inbjudande att komma och prata. Det bör vara vägledande för framtagande och inköp av material och profilprodukter inför nästa val.
- Det interna köp och sälj system som idag används riskerar att motverka den enhetliga bilden av vänsterpartiet. Vi bör överväga om vissa gemensamma produkter som t ex jackor bör delas ut till samtliga föreningar i kommande val.
- Valstugor passar på vissa ställen, men inte överallt. Framförallt behöver det finnas kapacitet till många aktivister och mycket aktivitet kring stugan, så att valstugan ger rätt bild av Vänsterpartiet: ett aktivt och välkomnande parti. Till nästa val bör vi vara än mer selektiva med vilka platser vi väljer att ha valstuga på.
- Ambitionen från distriktet att hjälpa partiföreningarna att ordna ”snygga” och välavvägda arrangemang var bra och bör upprepas i nästa valrörelse.

Valrörelsen ur partiföreningarnas perspektiv

I det här avsnittet sammanfattas de synpunkter som partiföreningarna fört fram, dels på den träff som distriktet ordnade med partiföreningarnas ordförande, valledare och gruppleddare i början av oktober och dels genom den enkät som valutvärderingsgruppen skickade ut i början av november. Nio föreningar

skickade in enkätsvar och på träffen deltog 37 personer från 30 partiföreningar. Det här är just en sammanfattning, men för den som vill fördjupa sig finns allt källmaterial samlat på distriktsexpeditionen.



Bild från Fittja, där Awaj Collective spelade på vårt torgmöte

En bättre valrörelse än på länge

En majoritet av föreningarna svarar att 2014-års valrörelse fungerade bättre än 2010: de var bättre organiserade och hade en bättre planering. Några har svårt att bedöma – de var inte aktiva 2010. Den förening som tydligast utvecklar sig kring en förändring jämfört med 2010-års valrörelse är Vänsterpartiet Sigtuna/Märsta. De skriver:

Vi tog avstamp redan från valet 2010 för att lyckas i valrörelsen 2014. Med ett långsiktigt strategiskt arbete som visade sig fungera mycket bra. Från att 2010 endast koncentrera arbetet till de sista 4 veckorna, har det förberedande arbetet för 2014 pågått under 4 år. På så vis fick vi ut full kraft i valrörelsen 2014. Hela partiföreningen har medverkat och varit aktiva och vi har mött en stor igenkänningsfaktor ute bland folk då vi löpande varit ute i verkligheten. Vi har också genom ökad aktivitet blivit bredare, deltagit i debatter, bredare utåtriktad verksamhet, sidoaktiviteter (barnteater m.m.) Vi är mycket nöjda med valrörelsen.

Organiseringen i partiföreningarna har överlag fungerat bra, enligt enkätsvaren. Någon förening hade dålig överblick i början av valrörelsen och saknade framförhållning, men de flesta svarar att deras egen organisering fungerade bra eller mycket bra. Ett par föreningar hade svårt att aktivera medlemmar och uppger att det var styrelsen plus ytterligare ett fåtal medlemmar som var aktiva: ”Det är samma 5-6 personer som gör allt i föreningen”. Andra berättar att det gått mycket bra.

Föreningarna berättar om en rad olika sätt på vilka de försökt aktivera medlemmar. Man har ringt runt – vid enstaka tillfällen, till samtliga eller alla medlemmar, en gång på våren och en på hösten, eller inför varje enskild aktivitet –, gjort utskick, bjudit in till föreningsmöten med valtema, skickat ut enkäter med förfrågningar om vad medlemmarna är intresserade av att bidra med, erbjudit valutbildningar, haft digitala valstugescheman – vilket inte fungerade särskilt bra –, och bjudit in via Facebook. En förening berättar att de arbetat med att ge medlemmar uppdrag, ansvar och stöttning för att långsiktigt bygga upp antalet aktiva:

Ett viktigt verktyg är att lägga kraft på de som är på plats vid aktiviteter. Att de känner sig välkomna och uppskattade. Istället för att ställa frågan. Vart är alla andra? Varför kom så få? Att uppmuntra till aktivitet har fungerat väl.

På vilket sätt var då våra medlemmar aktiva i valrörelsen? De flesta föreningar svarar att de bedrivit basarbete: bokbord, affischering, utdelning av material i brevlådor och brevkast, flygbladsutdelning, torgmöten och bemanning av samt aktiviteter i anslutning till valstugor. Det har deltagits på lokala festivaler, centrumdagar och marknader. En del av aktiviteterna var ätliga: det ordnades grillkvällar i bostadsområden och på torg, tårtkalas för mångfald (i anslutning till att Sverigedemokraternas partiledarturné kom till kommunen), utdelning av frukostpåsar i kollektivtrafiken och frukostbjudning ”med eller utan vinstintresse”, för att anknyta till parollen Inte till salu.



Bild från en av de frukostar med eller utan vinstintresse som flera partiföreningar ordnade som kampanjaktivitet.

Några föreningar berättar att de ordnade kulturaktiviteter som barnteater, vernissage med graffitimålning och filmvisning. Man hade också kontakt med andra föreningar, i form av besök hos lokala etniska föreningar eller samarbete med exempelvis Hyresgästföreningen. På många håll ordnades debatter där lokala partiföreträdare deltog. Vid en del av aktiviteterna deltog kända företrädare som Jonas Sjöstedt, Stefan Lindborg eller landstings- och riksdagskandidater. Dessa besök tycks överlag ha varit lyckade, även om man från olika håll lyfter fram lokala variationer: på ett ställe fungerade det bra att få bevakning från lokalmedia, medan en annan förening hade svårt att ordna pressträffar, exempelvis. Några efterfrågar också tidigare information från distriktet om besök från kandidater. Flera lyfter fram vikten av att vara på rätt plats för torgmöten, och att torgmöten fungerar bäst när det finns en artist som kan locka lyssnare och/eller någon som intervjuar personen på scen, istället för att denne endast håller tal. Några föreningar berättar att de hade velat ha hjälp att organisera dörrknackningar.

Vi hade valstugor på 24 platser i länet. Föreningar som inte hade valstuga använde sig av tält eller andra mobila lösningar. Somliga valde bort valstuga på grund av att de bedömer sig sakna kapacitet att bemanna den, andra på grund av att det inte finns något torg eller centrum i partiföreningens område där det lämpar sig för att ha en valstuga. Bland de som hade valstuga hade somliga problem med bemanning. Ett par föreningar konstaterar att de hade behövt hjälp från distriktet med grundläggande aktiviteter, som valstugebemanning och aktivister till exempelvis affisivering.

När det gäller hur affisivering fungerat, varierar svaren. För vissa föreningar fungerade affisivering mycket bra, andra var för få aktiva för att få upp så många affischer man ville. I Sundbyberg blev många affischer nerrivna och partiföreningen funderar på att inför nästa val försöka komma överens med övriga partier om att skippa affisivering. Det finns synpunkter på de centrala affisichernas utformning: ”tråkiga” och ”för stora”, är två omdömen. Distriktsexpeditionen får mycket beröm från partiföreningarna. Omdömena varierar mellan ”i stort sett bra” och ”väldigt bra”. Snabb hjälp med framtagande, tryck och leverans av material framhålls särskilt. De flesta föreningarna tycker också att de fick god information från distriktsexpeditionen. Några av kommentarerna från ordförande-, valledar- och gruppledarträffen var:

- ”Tillgängliga för hjälp”
- ”Bra stöd”
- ”Bra utbildningar”
- ”Väl servade med material”
- ”Lätt att få kontakt”
- ”Bra information”
- ”Snabb feedback”
- ”Bra och snabb service - snabbare än utlovat”
- ”Bra hjälp i tryckeriet”
- ”Jättevälorganiserad expedition”
- ”Bra dialog med snabb respons”

- ”Expen kunde trolla”

Det fanns också förslag på hur distriktets arbete kan bli bättre inför nästa val. Flera föreningar lyfter fram att de utbildningar som distriktet arrangerade var bra, men några tycker att de borde lagts tidigare – samtidigt som en förening menade att medlemmar vaknar sent och att det behövs aktivistutbildningar sent i valrörelsen också. De planerade videoinspelningarna från föreläsningar på Kafé Marx efterlystes.

Det fanns en del praktiska bekymmer kring material och valsedlar. Valsedlarna kom ut sent till föreningarna (vilket har sin förklaring i att de också levererades sent till distriktet). Någon förening kommenterade att de fick för mycket valsedlar. När det gäller valmaterialet, så tyckte flera föreningar att det var dyrt, särskilt hushållsutskicket. Någon ville ha hjälp från distriktet med utkörning. Webshopen strulade, vissa typer av material eller profilprodukter var stundtals slut. Valmaterial på andra språk efterlystes. Någon undrade över samordningen mellan Stockholms stad och distriktet – varför tog man fram varsin masstidning? Någon föreslog att vi ska ta fram mer miljövänligt material istället för exempelvis affischer. Ett par föreningar hade problem med informationen kring transport och försäljning av valstuga. Några tyckte att distriktet borde ha prioriterat sina resurser mot vissa stadsdelar eller kommuner tydligare. En tydligare strategi mot SD efterlystes.

Våra politiska budskap

”Inte till salu”

Mot bakgrund av att Vänsterpartiet i valet 2010 uppfattades av väljarna som det mest otydliga partiet, valde partiledningen i detta val att göra frågan om vinster i välfärden till vårt tydliga huvudbudskap, under parollen ”Inte till salu”. Den interna eftervalsdebatten har i stor utsträckning kommit att handla om huruvida det var rätt eller fel att tydligt fokusera på en fråga, och om vinster i välfärden i så fall var rätt fråga att fokusera på. Enligt den undersökning bland partiföreningarna som partiledningen genomförde efter valet, fanns det en bred samstämmighet i att det i huvudsak var positivt att fokusera på vinstfrågan. 87 % av de partiföreningar som deltog i undersökningen tyckte att det var rätt prioritering – om än med vissa förbehåll. Många ansåg att frågan var rätt, men att det blev lite för mycket fokus på den. Många svarade att frågan var bra, men för lågt prioriterad bland väljarna. Det sistnämnda kan man finna empiriskt stöd för. Bland de väljare som uppgav att de kunde tänka sig att rösta på vänsterpartiet, kom frågan om vinster i välfärden först på nionde plats i prioriteringslistan. Viktigast för denna grupp var skola och sjukvård¹. Man kan med tanke på detta fråga sig hur vi kunde ha tydliggjort den starka kopplingen mellan just vinstfrågan och kvaliteten i skola och sjukvård på ett bättre sätt.

I vår enkät till partiföreningarna i Vänsterpartiet Storstockholm, råder delade meningar om vinster i välfärden som huvudfråga. Medan några tycker att budskapet var mycket bra, har andra förslag om andra eller ytterligare frågor

¹ Se partistyrelsens valutvärdering, sid. 12.
<http://www.vansterpartiet.se/assets/Valutvardering20150424.pdf>

eller politikområden som de tycker borde ha lyfts. ”Ja till välfärd’ hade varit mycket bättre”, skriver en förening, som menar att ”Inte till salu” blev ett alltför negativt budskap. En motstående synpunkt är att vi borde ha ägnat oss åt mer så kallad negative campaigning: ”All skit från Alliansen borde ha synts”. ”Många väljare tyckte vår kampanj var bäst”, skriver en annan förening. ”Mot valrörelsens slut verkade det som att vi skulle behövt ha någon ytterligare fråga.”, tycker en tredje. Några upplever att ”Inte till salu” var för abstrakt; folk förstod inte vad vi menade. Alternativa frågor som det föreslås att vi borde drivit är exempelvis: sjukförsäkring, skolfrågor, internationell solidaritet och pensionsfrågan. De flesta föreningarna som svarat på enkäten uppger att de drivit lokala frågor, vid sidan av den centrala parollen. Några exempel på sådana är:

- skolmat
- kulturskoleavgifter
- bostadsfrågor
- höjda lägstalöner
- ökat stöd till tjej- och kvinnojourer
- feminism
- miljö/klimat/kollektivtrafik
- arbetstidsfrågor
- skolfrågor

Distriktet hade bostadspolitik som huvudfråga jämte vinstfrågan och stadshusgruppen hade därtill klimat som en tredje huvudfråga. Bilden att vi drev många andra frågor vid sidan av vinstfrågan, bekräftas i partistyrelsens valutvärdering. De skriver att ”sammantaget fanns det åtminstone 14 andra politiska frågor och områden som våra distrikt och partiföreningar urskilt när de tillfrågats om vilka frågor de tagit upp i sitt valarbete. Inslaget av lokala frågor är också stort i vänsterpartistiska valrörelser: 64 procent av våra partiföreningar drev lokala frågor ’som en av sina tre viktigaste frågor’.”

Slutsatser och rekommendationer

- Ambitionen att renodla vårt budskap i valrörelsen och fokusera på parollen ”Inte till salu” genomfördes inte till fullo. Det är en utmaning att få till en enhetlig profil i Vänsterpartiet, eftersom det finns en stark vilja att lyfta egna valfrågor i partiföreningar och parlamentariska grupper. Hur vi ska förhålla oss till det behöver vi diskutera i god tid inför nästa val.
- Jämfört med valet 2010 lyckades vi dock bättre med att fokusera på huvudbudskapet, vilket satte frågan om vinster i välfärden på agendan i valrörelsen och bäddade för politiska framsteg på området efter valet.



Bild på "Tantpatrullen" som lyfte pensionsfrågan i valrörelsen

"Vänstern kan styra"

I det strategidokument som Vänsterpartiets kongress antog 2012, slogs det fast att ett problem för oss är att vi uppfattas som ett parti som visserligen har sympatiska idéer, men som inte kan få genomslag för dessa i verkligheten. Att lyfta fram goda exempel från kommuner och landsting där Vänsterpartiet är med och styr har därför sedan dess varit en kommunikativ strategi från partiet centralt. Även i distriktets valstrategi lyftes detta fram:

Enligt en undersökning som partistyrelsen tagit fram har väljarna i relativt stor utsträckning förtroende för de sakfrågor och värderingar som Vänsterpartiet står för. Däremot är det färre som tror på att vi kan genomföra det i praktiken. Därför är det avgörande för oss att jobba för att skapa förtroende för vår politik. Vänsterpartiet har bra företrädare och en realistisk politik som är fullt möjlig att genomföra i praktiken. All vår kommunikation i diskussioner med människor, våra mediala utspel och vår materialframställning bör utgå från denna insikt. Vi måste visa att våra förslag är finansierade och genomförbara. Genom att ta fram goda exempel på vänsterpolitik som vi varit med och genomfört kan vi visa att det faktiskt spelar roll att rösta på Vänsterpartiet.

Ett konkret arbete distriktet genomförde i linje med detta, var förvalskampanjen "Hem för alla". I den arbetades konkreta platser fram för var vi vill se ökat bostadsbyggande. Förvalskampanjen engagerade många partiföreningar och medlemmar, fungerade väl för att få igång organisationen inför valrörelserna och gav bra medial utdelning.

Makten över dagordningen – hur förhåll vi oss till andras budskap?

Även om ett parti via kongresser och årskonferenser bestämt sig för vilka budskap man vill lyfta fram i en valrörelse, kommer man oundvikligen tvingas förhålla sig till andra politiska frågor än de man själv valt att prioritera. Det handlar om utspel från andra partier, som syftar till att flytta debatten till dessas planhalva. Det kan röra sig om frågor media vill lyfta fram, eller om händelser i omvärlden som man behöver förhålla sig till. En valrörelse är en slags dragkamp mellan behovet att nå ut med sitt eget budskap och nödvändigheten

att navigera i de många andra budskap som florerar i media, på nätet, i debatter eller i samtalen med väljare på torget. I valrörelsen 2014 fanns ett antal sådana budskap som vi behövde förhålla oss till.

Moderaternas negative campaigning

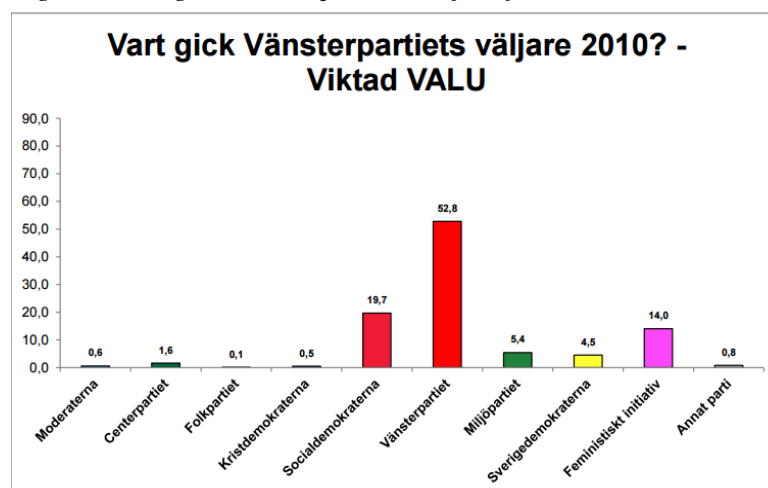
I slutspurten av höstens valrörelse, gjorde Moderaterna i Stockholm en stor affischkampanj med så kallad ”negative campaigning”-budskap, det vill säga budskap som fokuserar på att beskriva motståndarens politik i negativa termer, snarare än att lyfta fram sina egna förslag. ”R.I.P RUT”, ”Ajöken nio nya tunnelbanestationer”, ”The end of ungdomsjobb”, ”Boom, där rök försvaret” och ”Bye bye förbifarten” var några av rubrikerna, och budskapet lydde: ”Om de rödgröna får bestämma kan vi säga adjö till många bra saker”. Eftersom Moderaterna köpte en stor mängd annonsplatser i kollektivtrafiken och flitigt satte upp affischer runt om i staden, väckte kampanjen mycket debatt och uppmärksamhet. Om den var till fördel för moderaterna eller inte, är svårt att säga.

Feministiskt initiativs framgångar

En bra bit in på våren 2014, låg Feministiskt initiativ lågt i opinionsmätningarna – omkring en procent i de flesta fall. Det gjorde att många blev förvånade över partiets snabba uppgång inför EU-valet. Valledningen hade den 24 april en diskussion om vårt förhållningssätt till Feministiskt initiativ, som i korthet landade i att vi skulle undvika att gå i polemik mot dem (eftersom de knappast var att betrakta som våra politiska motståndare), att vi skulle avstå från att gå in i diskussionen om taktikröstning (eftersom den utgår ifrån att Vänsterpartiet skulle vara ett sämre feministiskt alternativ än Feministiskt initiativ) och att vi skulle ta fram en text på temat ”Vänsterpartiets feminism, frågor och svar”, så att våra valaktivister enkelt skulle kunna svara på frågan om varför man skulle välja Vänsterpartiet om man ville lägga en feministisk röst i valen. Diskussionen och inriktningen följdes upp i senare diskussioner i valledningen.

I efterhand kan man konstatera att Feministiskt initiativ kom in i Europaparlamentet och i Stockholms stads kommunfullmäktige, men inte i riksdagen. I riksdagsvalet förlorade vi förvisso en del väljare till dem, men vi förlorade fler till Socialdemokraterna.

Figur 2. Vart gick Vänsterpartiets väljare från 2010 i valet 2014?²



En slutsats man kan dra är att det hade varit motiverat att i högre utsträckning diskutera och förhålla sig till Socialdemokraterna än till Feministiskt initiativ. Stundtals gjorde den mediala fokuseringen på Feministiskt initiativ och det faktum att många överraskades av deras kraftiga uppgång i opinionen samt starka resultat i Europaparlamentsvalet, att vi nog lade mer tid och kraft än nödvändigt på att fundera över och prata om detta parti. En lärdom att ha med sig till kommande valrörelser.

Rasistiska partier

Valledningen hade återkommande diskussioner om hur vi skulle förhålla oss till rasistiska partier, bland annat Svenskarnas parti och Sverigedemokraterna. Utifrån dessa diskussioner togs bland annat särskilda antirasistiska material fram. Sverigedemokraterna gjorde stora valframgångar, och gick i Stockholms län från 4,2 till 9,7 % i riksdagsvalet, vilket inte går att se som annat än ett misslyckande för oss och övriga delar av arbetarrörelsen.

Personvalskampanjer

Vänsterpartiet förespråkar partival och har under lång tid motsatt sig utvecklingen mot starkare inslag av personval i det svenska valsystemet. I partiets centrala riktlinjer om personval, motiveras det såhär:

Att fortsätta utvecklingen från partival till mer av personval innebär flera risker ur demokratisk synpunkt. Det finns ett stort värde i att väljarna tar ställning till politiska program snarare än enskilda individer. Ett starkt inslag av personval kan flytta intresset från partiernas helhetsförslag till att mer handla om enskilda politikernas personliga egenskaper eller "hjärtefrågor". Ekonomiskt starka krafter kan komma att finansiera vissa kandidater och få makt över dem. Då kan demokratin, i meningen medborgarnas makt över politiken, urholkas.

Riktlinjerna klargör att medlemmar och partiföreningar uppmanas att avstå från personvalskampanjer som har till syfte att ändra den av partiet beslutade rangordningen av kandidater. Denna linje ligger fast sedan 1998, då

² Per Oleskog Tryggvason. *Vikten av vikter: Sammanställning av viktade resultat från SVT:s vallokalsundersökning 2014*. Göteborgs universitet, 2014, sid.60.

personvalssystemet med personkryss infördes. Trots detta bedrevs personvalskampanjer i storstockholmsdistriktet i valrörelsen 2014.

Vалledningen beslutade i april att anta lokala riktlinjer som förtydligade partiets hållning. Dessa byggde på de centrala riktlinjerna, och stadgarnas § 144: ”Partiet verkar för att partiets samlade politiska alternativ ska stå i centrum i valrörelserna och för att partiets demokratiskt fastställda kandidatornning ska vinna väljarnas stöd.” De förtydligade riktlinjerna skickades den 28 april ut till samtliga kandidater och partiföreningsordföranden, tillsammans med de centrala riktlinjerna. De spreds även flertalet gånger via distriktets veckobrev och ingick i den valhandbok för styrelser och aktivister som distriktsexpeditionen tog fram. På valledningens uppdrag hade distriktsexpeditionens kanslichef därtill upprepade samtal med dem som bedrev personvalskampanjer. Resultatet av dessa kontakter var inte fullt ut tillfredsställande. Trots valledningens försök att tydliggöra partiets syn på personval, bedrevs ett personvalskampanjer, med eget material och egna valfrågor, i strid mot partiets riktlinjer och beslut.

60 % av de 20 vänsterpartister som blev personkryssade in i något kommunfullmäktige i länet var män. Mönstret att personkryss framförallt gynnar män – som även fanns i valet 2010 – innebär att frågan även behöver förstås ur ett feministiskt perspektiv.

Slutsatser och rekommendationer

- Distriktsstyrelsen och/eller valledningen bör tidigt i planeringen av nästa valrörelse ha en diskussion om personvalskampanjer och utifrån de dåliga erfarenheterna i valrörelsen 2014 utforma en strategi för hantering av eventuella liknande problem 2018.
- Valberedningen som förbereder förslag till listor bör fråga dem som vill kandidera för Vänsterpartiet om hur de ser på personvalskampanjer, så att valkonferensen får möjlighet att göra ett informerat val ur denna aspekt.

Avslutning

Vänsterpartiet Storstockholm gjorde starka valrörelser under det så kallade supervalåret 2014. Det ledde till att vi gick framåt i 25 av 26 kommuner, fick fler mandat i landstinget och ytterligare en riksdagsledamot från länet. Därtill kommer den enormt stora medlemstillströmningen, som gjort att vi är ett större distrikt än vi varit sedan tidigt 1980-tal. Framgångarna kom ur gemensamma krafter och ansträngningar från distriktsledning, kanslier, kandidater, partiföreningar och medlemmar runt om i distriktet. Om vi tar tillvara allt vi gemensamt uppnådde i valrörelserna 2014, har vi potential att vara en starkare kraft än på flera decennier inför valet 2018. Det förutsätter att vi redan idag börjar arbeta för att bibehålla och stärka organisationen. Att vi ger alla nya medlemmar plats och möjlighet att bli aktiva och att vi fortsätter vara ett parti som är ute i människors vardag och gör skillnad – inte bara för att skaffa röster och mandat i val, utan för att förändra samhället i grunden.

Det arbetet börjar nu.