

## Vi er ét hold

Præmissen for kandidatarbejdet i storkreds Sjælland er at det er teamwork. Med teamwork mener vi: et tæt samarbejde mellem kandidater, aspiranter og kandidatudvalg samt et tæt samarbejde med lokalforeningerne.

### For kandidatgruppen er der to faser:

#### 1. frem til valget

- a. har ageret vi som et hold på tværs af storkredsen
- b. man kan forberede sin egen kampagne til valgkampen

#### 2. selve valgkampen

- a. her er der en overordnet kampagne for hele Alternativet, som koordineres på storkredsniveau og som lokalkredsene er en del af
- b. kandidaterne kører deres kampagner, som nok køres af hver enkelt, men som forståelsesmæssigt er en del af det samlede (vi har et billede af, at vi er en cirkel, men vi kigger alle ud og skulle gerne nå ud i alle afkroge af kredsen)
- c. Dele af dette, fx deltagelse i valgmøder, koordineres på storkredsniveau

## Alle er en del af samme kampagne

Storkredsen nedsætter et valgteam, som organiserer og støtter i overensstemmelse med dette manifest.

Alle lokalforeninger skal hurtigst muligt have kampagneplanen fra Storkredsens valgteam, så man kan gå i gang med at planlægge den lokalt, så den kan rulle ud så snart der bliver trykket på knappen.

Der skal også laves en ny afklaring af hvilke kandidater der dækker hvilke kommuner, når selve valgkampen går i gang, og hvem der koordinere deltagelse i valgmøderne.

### Vi skal være synlige på gader og stræder

Vi skal i gang med facing. Vi så tre *niveauer*:

1. Den enkle, hvor mindst to(!), stiller sig et sted og møder folk, taler med folk og deler materiale ud. Kan være relativt spontant.
2. Yderligere at man har noget synligt med (fx et element fra det fælles visuelle udtryk, kunne være en parasol, hvis vi vælger modellen nedenfor, et A-skilt med/plakater). Atter er det vigtigt at man ikke står alene, altid mindst to.
3. Et større set op, som er lokalt funderet, er hele det visuelle udtryk. Her kan man tilføje events, hvis man har overskud til det - fx kaffe.

Vi talte ikke om canvassing<sup>1</sup>, men da der blev talt en del om at lokalgrupperne endnu ikke har megen energi oven på KV17, vil det heller ikke være relevant på nuværende tidspunkt.

---

<sup>1</sup> **Kanvas** (af engelsk: *canvassing*), også kaldet **kold kanvas** eller **dørsalg**, er en salgsmetode, hvor en sælger kontakter en potentiel kunde uden at have en forudgående aftale. Metoden anvendes også under valgkampe, hvor kandidaterne stemmer dørklokker hos vælgere i håb om at få deres stemme.

## **Vi skal være genkendelige**

Vi laver et fælles visuelt kampagneudtryk på tværs af storkredsen, så det ser ens ud i alle lokalkredse. Det er intentionen, at det skal kunne sættes i gang allerede nu og holde helt frem til valget.

### **Det skal være**

- enkelt i sit udtryk
- billigt – og vi skal kunne opnå mængderabatter
- nemt at gennemføre
- letgenkendeligt

### **Som eksempel kunne det være, at alle har**

- tre grønne parasoller
- tre spande parasollerne kan stå i (med sand eller jord)
- manilamærker
- elastikker
- kuglepenne

Så slår man parasollerne op, og når man taler med folk kan de skrive på et manilamærke med forslag, ideer eller andet, som så sættes på parasollerne med elastikker, og så kan kandidaterne tage det med ind i deres politiske arbejde.

## **Kandidaternes katalog**

Kandidaterne har udarbejdet et katalog med aktiviteter, som de tilbyder lokalforeningerne allerede nu. Det er en bred vifte af aktiviteter, som kan bruges både internt, eksternt, som aktivisme, oplysning osv.

I kataloget fremgår det hvad man kan forvente af kandidaten, og hvad man lokalt skal gøre, for at det kan blive til noget. Tilbuddene kan inddeles i tre kategorier i forhold til den indsats lokalforeningerne skal lægge i opgaven:

1. Kan gennemføres uden (eller med minimal) lokal indsats
2. Lokalforeningen skal lave en mindre indsats
3. Større indsats fra lokalforeningen enten sammen kandidaten eller ud fra et koncept

## **Materiale**

Vi vil gerne trykke en fælles avis på fx 8 sider. Den skal tage sit afsæt i vores partiprogram. Vi opfinder ikke ny tekst, men udvælger hvilke dele, der skal trykkes. Desuden skal der være en kort præsentation af kandidaterne. Denne skal trykkes i mange eksemplarer (fx 10.000), som kan bruges både af lokalforeninger, kandidater, til arrangementer, til at dele ud når vi facer, til at lægge strategiske steder osv.

Som udgangspunkt redigerer kandidatgruppen indholdet, men aspiranter og andre fra den fælles gruppe er velkommen til at deltage.

## På den lange bane

Rekruttering til fremtidige kandidater, aspiranter, kampagneteam og valgteam vil være en integreret del af arbejdet. Når vi arbejder sammen som hold, som beskrevet, så ser vi gerne, at aspiranter og andre interesserede indgår i arbejdet i gruppen af kandidater, aspiranter, KU og valgteam.

Ved at indgå i denne gruppe kan man lettere blive afklaret på opgaven, og man kan blive klædt på og trænet til opgaven. Samtidig er det vigtigt for vores måde at arbejde sammen på, at vi løfter denne opgave sammen.

I forhold til supplerings af kandidatgruppen, som der er lagt op til, blev det slået fast at supplerings er et nøgleord, så det ikke er en gentagelse ej heller mere af det samme. Der er fire områder at tage i betragtning, når man laver supplerings:

- mangfoldighed uden at det bliver mangfoldighed for mangfoldighedens skyld
- geografisk forankring
- at sikre et felt som borgerne/vælgerne kan føle sig repræsenteret af
- at der er en vis erfaring med det politiske, da de suppleringsvalgte skal træde direkte ind i kampagnearbejdet (også derfor er det godt at være en del af gruppen så hurtigt man begynder at overveje, at man gerne vil aspirere)

*Udarbejdet på KU18s kandidatmøde 07.04.2018*