**Faktuelt:**

Vi fik 782 stemmer, svarende til 3,3 %. Det højeste blandt lokalforeningerne i Nordsjælland.

Vi var i grønt valgforbund og det bragte os tættere på en plads, men ikke helt i mål.

Vi var det parti, der var tættest på at komme ind, men lige akkurat ikke nåede det. Foran Radikale, SF, LA, NB, Ungt Gribskov og Bedre Tider.

Vi havde en erfaren spidskandidat i form af Susan Kjeldgaard, der er hoppet fra S. Partihoppere var der også i Halsnæs og Allerød. Ingen af de 3 blev genvalgt. Partihoppere har det svært, men ikke-partihoppere, der stiller op for nye partier, har det nu engang endnu sværere.

**Udvikling af politik.**

Lokalforeningen har gennem flere år arbejdet med visioner for kommunen. Kandidaterne havde brug for mere. Med inspiration fra lokalforeningen i København, og på baggrund af visionerne, formulerede kandidaterne 17 Gribskovmål. De har ikke været ude til debat blandt medlemmerne.

Overvejelse: Havde vi den rette balance mellem at kandidaterne skal repræsentere medlemmerne og samtidigt have frihed til selv at tage stilling?

Overvejelse: Hvad bør foreningen have klar inden næste kommunalvalg?

Bør foreningen have kandidater i alle de mellemliggende år? Forstået på den måde, at det er en håndfuld folk, der tegner foreningens politik uadtil, samarbejder med andre partier og i det hele taget gør, hvad vores kandidater har gjort i efteråret?

**Økonomi.**

Så sent som i sommerferien var det meget uklart hvad vi havde at disponere over. I runde tal havde vi dengang kun kendskab til ca. 1/3 af hvad vi endte med. Nogle af de midler, der kom til senere, var øremærkede og kunne ikke være brugt til andet. Næste gang har vi en opsparing og bedre overblik.

Overvejelse: Skal vi næste gang disponere anderledes? Mere af det ene og mindre af det andet?

Regnskabet er ikke helt klart. Her er det seneste overslag:

|  |  |
| --- | --- |
|  | Aktuelt |
| Plakater | 6956 |
| Postkort | 2090 |
| Brunch plakater | 565,03 |
| Å | 1028 |
| mad til uddeling ved underskrifter | 369 |
| Facebook | 2500 |
| Ugeposten | 5000 |
| Refundering til bannere | 2000 |
| Tryk af Gribskovmål | 6000 |

**Partiliste eller sideordnet opstilling.**

Vi valgte at lave partiliste denne gang, selvom vi principielt syntes det bør være vælgerne, der bestemmer. Overvejelsen var bl.a. at sikre at den bedst forberedte/egnede ville få en evt. plads og at kandidaterne ikke skulle konkurrere mod hinanden men arbejde for et fælles mål.

Overvejelse: Vi kan næppe allerede nu se hvad der vil være det rigtige at gøre om 4 år, men sammen kan vi opliste fordele og ulemper som vi har oplevet dem denne gang.

**Spidskandidat.**

Selv før vi valgte partiliste, havde vi valgt at have en spidskandidat. Spidskandidaten dækkede de fleste af de offentlige debatter og fik dobbelt så mange personlige valgplakater betalt af foreningen end de andre kandidater fik.

Overvejelse: Hvis vi vælger sideordnet opstilling næste gang, bør vi så også have en spidskandidat? Og hvilket fordele skal spidsen have i forhold til de øvrige kandidater?

**Valgforbund.**

Vi gik i valgforbund med Nyt Gribskov, Radikale, Ungt Gribskov og Bedre Tider. Valgforbundet var en succes for Nyt Gribskov men vi manglede lige 62 stemmer for også at få en plads. De 3 andre fik færre stemmer end os. Valgforbundet markerede os som noget andet end de sædvanlige røde og blå kasser. Vi havde også muligheden for at indgå i rødt valgforbund. Hvis vi havde gjort det, er det et spørgsmål om de 4 andre stadig ville have lavet et grønt eller om de også var gået med i det røde. Havde vi været med i det røde, kun os eller alle fra grønt, så havde vi – ved uændrede stemmetal – fået en plads, der i dag gik til de konservative. Men vi skulle kun have tabt 16 stemmer før den plads ikke var gået til os, men til SF i stedet. Hvis vi slet ikke havde været i valgforbund, skulle vi have haft 195 stemmer mere for at komme ind.

Overvejelse: Hvor meget betyder det for vælgerne hvilket valgforbund, vi indgår i? Lidt, noget eller meget? Er overvejelser om valgforbund for meget taktik og for lidt politik?

**Kampagnestyring.**

Kandidaterne styrede selv kampagnen i fællesskab. De mødtes ca. 1 gang ugentligt fra sommerferien og frem til valget. Bestyrelsen var ofte, men ikke altid, repræsenteret ved formanden, mest for at afklare spørgsmål om økonomi. Der var lidt knas med at blive enige og med at holde og gennemføre de fælles beslutninger.

Den lidt autonome tilgang betød også at vi nogle dage meldte 3-4-5 forskellige ting ud via vores facebook profil fordi forskellige folk delte/postede forskellige ting uden styring.

Overvejelse: Havde vi den rette balance mellem personlige initiativer, fælles tiltag og overordnet styring?

Bør bestyrelsen stille med en kampagneleder, der kan lede og fordele kampagnen?

**Plakater**

I runde tal havde vi 300 plakater betalt af foreningen, 100 af kandidaterne selv og 100 fra regionråds kandidaterne. I alt ca. 500.

De 300 var fordelt nogenlunde ligeligt mellem temaplakater og plakater med billeder af kandidaterne. Kandidaterne valgte at gøre de fleste af deres egne til fælles, dvs de optrådte alle 5 på samme plakater. En enkelt kandidat valgte slet ikke at have plakater kun med hans eget foto.

Vi brugte slet ikke det landsdækkende design men lavede vores helt eget.

Ophængning og nedtagning arrangerede vi ved at dele kommunen op i små distrikter og få folk til at melde sig som plakat-teams. Plakaterne var fordelt i distrikterne ud fra befolkningstal.

Overvejelse: Var 500 et passende antal?

Var fordelingen mellem tema- og fotoplakater ok?

Var det en god ide med fælles plakater af de 5 kandidater?

Måske så god at man næste gang udelukkende skal lave fællesplakater?

Bør vi næste gang koble os mere på det landsdækkende design?

Fungerede det med plakatteams og distrikter?

Skal plakater fordeles efter befolkningstal eller skal der ses mere på trafikknude punkter og handelsstrøg?

**Andre visuelle virkemidler**

Vi havde 7 bannere rundt om i kommunen. Alle betalt af kandidaterne selv men foreningen har efterfølgende bidraget med et mindre beløb til et fejlkøb.

Overvejelse: Visuelt skal plakater, bannere, big balls mm afvejes mod hinanden. Bør vi næste gang købe foreningsbetalte bannere, evt i et design, der kan genbruges? Bør vi gøre andet i gadebilledet?

**Aktivering af medlemmerne.**

Vores 80 medlemmer forsøgte vi at aktivere til at:

Bidrage økonomisk

Bidrage til at sprede budskaber på sociale medier

Arrangere kaffemøder og walk-and-talks

Deltage i ophængning og nedtagning af plakater

Lave egne visuelle virkemidler hjemme, fx big baller med skilt eller blot en plakat i stuevinduet

Vi kontaktede dem via adskillige mails, facebook opslag og ved personlige opringninger både forår og efterår.

Resultatet var til at overse. Vi fik måske 5 mere aktiveret end de ca 10, der i forvejen udgør bestyrelse og kandidat team, og kun aktiveret i lille grad.

Overvejelse: 15 aktive ud af 80 siges at være helt pænt. Skal vi slå os til tåls med det? Hvad kan man næste gang gøre for at få endnu flere inddraget og med hvad?