



# EVALUERINGSRAPPORT

Senterpartiets kommune- og fylkestingsvalg 2023



## INNHOOLD

kapittel 1: <b>Valgresultatet</b> .....	4
kapittel 2: <b>Konstitueringene</b> .....	7
kapittel 3: <b>Evaluering</b> .....	8
<i>Spørreundersøkelse fra InFact</i> .....	8
<i>Intervju av fylkesledere, fylkessekretærer+sentrale i lokallaget</i> .....	12
<i>Intervju av stortingsrepresentantene</i> .....	13
<i>Drøfting av funnene i spørreundersøkelsen og Intervjuene</i> .....	14
kapittel 4: <b>Hvordan gjør vi et godt valg i 2025 og 2027?</b> .....	15
kapittel 5: <b>Senterungdommen sin valgkamp</b> .....	18
kapittel 6: <b>Senterkvinnene</b> .....	20



### Utvalgets mandat:

*Det settes ned et utvalg som skal evaluere partiets arbeid med følgende mandat og sammensetning:*

*Evalueringsutvalgets rapport skal gi et kunnskapsgrunnlag og anbefalinger til forbedringer med tanke på partiets videre arbeid fram mot stortingsvalget i 2025 og kommune- og fylkestingsvalget i 2027. Arbeidet skal gjennomføres i dialog med tillitsvalgte, kandidater og ansatte. Utvalget skal presentere sin foreløpige analyse (punkt 1 nedenfor) på landsstyremøter 23.-24. oktober og endelig rapport skal foreligge 24. november.*

*1. Ut fra tilgjengelig valgstatistikk, publiserte meningsmålinger og en velgerundersøkelse skal evalueringsutvalget besvare følgende:*

- a. Hvilke velgeroverganger har det vært for Senterpartiet i ulike deler av landet, i forhold til 2015-valget, 2019-valget og årets kommune- og fylkestingsvalg.*
- b. Hvis man sammenligner med 2019 og 2015. Hvor i landet har Senterpartiet gjort det relativt sett best, og hvor i landet har partiet gjort det relativt sett dårligst?*
- c. Hvis man sammenligner med 2019 og 2015. Er det mulig å se et mønster i hvilken type kommuner der Senterpartiet har gjort det relativt sett best og relativt sett dårligst?*
- d. Hvis man sammenligner med snittet av meningsmålinger i vår. Er det geografiske forskjeller på hvor partiet har gjort det vesentlig bedre i valget, eller vesentlig dårligere?*
- e. Hvis man sammenligner med 2015 og 2019. Hva kjennetegner partiet i de kommunene vi har gjort det relativt sett best og dårligst?*

*Ut fra funnene over skal evalueringsutvalget se om det er mulig å finne mønster som kan gi nyttig innsikt fram mot valgene i 2025 og 2027.*

*2. Evalueringsutvalget skal gjennomgå og gi sine vurderinger av hvordan den nasjonale politiske situasjonen og nasjonale saker har påvirket lokalvalget.*

*3. Evalueringsutvalget skal gjennomgå og gi sin vurdering av organiseringen av valgkampen a. Hvordan fungerte planleggingen og gjennomføringen av valgkampen fra sentralt hold og hva kan gjøres bedre? b. Hvordan fungerte kommunikasjonsarbeidet fra sentralt hold og hva kan gjøres bedre?*

Utvalget besto av:

Bengt Fasteraune, stortingsrepresentant, Oppland, leder

Karoline Fjeldstad, ordfører, Østfold,

Lars Fjeldstad, ordfører og sentralstyremedlem, Vestland

Eli Arnstad, ordfører, Trøndelag

Toralf Heimdal, ordfører, Troms

Even Skårberg Aarnes, fylkessekretær Telemark

Per-Martin Sandtrøen, stortingsrepresentant, Hedmark

Gyro Heia, fylkesleder, Agder

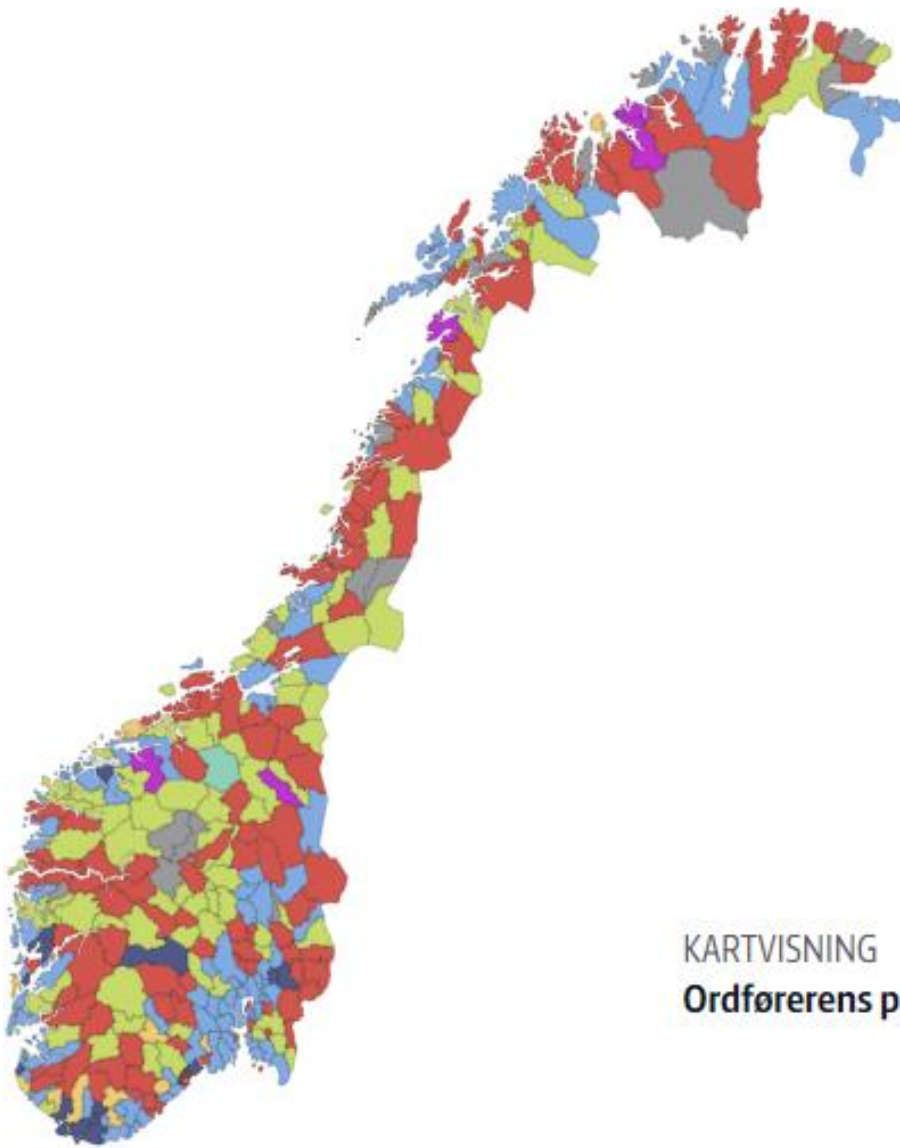
Andrine Hanssen-Seppola, fylkestingskandidat Troms og Senterungdommen

Elisabeth Irgens Hokstad, fylkestingskandidat Vestfold og Senterkvinnene

Sekretær for utvalget: Øyvind Lunde Christiansen politisk rådgiver stortingsgruppa



## kapittel 1: **Valgresultatet**



KARTVISNING









**Ordførerens parti i hver kommune**

1

---

<sup>1</sup> Faksimile fra NRK: [https://www.nrk.no/norge/regjeringspartienes-krisevalg\\_-mister-81-ordforere-1.16609857](https://www.nrk.no/norge/regjeringspartienes-krisevalg_-mister-81-ordforere-1.16609857) Besøkt 27/11-23



PARTI	ORDFØRERE	ENDRING
 Arbeiderpartiet	<b>111</b>	-39
 Høyre	<b>102</b>	+69
 Senterpartiet	<b>87</b>	-43
 Fremskrittspartiet	<b>14</b>	+11
 Kristelig Folkeparti	<b>12</b>	+2
 Sosialistisk Venstreparti	<b>5</b>	-1
 Rødt	<b>1</b>	+1
 Venstre	<b>1</b>	-1
 Miljøpartiet De Grønne	<b>0</b>	-1
 Andre	<b>24</b>	+2

Oversikten viser i hvor mange kommuner hvert parti har fått ordføreren. Endringen viser hvor mange flere eller færre ordførere partiene har, sammenlignet med i 2019. Sist oppdatert 30.10.2023.

2

Senterpartiet fikk 217 608 stemmer (8,2%) i kommunevalget og 182 070 stemmer (8,7%) i fylkestingsvalget i 2023, noe som er en nedgang fra 2019 da vi fikk 386 320 (14,4%) i kommunevalget og 355 443 (16,6%) i fylkestingsvalget. 14686 av disse stemmene mistet vi i de tre mest folkerike kommunene (Oslo, Bergen, Trondheim). Totalt gikk vi tilbake med 168742 antall stemmer i kommunevalget og tilbake 173 373 stemmer i fylkestingsvalget fra 2019. Det er bekymringsverdig at vi mistet svært mange velgere i byer, forsteder samt i Nordland, Troms og Finnmark. Sp falt fra 24,1 prosent i det gamle Troms og Finnmark for fire år siden til 5,3 prosent i Finnmark og 7,7 prosent i Troms. I Nordland ble Sp mer enn halvert fra-til. Over halvpartene av velgerne vi mistet kommer fra byer og tettbebygde strøk og vi er halvert i kommuner med over 50.000 innbyggere, men vi sitter i posisjon i Bergen og Trondheim.

<sup>2</sup> Faksimile fra NRK: [https://www.nrk.no/norge/regjeringspartienes-krisevalg\\_-mister-81-ordforere-1.16609857](https://www.nrk.no/norge/regjeringspartienes-krisevalg_-mister-81-ordforere-1.16609857) Besøkt 27/11-23



Tabell 2.5: Faktiske stemmetall i de ti mest folkerike kommunene

Kommunenavn	2023	2019	2015
Oslo	2989	7980	1 926
Bergen	3436	7987	2614
Trondheim (Klæbu)	2237	7381	2699
Stavanger (Finnøy+Rennesøy)	1582	3426	1914
Bærum	661	2303	686
Kristiansand (Søgne+Songdalen)	1516	2575	1383
Drammen (Nedre Eiker + Svelvik)	1204	3799	1214
Asker (Hurum+Røyken)	1205	2905	793
Lillestrøm (Skedsmo+Fet+Sørums)	2183	4700	1 612
Fredrikstad	967	2491	936
Sum antall stemmer	17980	45547	15786
Andel av alle stemmer til Sp i %	8,3%	11,78	7,8%
Endring fra forrige valg	-27567	29761	

Antall kommuner vi gikk fram sammenlignet med 2019-valget

Fylke/fylkeslag	Antall kommuner vi gikk fram
Finnmark	0
Troms	1
Nordland	2 (Sp stilte liste i Træna for første gang i 2023-valget)
Trøndelag	9
Møre og Romsdal	4
Sogn og Fjordane	2
Hordaland	3
Rogaland	3
Agder	2
Telemark	2
Vestfold	0
Østfold	1
Buskerud	2
Akershus	0
Oppland	5
Hedmark	3
SUM:	39



## kapittel 2: Konstitueringene

I perioden 2019-2023 hadde Senterpartiet 138 ordførere.

Etter valget i 2023 har vi nå 90 ordførere, tre av disse er i listesamarbeid. Senterpartiet stilte lister i 346 kommuner, hvor 339 var «rene» Senterpartilister og 7 var på bygdelister.

64 av disse i kommuner der vi hadde ordfører fra tidligere og 26 i kommuner der vi ikke hadde ordfører i forrige periode. (i henhold til oversikt på Sp sine nettsider). Våre ordførere har varaordførere fra Ap: 26, Sp: 21, H: 17, FrP: 8, KrF: 6, SV: 3, V: 2, INP: 1 Andre: 3. (kilde: KS nettsider)

Senterpartiet har varaordfører i 81 kommuner. I 24 kommuner der Ap har ordfører, i 22 kommuner der Høyre har ordfører og i 21 kommuner der vi også har ordføreren. Senterpartiet har dermed ordfører og/eller varaordfører i til sammen 151 kommuner. Av Senterpartiets 90 ordførere er 36 kvinner (40%), og av de 80 varaordførerne er 25 kvinner (31,3%).

Fylke	Antall ordførere
Finnmark	2
Troms	6
Nordland	8
Trøndelag	16
Møre og Romsdal	8
Sogn og Fjordane	5
Hordaland	6
Rogaland	6
Agder	1
Telemark	5
Buskerud	5
Oppland	12
Hedmark	5
Akershus	1
Østfold	4

På bakgrunn av disse tallene er det ikke mulig å konkludere med at Senterpartiet har endret samarbeidskonstellasjoner i veldig stor grad. Det som kanskje har endret seg noe er en litt større forekomst av samarbeid mellom Ap og Høyre. I kommuner der Ap har ordfører er det nå 30 varaordførere fra Høyre og i kommuner der Høyre har ordfører har Ap 16 varaordførere. Det vil si 46 kommuner med Ap+H ordfører samarbeid.

Per oktober 2023 har Arbeiderpartiet og Høyre samarbeid om ordfører- og varaordførerverv i 42 kommuner. Dette er en økning på 16 kommuner sammenlignet med forrige periode, og samarbeidet forekommer oftest i mindre og mellomstore kommuner. I et klart flertall av disse kommunene har enten Senterpartiet vært i posisjon forrige periode og/eller er utelatt fra posisjonen etter valget i 2023. I tillegg samarbeider Arbeiderpartiet og Høyre i Innlandet og Troms fylker, hvor Senterpartiet i forrige periode var en del av posisjonen.

Den mest folkerike kommunen Senterpartiet har ordfører i er Indre Østfold, landets 22. mest folkerike kommunen. Den neste kommunen på listen er Alver på 37.plass. I de 50 største kommunene hadde Sp etter 2019 valget seks ordførere: Alver, Indre Østfold, Stjørdal, Eidsvoll, Gjøvik og Kongsberg. Nå er tallet tre: Stjørdal, Alver, Indre Østfold.



## kapittel 3: Evaluering

### SPØRREUNDERSØKELSE FRA INFACCT

Infacct har spurt 4005 personer ulike spørsmål om valget i 2023. Målet har vært å gi mer innsikt i hvem Senterpartiets velgere er, og hvor tidligere velgere har gått. Det er grunn til å tro at undersøkelsen er representativ og solid, da den er tatt opp tett etter valgdagen, og fordelinga på spørsmålet «hva stemte du ved valget i 2023» er veldig lik valgresultatet. Vi ser samtidig at svarene på «hva stemte du i 2019» avviker betydelig fra valgresultatet i 2019, noe som gjør at statistikken om velgervandringer selvsagt må leses med et kritisk blick. Vi har gått gjennom tallene og trekker fram de funnene vi mener er de viktigste å merke seg:

Velgeroverganger:

#### Overgangsmatrise

	Stemte ikke	Ap	Frp	H	Krf	V	Sv	Sp	Rødt	MDG	INP	Andre partier
Tar stemmer fra	1,5%	2,7%	1,7%	1,2%	2,6%	1,4%	0,6%	67,8%	0,7%	2,4%	0,0%	1,3%
Gir stemmer til	3,8%	5,6%	4,3%	6,6%	1,3%	0,3%	1,8%	67,8%	0,8%	1,0%	2,0%	4,6%
Netto bevegelser	-2,3%	-2,9%	-2,6%	-5,4%	1,3%	1,1%	-1,2%	0,0%	-0,1%	1,4%	-2,0%	-3,3%

#### Senterpartiet mottar stemmer fra:

- De som ikke stemte i 2019: 1,5%
- **Ap: 2,7%**
- **Frp: 1,7%**
- **H: 1,2%**
- **Krf: 2,6%**
- **V: 1,4%**
- **Sv: 0,6%**
- **Rødt: 0,7%**
- **MDG: 2,4%**
- **Andre partier: 1,3%**

#### Senterpartiet gir stemmer til:

- De som stemte Sp sist men som ikke stemmer denne gang: 3,8%
- **Ap: 5,6%**
- **Frp: 4,3%**
- **H: 6,6%**
- **Krf: 1,3%**
- **V: 0,3%**
- **Sv: 1,8%**
- **Rødt: 0,8%**
- **MDG: 1,0%**
- **INP: 2,0%**
- **Andre partier: 4,6%**

Valgresultatet for Senterpartiet innebar en nedgang på 6,2 % sammenliknet med kommunevalget i 2019. Det sier seg selv at Sp dermed må forventes å tape velgere til de fleste partier. Infaccts estimat for velgervandringer viser at Senterpartiet har tapt klart flest velgere til de tre største partiene ved valget, altså henholdsvis Høyre (6,6 %), Arbeiderpartiet (5,6 %) og Fremskrittspartiet (4,3 %). Også når vi regner med velgere vi har hentet fra de ulike partiene, er Sps netto velgertap størst til Høyre (-5,4 %), Ap (-2,9 %) og Frp (-2,6 %).

Resultatene viser blant annet at både Høyre og Frp i sterk opposisjon til Senterpartiet, trekker betydelig mengder av Sps tidligere velgere til dem. Men også INPs vekst er verdt å merke seg. Partiet har på svært kort tid klart å trekke 2% av Sps velgere til seg.





Sentralitet:

### Hva stemte du ved Kommunevalget 2023? (Sentralitet)

Parti	Mest sentralt	Sentralt	Ruralt	Totalt
Stemte ikke	9,6%	12,3%	14,1%	11,2%
Ap	19,6%	18,6%	19,5%	19,2%
Frp	9,4%	11,7%	7,4%	10,1%
H	28,4%	18,7%	16,0%	22,9%
Krf	2,3%	5,1%	2,9%	3,5%
V	5,4%	4,0%	2,4%	4,5%
SV	6,1%	6,2%	5,9%	6,1%
Sp	2,5%	8,9%	19,7%	7,3%
Rødt	3,6%	3,0%	1,7%	3,1%
MDG	5,1%	2,6%	2,1%	3,7%
INP	2,2%	3,0%	3,1%	2,7%
Andre partier	5,8%	5,9%	5,2%	5,8%

Når vi videre ser på hvor velgerne som stemmer Senterpartiet kommer fra, ser vi at Senterpartiet har en klar overvekt av sine velgere i rurale strøk. Senterpartiet er størst blant samtlige partier i rurale strøk, med hele 19,7 % oppslutning. Sps oppslutning i rurale strøk er også svært høyt sammenliknet med at 2,5 % av velgerne i de mest sentrale byene stemte Sp. Det er verdt å merke seg at det er i rurale strøk at flest respondenter oppgir til Infact at de ikke har stemt. Her ligger det altså et potensiale for å mobilisere såkalte «sofavelgere». Går vi så videre til kategorien «mest sentralt» innenfor sentralitet av våre velgere, så er Høyre høyest på oppslutning med 28,4% og AP med 19,6%. Innenfor denne kategorien havner Senterpartiet helt nede på 2,5% oppslutning.

Mellomkategorien omfavner oppslutning i områder som er «sentralt». Her er det Høyre som vinner flest velgere med 18,7%, men tett på kommer AP med 18,6%. Senterpartiet får her 8,9% oppslutning. Her var det også mange som ikke stemte, hele 12,3%.

De øvrige partiene har de en relativt jevn oppslutning i alle sentralitetene. Kun Frp som skiller seg ut med å ha en relativt stor økning i oppslutning i kategorien «sentralt». AP ligger utrolig jevnt på alle tre sentralitetene, noe som kan virke som at de treffer velgere i alle tre sentralitetene, mens Høyre utmerker seg med å ha flest velgere i sentrale strøk med dalende oppslutning mot rurale strøk.

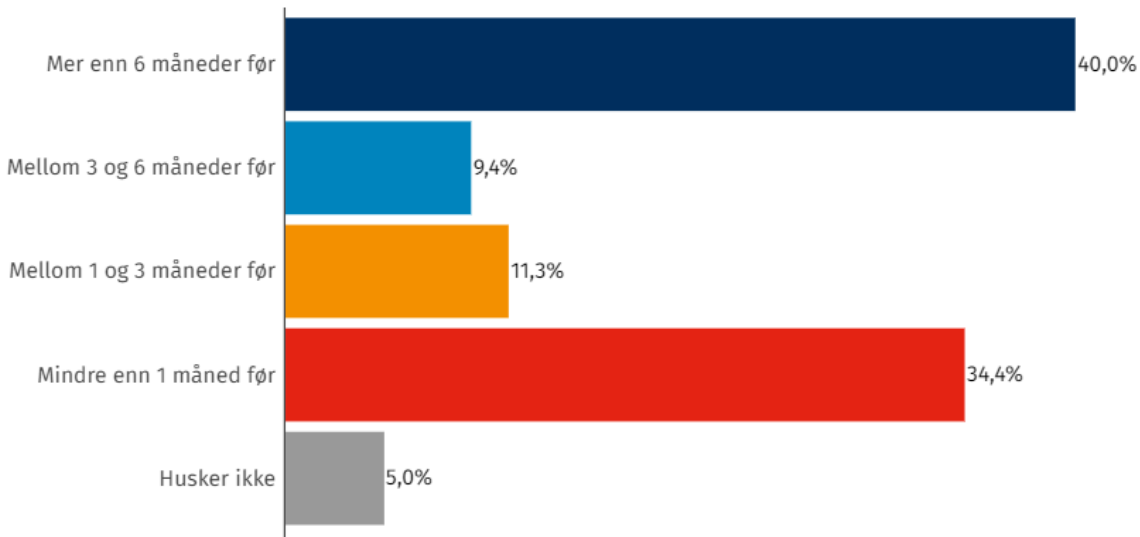
#### Lokale eller nasjonale saker viktigst?

Et funn hos Infact som i seg selv ikke er overraskende, men likevel greit å påpeke, er velgernes avveining mellom betydningen av lokale eller nasjonale saker. I rurale områder, oppgis lokale saker som viktigst blant en klart størst andel av velgerne. Nesten fire ganger så mange av velgerne i rurale områder oppgir at lokale saker hadde størst betydning for dem når det gjaldt valg av parti (43,6 % vs. 11,2 %). I de mest sentrale områdene vektet lokale og nasjonale saker langt mer likt. Dette viser både at Sps ordfører kandidater har mye å tjene på å markere tydelige standpunkt i lokale saker, og at Sp trolig vil tjene på å løfte fram sine lokale kandidater mest mulig når det er lokalvalg. Lokale kandidater assosieres selvsagt med lokale saker i langt større grad enn nasjonale folkevalgte. Men det betyr også at den nasjonale politikken og mediedekningen har stor innvirkning på resultatet i mer folkerike områder og at kandidatene i disse kommunene har en tyngre jobb når mediebildet gir motvind.



## Tidspunkt for valg av parti

## Når bestemte du deg for ditt partivalg ved årets valg?



Et meget interessant spørsmål og funn hos Infact, er når velgerne bestemte seg for valg av parti. Sammenliknet med andre partier, hadde Sp ved årets valg en lavere andel av egne velgere som bestemte seg lenge før valget. Altså har Sp en relativt høyere andel av velgerne som bestemte seg kort tid før valget. Infact sine tall viser at 40 % av senterpartivelgerne bestemte seg mer enn 6 måneder før valget. Over 60 % av Sps velgere hadde bestemt seg for hvilket parti de ville velge en måned før valget. Samtidig bestemte 34,4 % av Sps velgere seg mindre enn en måned før valget, mens 5 % ikke husker når de bestemte seg. Det er gjennom intervjuene blitt pekt på et behov for tidligere uttak av god-saker i valgkampen. At en såpass stor andel av velgerne bestemmer seg før en uke før valget, kan tyde på at å ta ut noe glad-saker litt tidligere i valgkampen kan være en god strategi.

## Aldersgrupper

Når vi ser på hvordan Senterpartiets oppslutning er blant ulike aldersgrupper, ser vi at det eksisterer noen myter om Sps oppslutning som ikke er korrekte. Det har blitt tegnet et bilde av media med ulike mellomrom at Sps velgere er spesielt gamle sammenliknet med andre partier. Tallene i denne undersøkelsen viser derimot at den velgergruppen Senterpartiet har størst oppslutning blant, er velgere mellom 30 og 44 år. Den nest største velgergruppen er de mellom 45 og 64 år. Oppslutningene er noe lavere blant de over 65 år, og lavest blant velgerne mellom 18 og 29 år.

Blant Senterpartiets velgere var det aldersgruppene +65 år og 30-44 år som oppgir å være mest sikre på sitt valg av parti. De mest usikre velgerne våre finner vi i aldersgruppen 45-64 år med 28,7%. Og i alt var kvinner mer sikre på sitt valg enn mennene. Velgerne våre er omtrent likt fordelt på kvinner og menn.



## Geografi og sikkerhet i velgernes valg av parti

**Når du stemte Senterpartiet. Hvor sikker var du i ditt valg?**

	Oslo	Rogaland	Møre og Romsdal	Nordland	Viken	Innlandet	Vestfold og Telemark	Agder	Vestland	Trøndelag	Troms og Finnmark
Svært sikker	28,6%	30,3%	47,2%	52,6%	37,5%	48,2%	37,5%	33,3%	25,0%	53,8%	26,3%
Ganske sikker	42,9%	45,5%	25,0%	42,1%	33,9%	42,9%	50,0%	42,9%	36,1%	19,2%	31,6%
Usikker	28,6%	15,2%	25,0%		26,8%	7,1%	8,3%	4,8%	33,3%	26,9%	36,8%
Svært usikker		6,1%	2,8%	5,3%	1,8%	1,8%	4,2%	19,0%	2,8%		5,3%
Vet ikke		3,0%							2,8%		

På fylkesnivå er det Nordland (94,7%) og Innlandet (91,1%) som har de sikreste velgergruppene.

Fylket med flest usikre velgere er Troms og Finnmark (42,1%).

Når vi ser nærmere på geografien, finner vi at velgerne fra «Østlandet for øvrig» (ikke medregnet Oslo) med 81,2% og Sør- Norge med 80,4% er blant Senterpartiets sikreste velgergrupper. Størst andel av usikre eller svært usikre velgere finner vi på Vestlandet med 30%. Og av alle disse velgerne som er nevnt i dette avsnittet finner vi at de mest sikre velgerne er fra rurale og sentrale strøk. Det er i de mest sentrale strøkene at våre velgere er mest usikre, med hele 38,5%. Og bryter man sentraliteten helt ned til fylkesnivå, ser man at det er Nordland (95,7%) og Innlandet (91,1%) som har de sikreste velgergruppene, mens fylket med flest usikre velgere er i Troms og Finnmark (42,1%).



## INTERVJU AV FYLKESLEDERE, FYLKESSEKRETÆRER+SENTRALE I LOKALLAGET

---

Det ble lagt til rette for intervju med alle fylkesledere, fylkessekretærer og to til tre fra lokallagene i hvert fylkeslag.

Det var forberedt spørsmål på forhånd av intervjuene, men tanken med intervjuene var at utvalget kunne gå mer inn på enkelte spørsmål mer grundig hvis de opplevde at det var noe fylkeslaget la vekt på.

Spørsmålene handlet om hvordan de opplevde at valgkampen gikk, hvilke saker som dominerte valgkampen og hva velgerne var opptatt av, om det var enkeltsaker (enten lokale eller nasjonale) som dominerte i fylket og som hadde en påvirkning på valgresultatet. Vi spurte og om hvordan de mente at man engasjerer medlemmene våre til å delta i valgkampen og hvordan vi skal løfte oss i de neste valgkampene.

Flere fylkeslag legger vekt på at de hadde stor nytte av å begynne planleggingen av valgkampen tidlig, med tanke på skoloring, nominasjon, eller temauker for medlemmene osv. Når man fikk til tidlig involvering av for eksempel statsrådsbesøk så fungerte dette også godt. Mange av de som ble intervjuet legger vekt på at der lokallagene har utfordringer så er det krevende å få gjennomført valgkamp. Men i de lokallagene som jobber godt så er det mulig å løfte seg, og i flere kommuner så gjorde vi et bedre valg enn i 2019. *Lagbyggerne* blir trukket fram av flere som en svært nyttig ressurs, blant annet til listestillingen.

Under gjennomføringen av valgkampen ble det lagt vekt på flere utfordringer. Samtlige legger vekt på at de nasjonale sakene dominerte så mye i valgkampen at man ikke kom på med de lokale sakene. Dette gjaldt spesielt på fylkestingsvalget som mange følte ble «glemt» av media og velgerne. Et fylkeslag mente vi «falt» mellom Ap og Høyre som et alternativ for velgerne. De som er nye i rollen (enten som ordfører kandidat, fylkestingskandidat eller som ansatt) opplever at det er krevende å jobbe i en valgkamp og at det på alle nivå kreves noen med erfaring for å gjennomføre valgkampen. Det er også forskjell på fylkene når det kommer til ansatte eller frikjøpte tillitsvalgte (ordførere, varaordførere osv.) I de fylkeslagene hvor man er få ressurspersoner så er det mye arbeid på få. De sakene som ble profilert nasjonalt var bra, men de kom for sent og det kom for mange gode saker på en gang. Det manglet tid for å forberede utspill og få eierskap til sakene som kom fra regjeringen mot slutten av valgkampen, og mange saker «drukna» i en informasjonsflom. Fylkeslaget rakk ikke å trykke opp flyers eller sende ut leserinnlegg osv. Det er vanskelig å komme på i ei lokalavis få dager før valget. Det behøves mer kunnskap og erfaring på mediarbeid og sosiale medier, her er det mye å hente for fylkeslagene og lokallagene. Noen stilte også spørsmål ved om denne valgkampen blir den siste med trykket materiell. Statsrådsbesøkene blir trukket fram som noe som var nyttig i valgkampen, men at korte tidsfrister kunne være en utfordring.

Samtlige som ble intervjuet ga tilbakemelding om at disse sentrale sakene dominerte valgkampen: Økonomiske spørsmål med renteoppgang, prisvekst, strømpriser, lakseskatt og Melkøya. Der det var lokale saker som fikk oppmerksomhet er inntrykket at lokallagene klarte å håndtere de godt, og det er viktig å nevne at skillet mellom en nasjonal sak og lokal sak ikke er like tydelige hverken i lokallagene eller blant velgerne. Melkøya blir trukket fram av samtlige som en krevende sak i denne valgkampen. Saken dominerte mye av valgkampen og det ble vanskelig for våre folk å se hva som var våre «seire» i denne saken. Dette gjaldt spesielt i nord, men denne saken ble oppfattet negativt i hele landet.

For å mobilisere medlemmene våre legger de vekt på at vi tidlig må bygge opp og forberede lokallagene. Dette må gjøres før valgkampen starter ved å skape sosiale møteplasser, som inkluderer senterungdommen. Dette gjør det morsommere å jobbe sammen i valgkampen. Å bygge tilhørighet og samhold i lokallaget krever innsats og tar tid er tilbakemeldingene. Materiell og uniformering er og en viktig sak, alle må føle at



de er på samme lag med at de er kledd i same «uniform». Lokallagene peker på at fylkeslaget har en viktig rolle for å spre kunnskap og bygge nettverk mellom toppkandidatene i fylket som igjen kan motivere sine listekandidater.

Når fylkeslagene og lokallagene blir spurt om hva vi bør gjøre for å løfte oss i de neste valgene blir flere grep nevnt. Det å være tidlig ute, og ha møteplasser som bygger lag før selve valgkampen er viktig. De gode sakene må komme før valget, og bygge opp til valgkampen og ikke komme i siste uken slik som nå. De etterlyser og bistand fra sentralt, for eksempel gjennom et valgkamputvalg som kan «drive» valgkampen og bistå fylkeslagene og lokallagene før og gjennom valgkampen og på godt samspill mellom lokalt og sentralt gjennom gode tips og praktisk bistand.

De er også samstemte på at vi må få tilbake selvtiliten og vise den gode politikken vi har gjennomført og skal gjennomføre. Mange legger også vekt på at vi har et sterkt lag som jobber godt også når ting går i motbakke og det skal vi sette **stor** pris på og ikke ta for gitt.

## INTERVJU AV STORTINGSREPRESENTANTENE

---

Storingsrepresentanten ble spurt om innspill til evalueringsrapporten på e-post.

De ble spurt om deres rolle i valgkampen, hvilke erfaringer de gjorde seg i valgkampen og de ble bedt om å komme med innspill til hvordan vi kan løfte oss i de neste valgene.

Alle representantene som svarte deltok i valgkampen, i all hovedsak som «støttespillere» på stand og generell valgkampaktivitet. Noen deltok og i forhandlingsutvalg.

Et mål i en lokalvalgkamp er å løfte de lokale sakene og kandidatene. Samtlige representanter legger vekt på at denne valgkampen i stor grad var preget av nasjonale saker: Prisvekst, strømpriser og noen enkeltsaker slik som lakseskatt og Melkøya. Det gjorde det krevende å komme på med lokale saker. Noen få nevner at man enkelte plasser klarte å løfte lokale saker, men hovedinntrykket er at de nasjonale sakene, og byene, dominerte valgkampen.

Når representantene ble spurt hvordan valgkampen fungerte i de tre nivåene (nasjonalt, fylkeslag og lokallag) legger flere vekt på at det nasjonalt og på fylkeslag fungerte godt. Det blir av flere pekt på at de lokallagene som har utfordringer med å få medlemmer til å delta i valgkampen eller har for lite erfaring og kunnskap om valgkamp, sliter med å gjennomføringen. Det kom mange gode saker fra regjeringen, men en del kom for sent til at man klarte å få gode nok mediasaker og oppmerksomhet. Dette nevner flere representanter var synd og preget valgkampen.

Når de blir spurt om hvorfor vi gikk tilbake fra 2019-valget peker nesten alle representantene på «regjeringsslitasje» og den krevende tiden vi styrer landet i. Mange velgere opplever at vi ikke har gjort nok med de stigende prisene. Noen mener og at vi ikke har vært gode nok til å vise det vi har fått til i regjering de to første årene, de gode sakene «drukner» i krevende saker slik som prisstigning og habilitet. Kommunikasjonen ut mot lokallagene mener mange må bli bedre slik at de får mer selvtilit til å snakke med folk.

Lokallagene må bli styrket og få hjelp til skolering og kunnskapsbygging. Kommunikasjonen i hele partiet må bli bedre, spesielt når man skal ta ut gode saker. Vi bør bruke assosiasjoner som velgerne har til Senterpartiet til å bygge troverdighet på et enda bredere felt av saker, noe som også kan gi et løft i byene og områdene rundt. Nesten samtlige legger også vekt på at vi må bli bedre på sosiale medier. En del legger vekt på at selvtiliten må tilbake i hele laget.



## DRØFTING AV FUNNENE I SPØRREUNDERSØKELSEN OG INTERVJUENE

---

Vi har i arbeidet med rapporten fått innspill fra folk med svært ulike roller i partiet, fra stortingsrepresentanter til tillitsvalgte i lokallagene. Vi har og gjennomført samtaler med sentrale personer i partiets ledelse. Erfaringene deres fra valgkampen er i stor grad sammenfallende. Selv om de vi har intervjuet i denne rapporten har hatt ulike roller før og under valgkampen mener vi basert på våre funn at de peker på mange av de samme styrkene i partiet og de samme utfordringene. Dette mener vi er et interessant funn.

Det praktiske i valgkampen fungerte jevnt over godt. Vi har et «apparat» i partiet som har drevet valgkamp før, og vi har aldri stilt så mange lister som i dette valget. Alle de som begynte planleggingen av valgkampen tidlig hadde stor nytte av det, men det ble det likevel utfordringer i gjennomføringen. Lokallag og fylkeslag trakk for eksempel fram at de ble utestengt av Facebook rett før og under valgkampen og fikk lite hjelp til å løse dette. Dette skapte stor fortvilelse og frustrasjon. I alle valgkamper vil det være folk som er nye i rollen sin, og dette blir trukket fram av flere som en utfordring og mange savner bistand til opplæring og kursing.

Selve valgkampen blir gjennomført av medlemmene våre ute i lokallagene. For å få våre medlemmer motivert til å delta i valgkampen er erfaringen fra samtlige vi har snakket med at man må bygge et godt lag i lokallaget året rundt, når valgkampen er i gang så er det for sent. De lokallagene som har utfordringer med å bygge en slik lagfølelse, vil også slite med å gjennomføre en god valgkamp.

Viktigheten av god og kompetent bemanning er noe mange peker på. Fylkessekretærer og ansatte på fylkeskontorene har en krevende og viktig rolle. Det er sårbart dersom man mangler en fylkessekretær. Dette blir også trukket fram av ansatte ellers i partiet, at med så få personer i nøkkelroller i valgkampen så er man svært sårbar ved bortfall/fravær i disse rollene – samtidig kommer det ikke til å bli flere framover for det gir ikke valgresultatet økonomi til. Anbefalingen vår må vel derfor være å ta godt vare på de som er i disse rollene. Fylkeslagene er svært sentrale for lokallagene, og skal de ha mulighet til å bygge opp og hjelpe lokallagene så må de ha ressurser til dette.

De nasjonale sakene tok all oppmerksomhet og dette skapte frustrasjon. De nasjonale sakene er saker som lokallagene og fylkeslagene synes er vanskelig å svare opp og gjør at de gode lokale sakene «drukker». Støre-regjeringen fikk ingen hvetebrødsdager, de ble brutalt kastet inn i virkeligheten med fortsatt pandemi og økonomiske utfordringer med inflasjon, renteøkning, høye strømpriser og krig i Europa. Anslag på viktige økonomiske beregninger fra forrige regjering var for lave og til dels utdaterte. Håndtering av en rekke viktige enkeltsaker var krevende. Tiden til bruk i egen organisasjon for toppledelsen ble skadelidende.

Selv om regjeringen kom med mange gode saker i slutten av valgkampen så kom dette for sent og fylkes- og lokallagene hadde ikke kapasitet til å ta dette ut. Dette gikk og på kunnskap om å selge inn saker til media, noe mange lokallag (og noen fylkeslag) synes er krevende og de har lite erfaring med. Penger til spesifikke saker og politikkområder uten å se den helhetlige sammenhengen ble ofte svært vanskelig å kommunisere for folk på grunnplanet. Under valgkampen var det frustrasjon og utfordringer med kommunikasjon når det var lekkasjer rundt viktige saker. NRK tilrettela en nasjonal valgkamp for Høyre og Ap i byene, det ble også i tillegg en forsterkning av historien om Erna og Jonas. Det var negativt for vår valgkamp. Organisasjonen lokalt bar preg av usikkerhet om konsekvenser av sentrale beslutninger. Melkøya-beslutningen var strategisk lite smart og skapte stor usikkerhet i Finnmark, men også i resten av landet. Melkøya ble en symbolsak som



fikk konsekvenser. Strømpriser er en vanskelig sak, både i forhold til prisforskjeller innad i landet og mellom regioner, samt forholdet til det europeiske kraftmarkedet og bygging av nye kabler og nye kraft. Selv med gode støtteordninger er dette et område som er særdeles viktig for mange og hvor Senterpartiet forventes å stå på barrierene for norsk styring av norske energiresurser. I de berørte deler av landet var innføring av grunnrenteskatt på laks krevende. Senterpartiet har vunnet mange saker i regjering, men sakene kom ikke fram til velgere som kunne ha stemt Senterpartiet.

Det er en stor forskjell på å drive valgkamp i medvind og motvind. Vi hadde medvind i 2019 hvor fokuset var på lokale saker, litt blandet, men et historisk godt valg i 2021 og motvind i 2023. Fokuset på lokale saker i 2019 valget førte til at det var enklere å drive valgkamp. Det var mer krevende å drive valgkampen vår i 2023 blant annet fordi den positive rikspolitiske effekten blir vanskeligere når vi ikke lenger bare kan fronte SP-politikk, men også må forholde oss til kompromisser i regjering.

Gjennomgående ble den helhetlige og gode politikken til Senterpartiet for utydelig i valgkampen. Det ble for lite oppmerksomhet om *hvorfor* og for mye oppmerksomhet om *hva*. De gode intensjonene om å fremme gode saker i slutten av valgkampen førte til mange saker på kort tid og som ble oppfattet som lite koordinert og krevende å forholde seg.

## kapittel 4: Hvordan gjør vi et godt valg i 2025 og 2027?

Evalueringsutvalget har diskutert flere ulike grep Senterpartiet kan ta for å gjøre et bedre valg i 2025 og 2027, basert på innspillene vi har fått i arbeidet med evalueringsrapporten. Vi vil peke på en del utfordringer og komme med tiltak som det må jobbes med fram mot de neste valgene.

Utgangspunktet og forutsetningen er at Senterpartiets politikk skal utvikles gjennom program og arbeid i storting, regjering, fylkesting og kommunestyre.

Senterpartiet må være gjenkjennelige på sin politikk. Det er viktig å ta med seg at evalueringen viser en opplevd usikkerhet når det gjelder kraftpolitikken.

Kommunikasjonen vår bør handle om hvorfor vi foretar våre valg og ikke bare hva vi skal gjøre. Hele historien må presenteres og fortelles. Vi bør beskrive tydelig hvilke samfunnsutfordringer vi skal løse og utnytte det store potensialet vi har skapt gjennom svært gode valg de siste årene. Vi har statsråder i Støre-regjeringen på nesten alle politikkområder som Senterpartiet har prioritert. Senterpartiet har et parlamentarisk grunnlag på 28 stortingsrepresentanter som må være partiets fotsoldater i tillegg til å være med å styre landet. Dette gir oss en gylden mulighet til å jobbe fram politiske saker til politiske beslutninger vi mener er viktig for å bygge opp et godt samfunn å leve i. Kommunikasjonen internt i partiet om når «slaget er tapt» og vi ikke får fullt gjennomslag for vår politikk i regjering må være tydelig, gjenkjennelig og forståelig. Historien om eksterne faktorer som krig, dyrtid og tøffe økonomiske tider har preget denne regjeringsperioden. Vi må bli flinkere til å vise de grepene vi tar for å løse den krevende situasjonen vi står oppe i og samtidig løfte saker som viser styringskompetanse og god politikk. Økonomi for folk flest må prioriteres høyt framover.



## Organisasjonsbygging

Senterpartiet er til stede, og stilte lister, i nesten alle kommuner. For at vi skal ha medlemmer og tillitsvalgte i hele landet så må lokallagene bygges opp, en jobb de må gjøre selv. Det viktigste er å gi de gode verktøy slik at de kan verve medlemmer, drive gode valgkamper og gjennomføre vår politikk i kommunestyre og fylkesting. For å bygge opp lokallagene så mener utvalget at man kan ta flere grep. Styrke fylkeskontorene, tilby sentral bistand før og under valgkampen, og gi konkrete råd i hvordan man planlegger og gjennomfører arbeidet. Denne informasjonen må være kortfattet og lett tilgjengelig. Informasjonen kan omhandle alt fra mediearbeid, annonser på sosiale medier og hvordan arbeidet på stand kan gjennomføres. Materiell i nettbutikken må bli billigere, spesielt med tanke på at mange lokallag vil disponere mindre penger etter 2023-valget. For å engasjere flere medlemmer i valgkampen er det viktig å sørge for at de kjenner seg trygge og har god kunnskap om partiets saker lokalt, på fylket og nasjonalt. Når vi sitter i posisjon er det viktig at våre medlemmer har innsikt og kunnskap om hvilke saker vi har fått gjennomslag for i regjering. Dette vil bidra til et bredere og sterkere lag i krevende valgkamper. Skolering må prioriteres høyt i partiet framover og det er viktig at vi bygger opp en god kompetanse i partiets politikk.

For å bygge og støtte lokallagene må vi sørge for at fylkeslagene har nok ressurser. Utvalget mener også det er behov for å prioritere en del av lokallagene i de store og mellomstore kommunene der vi har gått mest tilbake. Vi må drive valgkamp på en annen måte i de folketette områdene med tanke på profilbygging og formidling av vår politikk.

Tillitsapparatet internt vil mange steder i landet få en helt ny hverdag da valgresultatet har ført til at de har mistet posisjoner og derav grunnlaget for å drive praktisk politikk i hverdagen. Det kan noen plasser føre til en dalende motivasjon for å føre aktiv Sp-politikk. Dette er en utfordring partiet må jobbe med framover og gjøre aktive tiltak for å motvirke dette.

Vi må være mer framme i skoa under hele valgkampen. Alle førstekandidater må by på seg selv. Og vi må få tilbake frimodigheten.

Undersøkelsen fra Infact slår fast at folk bestemmer seg tidlig for partivalg, og stadig flere forhåndsstemmer. Dette må få konsekvenser for hvordan valgkampen planlegges og gjennomføres. Det absolutt viktigste er arbeidet og profilering av politiske saker gjennom hele året. Det blir for snevert å bare tenke gode utspill i valgkampen. Utvalget mener at vi må tenke nytt rundt oppstarten av valgkampen. Valgkampen nasjonalt bør starte i januar/februar for å forberede hele partiet samtidig. Det viktigste partiet sentralt kan gjøre er å støtte fylkeslag og lokallag slik at de kan drive valgkamp tilpasset sine lokale forutsetninger. For å sørge for dette bør vi bygge opp en nasjonal valgkampsentral slik flere av fylkeslagene og lokallagene har etterlyst. En slik sentral kan gi veiledning og råd om utspill i valgkampen og være et fast punkt de kan henvende seg til når de er usikre på hvordan de skal forholde seg til vanskelige saker.

## Kommunikasjon og sosiale media

Utvalget mener at Senterpartiet fremstår noe fragmentert i sosiale medier. Det er stor variasjon både i ressursbruk og kompetanse både i fylkeslag, lokallag og blant kandidater. Veldig mange steder gjøres mye bra, men det er et stort potensial for å utvikle dette mot valgene i 2025 og 2027.

Vi er flinke og synlige i tradisjonelle medier. Særlig i lokalavisene har Senterpartiet solid avtrykk, både redaksjonelt og i meningsspaltene. Det er allikevel et potensiale i å skreddersy innhold og budskap for ulike plattformer. Dette er ressurskrevende arbeid, men om vi lykkes framstår vi mer enhetlig som parti, og lettere å kjenne igjen for velgerne.





Fram mot valgene i 2025 og 2027 bør det helhetlige mediearbeidet gjennomgås, og arbeid med sosiale medier prioriteres. Fram mot stortingsvalget bør det jobbes systematisk med å bygge profiler rundt våre sentrale politikere. Våre egne administrative systemer bør gjennomgås for å bli raskere, enklere og mer brukervennlige for fylkeslag, lokallag og kandidater landet rundt. Senterpartiet har et potensiale i å bli mer kanaluavhengig, altså at vi blir flinkere til å skreddersy budskapet til de enkelte medier og plattformer, slik at budskapet oppfattes likt om du leser det i lokalavisa, via tekst eller video i sosiale medier, eller om du hører det på radio. Å lykkes bedre med dette vil føre til at Senterpartiet framstår mer enhetlig, og kan skape større oppmerksomhet på utvalgte saker. Organiseringen av kommunikasjonsarbeidet, med mål om å bli flinkere til å nå fram med likt budskap uavhengig av plattform, vil være klokt framover.

Gjennomgående ble den helhetlige og gode politikken til Senterpartiet for utydelig i valgkampen. Vi har nok og opplevd et «forventnings gap» fra da vi gikk inn i regjering som vi må jobbe med. Dette blir en krevende oppgave for partiet, men som er svært viktig hvis vi skal løfte oss i 2025 valget.



## kapittel 5: Senterungdommen sin valgkamp

Senterungdommen sin valgkamp var intensiv og krevende, og målet var medlemsvekst og et godt resultat i skolevalget. Gjennom valgkampen fikk vi vervet nye medlemmer, mens skolevalgresultatet kunne konstatere en tilbakegang sammenligna med resultatet i 2019. Senterpartiet hadde gjennom Senterungdommen prosentvis flest unge listekandidater av alle parti på sine lister med 12%, mot et gjennomsnitt blant de politiske partiene på 9,8%. Sosialistisk Venstreparti (SV) hadde lavest andel unge med 8,5%. Svært mange av de unge listekandidatene til Senterpartiet ble folkevalgte i kommuner og fylker. Det er likevel momenter og lærdommer som er viktige å ha med seg etter kommune- og fylkestingsvalg i 2023.

### **Senterungdommen sin valgkamp med Senterpartiet**

Selv om dette var et kommune- og fylkestingsvalg var det ventet at nasjonale saker og regjeringen ville tiltrekke seg et større fokus. Sist gang det var lokalvalg med Senterpartiet i regjering var i 2011. Det er ingen i Senterungdommen i dag som har erfart lokalvalgkamp uten et tydelig Senterparti i opposisjon på Stortinget. Derfor var det viktig å stille forberedt på å håndtere dette utgangspunktet både i skolevalgkampen, men også valgkampen for øvrig.

Det politiske ordsiftet var tydelig preget av habilitetssaker fra nåværende og forrige regjering, mens selve mediedekningen av valget i det store var rettet mot kampen om storbyene. Det var ikke tilstrekkelig med gode saker fra regjeringen inn i valgkampinnspurten, og de sakene som kom – kom enten for sent eller ble ikke godt nok kommunisert ut til medlemmer eller media. Derfor var et sterkt lokalt fotarbeid avgjørende for gode resultater lokalt. I kommuner som Ullensvang, Voss og Røyrvik var senterungdommer avgjørende for de gode valgresultatene. I to av disse tre kommunene er det senterungdommer som har blitt ordførere. Etter konstituering av kommunestyre og fylkesting endte Senterungdommen opp med 8 ordførere, en byråd og en fylkesråd – en stor økning sammenligna med 2019.

Det er fylkeslagene i Senterungdommen som gjennomfører valgkamp i sitt fylke. Valgkampen til Senterpartiet er i all hovedsak drevet fram av lokalagene. Et godt lokalt samarbeid mellom Senterungdommen og Senterpartiet er også viktig. Her var det stor variasjon i hvordan dette fungerte i praksis. Det er en viktig tilbakemelding til særlig stortingsvalget at dette viktige samarbeidet fungerer best mulig, og har en god organisering.

### **Skolevalgkamp 2023**

Skolevalgkampen har vært intensiv og utfordrende. I en lokalvalgkamp, der vi ofte stiller med lokale kandidater, har temaene ofte vært nasjonale temaer og et høyst usaklig debattklima. Dette er blitt en tradisjon for skoledebattene og det blir ekstra krevende når Senterpartiet sitter i regjering. Det har likevel ikke stått i veien for en betydelig innsats fra Senterungdommen. Resultatet på 6,1% betyr en tilbakegang på 2% sammenligna med 2019. Det var ikke godt nok for Senterungdommen. AUF gikk tilbake hele 9 prosentpoeng fra 26,5% til 17,5%, mens MDG stupte ned fra 10,9% til 3,8%. Slik sett var Senterungdommens tilbakegang moderat og ventet gitt den politiske situasjonen. Det var en sterk borgerlig vekst som også var ventet. Både Høyre og Frp hadde posisjonert seg sterkt på Tiktok. Sosiale medier og særlig Tiktok ble etter hvert et svært aktivt verktøy for å nå fram til elever og velgere. Vi må være til stede på de plattformene unge benytter i hverdagen i kommende valg, og det vil kreve innsats fra både Senterpartiet og Senterungdommen. Den borgerlige veksten i skolevalget viser et svært stort potensiale for Senterungdommen og Senterpartiet i sosiale medier fram mot de kommende valgkampene.

Det var likevel tegn til at et godt lokalt arbeid også kan bidra positivt på skolevalgresultatet. I Akershus gjorde Senterungdommen sitt beste lokalvalg siden 1995. Her jobbet fylkeslaget aktivt med å benytte seg av lokale debattanter som kjenner godt til lokale forhold. Senterpartiet ble størst på Eidsvoll VGS for første gang i historien med 22,4% av stemmene. Senterungdommens debattant var fra Eidsvoll og elev på skolen.



Dette er en viktig lærdom og erfaring å ha med seg for hele Senterungdommen i forberedelsene til neste valg i 2025.

### **Oppsummering**

Til kommune- og fylkestingsvalget 2027 må folkevalgte i kommuner og fylker allerede i dag begynne å reflektere over hvilke saker som vil være av stor betydning for innbyggerne. Erfaringen etter årets valg er at resultatene var mer oppløftende der hvor mye arbeid var lagt inn i hele perioden og ikke bare under valgkampen. Her er det viktig at Senterungdommen og Senterpartiet styrker sitt samarbeid lokalt og regionalt samt følger opp folkevalgte godt.

Til neste stortingsvalg i 2025 er det viktig å fortsette å vise tillit til unge som ønsker å stille til valg. I tillegg er det helt avgjørende at Senterpartiet i regjering i adskillig større grad kobler på Senterungdommen når positive saker skal kommuniseres ut i pressen. Senterpartiets statsråder, statssekretærer og stortingspolitikere må også ha lav terskel for å delta og besøke Senterungdommens nasjonale, regionale og lokale arrangementer. Svaret på invitasjoner til slike arrangementer må i stor grad være positiv. Det har ikke alltid vært tilfelle i 2023.

Senterungdommen fikk over åtte tusen stemmer i årets skolevalg. Syv ordførere fra Senterungdommen etter årets valg er flere ordførere enn Venstre, SV og MDG til sammen. Det er mange positive lærdommer fra årets valg. Samtidig er det viktig å jobbe for høyere oppslutning i skolevalg, men også i neste kommune- og fylkestingsvalg.



## kapittel 6: **Senterkvinnene**

*Skrevet av generalsekretær*

Senterkvinnenes valgkamplan var delt inn i fire faser fra 5.juni til 11.september. Den ble i hovedsak fulgt opp fra sentralt.

Fylkeslagene i Senterkvinnene har bidratt på ulike vis i valgkampen, avhengig av hvor mye de har vært innlemma i partiets arbeid, hvilken kapasitet de har hatt og hvilke behov som har vært i fylket. De fleste Senterkvinner engasjerer seg lokalt i en lokalvalgkamp, men noen steder har Senterkvinnene hatt egne stands eller tatt ansvar for enkeltelement i valgkampen på sitt sted.

### **Miljødagen 5.juni:**

I forkant av miljødagen ble det sendt ut informasjon, utkast til leserbrev, oppfordring til engasjement på fire ulike tema som var knyttet til dagen.

Det ble lagt ut to saker på nettsidene og tre korte filmer på Facebook.

### **Nettverksbygging**

«Kvinner Kan!» i april la vekt på politisk og praktisk skoloring for valgkampen. Det var rundt 50 deltagere og opplegget ga gode muligheter for netterksbygging.

Det er opprettet en Facebook-gruppe for utveksling av erfaringer, som ved valgtidspunktet hadde ca 200 medlemmer. Her har det blitt stilt praktiske spørsmål som har blitt avklart, og delt innlegg fra ulike deler av landet. Dette har også fungert som informasjonskanal ut i landet. Kulturen i gruppa begynner å fungere som et likepersons-tiltak.

### **Forhåndsstemming**

I perioden fra 10. august intensiverte vi aktiviteten på Facebook, og lette målrettet etter kvinner fra ulike fylker for å vise dem fram. Det ble sendt ut bakgrunnsstoff om kvinneverrepresentasjon og kryssing. Artikkel om dette ble lagt på egen hjemmeside og delt på Facebook, flere fylkeslag hadde leserbrev om dette temaet. Vi fikk enkelte medieoppslag på politiske saker og enkeltmedlemmer hadde leserbrev med inspirasjon fra utsendt materiell

Digitalt medlemsmøte ble holdt 24.august, med tre innledere og 40 deltagere fra hele landet.

### **1.-10.september**

Saker og kvinner fra alle fylker er delt på vår FB. Senterkvinnenes profil ble også brukt til å like å kommentere innlegg på alle fylkessider til partiet. Flere saker i media der Senterkvinnene vises eller er tydelig inspirasjon, mest på fødselsomsorg.

### **Stjel ideer og la deg inspirere!**

Senterkvinnene skal være gode til å dele ideer og inspirere hverandre. Denne kulturen sprer seg sakte, men sikkert, gjennom utsendinger av bakgrunnsmateriale fra sentralt, fysisk og digital nettverksbygging og mange gode eksempler.

