

Handledning personalvalskampanj

Riksdag, region och kommun





Innehållsförteckning

Om personvalet	2
Bakgrund för personval	2
Så fungerar personvalet	3
Personvalets utveckling	3
Hur bygger man en personvalskampanj?	5
Utgångspunkter för personvalskampanjen	5
Kampanjens kom igång-checklista	6
Sociala medier	8
Säkerhet på Sociala medier	10
Dörrknackning	12
Kampanjtips	14
Policy personvalskampanj: Val till kommun, region och riksdag 2022	16



Om personvalet

Moderaterna går till val på en samlad politik, som ett lag, men vi ser gärna att våra kandidater profilerar sig utifrån sina sakfrågeområden. Personval ska ses som kittet mellan kandidater och vår sakpolitik. Våra kandidater är budbärare av partiets politik och de som ger politiken ett ansikte. Personval är inte en kampanj för egen politik eller egna vallöften - vi tillhör alla samma lag, och det är i laget vi spelar matchen. Vi ska se till att använda personvalsinstrumentet för att förstärka vår kampanj och se till att det skapar än mer vinnarkultur för det gemensamma laget.

Vi vill påverka samhället och vinna val. För detta behöver vi förstärka vår påverkanskraft med hjälp av våra medlemmar. Genom en bred delaktighet där våra medlemmar sprider segrar, ståndpunkter och kampanjer i sina nätverk – och bjuder in sina vänner till vårt medlemskap – ökar vår påverkanskraft. Ju fler engagerade medlemmar vi har desto fler ambassadörer för vår politik och större opinionsbildande styrka har vi.

I september 2022 kommer varje röst på Moderaterna att räknas, och i detta är de personliga kampanjerna såväl lokala kampanjerna väldigt viktiga. Väljare belönar partier som är lokalt förankrade och som har en tydlig lokal agenda. Därför finns ett stort värde i att så många av oss som möjligt i god tid innan valet funderar över vilka kampanjmetoder och till vilken grad vi är villiga att engagera oss. Man kan engagera sig på olika sätt och varje engagemang är Moderaternas styrka.

Bakgrund för personval

Personvalet infördes fullt ut under 1998 som ett svar på den förändrade vardagen som våra politiska partier upplevde, med färre medlemmar och högre tryck på kommunpolitikerna. Med personvalet har väljarna nu fått ett större inflytande i och med möjligheten att rösta på vem som de vill ska företräda dem samtidigt som direktkontakten mellan förtroendevald och väljare stimuleras. Dessutom får partierna ett mätbart kvitto på hur väljarna ser på kandidaterna vilket stärker valdagens betydelse jämfört med tidigare system där resultatet helt berodde på valsekretsplaceringen.

Den som i sin tur väljs genom personval kommer också att veta med sig att han eller hon tydligt representerar väljarnas åsikter och därmed har ett uppdrag i att förvalta rösterna på bästa sätt. Glöm dock aldrig bort att alla kandidater, oavsett om man är inkryssad eller ej, alltid är kandidater för Moderaterna. Utan att ha blivit nominerad av partiet så hade en person aldrig kunnat bli personvald – vilket gör att alla regelverk, kandidatförsäkran, etisk policy och så vidare gäller på samma sätt för alla.

Det finns alltså en stor potential i att stärka personvalskampanjen och våra lokala budskap. Inte bara öppnas en mätbar direktförbindelse mellan väljare och deras förtroendevalda. Vi vet också att ökad information om kandidaterna driver upp valdeltagandet. Personvalet ger konkurrens, valvinnarkultur och energi på ett sätt som stärker vår demokrati och kan mobilisera grupper.



Så fungerar personvalet

Med personvalet har Sverige fått ett valsysteem som är en blandning av parti- och personröstning. Alla namn på valsedelns godkänns och anmäls av partierna som svarar för rangordningen av kandidaterna på listan. Väljarna har möjligheten att sätta ett kryss för en kandidat på den valsedel som valts. Bara en person får kryssas och man kan också avstå helt avstå från att kryssa.

Efter valet fördelas mandaten mellan partierna och då bestäms vilka av kandidaterna som får plats. Antalet personröster som en viss kandidat har fått för ett parti kallas för det personliga röstetalet.

Kravet (spärren) för att bli invald på personröster är att kandidaten har fått ett antal personröster som motsvarar minst:

- 5 procent av partiets röster i valkretsen vid val till riksdagen.
- 5 procent av partiets röster i valkretsen vid val till region och kommunfullmäktige dock minst 100 respektive 50 röster.

Den kandidat som klarar spärrnivån och samtidigt har fler kryss än de andra kandidaterna på valsedelns förs till toppen av listan. För de som inte klarar spärrnivån gäller den rangordning som partierna själva svarat för. Bli ingen på valsedelns personvald gäller partiets egen rangordning.

Personvalets utveckling

Den stora majoriteten kandidater som blir valda blir inte personvalda utan får sitt mandat till följd av sin placering på partiets valsedel. I 2018 års riksdagsval blev 95 av 349 ledamöter personvalda, vilket motsvarar 27,2 procent. Av dessa var det sedan 12 stycken som inte hade blivit valda utan personvalssystem. Anledningen till att det ser ut på det här viset är att väljarnas personröster i stor utsträckning går till kandidater som står högt upp på valsedlarna. Flertalet av de personvalda ledamöterna skulle alltså ha blivit valda även i ett system utan personval eftersom de var placerade på valbar plats.

Sammanfattningsvis går det att säga att personröstningen i riksdagsvalet år 2018 innebar att nästan en fjärdedel av väljarna genom sina personröster utsåg drygt en fjärdedel av riksdagsledamöterna som i sin tur till stor del stämde med partiernas kandidatrangordning, dvs. de stod på valbar plats.

Så varför kryssar inte fler väljare? Statsvetare har kunnat belägga som huvudskäl att väljarna inte kryssar därför att de helt enkelt inte känner till kandidaterna. Det är också skälet till att det blir partiledarna och de bäst kända kandidaterna som får många kryss. Därefter kryssar väljarna kandidater som bor i deras närhet.



Som parti har vi allt att vinna på att få väljarna att uppmärksamma lokala kandidater till valen. Här spelar du som kandidat en stor roll, genom att synas och träffa väljare i så stor utsträckning som möjligt.

Riksdagsval 1998–2018. Andel personröster (SCB)

2018	24,1 %
2014	24,6 %
2010	25,1 %
2006	22,2 %
2002	26,0 %
1998	29,9 %

Riksdagsval 1998–2018. Antalet personvalda i partier med riksdagsmandat (SCB)

Riksdagsval	M	C	L	KD	MP	S	V	SD	Alla mandatpartier
2018	21	17	10	7	8	18	13	1	95
2014	19	17	13	10	10	17	11	1	98
2010	9	13	6	10	3	13	4	1	59
2006	12	15	7	12	2	6	3	-	57
2002	18	18	11	12	5	13	9	-	86
1998	23	18	13	3	5	13	12	-	87

Man kan notera en stor ökning i andelen personvalda mellan 2010 och 2014. År 2014 sänktes spärren för att bli personvald från åtta procent av partiets röster i valkretsen till fem procent av partiets röster i valkretsen. Detta har sannolikt bidragit till den stora ökningen i andelen personvalda.



Hur bygger man en personvalskampanj?

Du som kandiderar för Moderaterna har som mål att vinna förtroende och maximalt inflytande för partiet. Det gemensamma målet för vårt politiska arbete är att få genomslag för moderata värderingar och moderat politik i samhället.

Utgångspunkten i en personvalskampanj måste alltid vara den enskilde kandidaten själv och målet ska vara kontakt med väljare. Insatserna i valrörelsen handlar mycket om att bryta anonymiteten, profilera sig och skapa nyfikenhet kring sin person. Hur man sen väljer att gå till väga beror på vad man känner stämmer överens med hur man är som person.

När vi representerar Moderaterna står vi upp för demokratin och för demokratiskt fattade beslut. Vi agerar gemensamt som parti och följer våra arbetsordningar i partigrupperna på alla nivåer. Detta gäller även vid en personvalskampanj.

Ingenting är viktigare än att vara aktiv som kandidat. Lokal kampanj är viktigt för den geografiska närheten som väljarstödet främst ska sökas, väljare röstar i första hand på namn de känner igen, därefter kandidater som bor i närheten.

Utgångspunkter för personvalskampanjen

- Bygg personvalrörelsen utifrån dig som person och vad du är bekväm med.
- Syftet med varje form av kampanj är att Moderaterna som parti ska bli större.
- Att få personkryss är att tilldelas förtroende, vi moderater håller vad vi lovar, vi ställer höga krav på oss själva och möter väljarnas förväntningar och krav på ett agerande som präglas av god etik.
- Moderaternas idé är att göra Sverige bättre genom att få genomslag för moderat politik i landets politiska församlingar.
- Viljan att lyssna, lära och samarbeta med varandra genomsyrar allt vi gör, inte minst i en personvalskampanj.

Det förtroende som vi känner för andra människor beror på en lång rad saker. I politiska sammanhang handlar det om att vara en god representant för väljarnas idéer och att vara en allmänt respekterad medborgare, framför allt i rollen som offentlig person.

Personvalet tydliggör ett av demokratins viktigaste förtroendeband, det mellan den enskilde kandidaten och den enskilde väljaren. Fokuset i varje kampanjupplägg bör därför vara närhet och närvaro. Varje form av kampanjinsats bör rikta uppmärksamhet mot partiets politik och våra kandidater.



Kampanjens kom igång-checklista

Hur gör man för att komma i gång? Här listas de tio viktigaste åtgärderna för att komma i gång med en personvalrörelse.

1. Bygg laget

Du har bestämt dig för att kandidera i valet och du vill bli invald i en politisk församling. Fundera nu på om det finns fler som tycker att det är viktigt att du blir vald. Börja i din absoluta närhet. Ta hjälp av din egen familj, släkt och vänner i personvalrörelsen. Människor behövs för att bygga engagemang och ett lag. Alla kan inte göra allt men alla kan göra något. Fundera ut vad olika personer kan hjälpa dig med och vad du kan hjälpa dem med. Mormor kanske kan hjälpa dig dela ut flygblad på söndagar och din partiförening kanske gör det tillsammans med dig på måndagar.

Andra intresserade kan vara bekanta, sympatisörer som har hört av sig om olika saker, tidigare medarbetare, pensionerade partivänner och barnens kamrater. Våga testa att fråga. De allra flesta har aldrig fått en direkt fråga om de vill göra en insats. Det viktigaste är att vi gör det som ett tillsammans som ett lag.

Håll kampanjen öppen för intresserade hela vägen fram till valdagen, de allra flesta som ansluter sig spontant gör det under valrörelsen. Det är viktigt att du ser till att träffa alla som arbetar för dig i kampanjen. Det är du som är kampanjens bärande del och att då ha kampanjarbetare som ser att ni jobbar som ett lag är viktigt. Visa stor ödmjukhet och uppskattning gentemot alla dem som lägger ner tid på kampanjen ihop med dig.

Kom ihåg att vi når bäst resultat när vi arbetar tillsammans mot det gemensamma målet att tillsammans vinna valet. Samarbeta med din partiförening och för en dialog om hur du kan genomföra din personvalskampanj och samtidigt bidra till partiets valrörelse på bästa sätt.

2. Målsättning

Hur många kryss behöver du för att bli personvald eller hur stor andel av rösterna behöver Moderaterna få för att du ska bli vald? Ta reda på antalet, tänk över din kommunikationsstrategi och försök dimensionera kampanjinsatserna utifrån strategin.

Moderaternas ändamål är att vinna fler människor för de idéer och den syn på samhället som vi tror på. Sätt upp konkreta mål för att din personvalskampanj ska få bättre förutsättningar att bli framgångsrik och nå goda resultat. Det är viktigt att målen är mätbara och uppföljningsbara och att alla som är involverade i kampanjen känner till dem.

3. Lär känna din målgrupp

Vem kan du attrahera till att rösta på Moderaterna? Börja att se till området där du bor eller där du av andra skäl är känd sedan tidigare. Gör på det viset en avgränsning för vart du ska satsa mer, framför allt var de resurskrävande insatserna ska ske. Attraherar du äldre eller



yngre väljare? Eller kanske båda? Anpassa dina politiska budskap efter målgruppen för att signalera att du är kandidaten och partiet för just dem. Ju bättre kännedom kring din målgrupp desto större lyhördhet gentemot väljarna.

4. Täck hela valkretsen, sök potential

Glöm inte att tänka in hela valkretsen. Dels är alla kandidater skyldiga att kampanja i hela valkretsen enligt kandidatförsäkran och i partistyrelsens beslut men det är också ett sätt att upptäcka potential. Om många kandidater är samlade i en del av valkretsen medan det finns andra delar helt utan kandidater kan det löna sig att göra särskilda satsningar där. Utgå från din egen person: för vem och var kan du vara ett argument?

5. Finansiera kampanjen

Vad gäller vid finansiering av personvalskampanj? Det finns särskilda regler för finansiering i partiets personvalspolicy som är beslutad av partistyrelsen. Du hittar personvalspolicyn på sida 17.

6. Formulera ditt budskap

Varje personvalskampanjs viktigaste budskap är kandidaten som person. Därför handlar det om att utgå från kandidaten. Hur kan du göra ditt namn känt och vilka frågor förknippar och ska allmänheten förknippa med dig? Eftersom du kandiderar för Moderaterna så medför det ett ansvar gentemot alla medlemmar och dem som röstade på Moderaterna utan att kryssa ditt namn, men som ändå indirekt bidrog till att du blev invald. Det här innebär inte att alla kampanjer och budskap behöver se likadana ut – tvärtom. Moderaterna har allt att vinna på att visa bredd i frågor, bakgrunder och erfarenheter. Fokusera gärna på regionala eller lokala aspekter av vårt nationella budskap. För ner rikspolitiken till vardagen och konkretisera.

7. Mediakontakter och sociala medier

De flesta väljarna möter sina kontakter via media och sociala medier, vilket betyder att det är viktigt att tidigt sätta upp en strategi kring hur man i media och sociala medier ska väcka intresse för kandidatens arbete eller insatser. Du bör vara aktiv med debattartiklar och insändare men också fundera över utspel och besök som kan intressera. Väljarna möter ofta dig som kandidat via sociala medier eller media, men det personliga mötet har visat ge goda effekter, kom därför ihåg att också planera för personliga möten med väljare.

8. Beställ material

Utöver sociala medier så är fysisk kampanj viktigt. Kampanjmaterialet ska förmedla utgångspunkterna om att synliggöra och öka medvetenheten om dig som kandidat. Förslag på traditionellt kandidatmaterial är knappar, foldrar, informationsblad, dekalerna och affischer. De utgör bra stödmaterial som skapar kampanjstämning och igenkänning. Dessutom är det material som lätt kan delas ut och täcka många hushåll.



Rent innehållsmässigt är det viktigt att tänka på att inte utforma budskap och textmaterial för långt innan själva valrörelsen. Synka din text lokalt så det överensstämmer med era budskap ni har gemensamt. Ta kontakt med din lokala partiombudsman för att få hjälp och mer information om tidplan, kostnad, utformning och befintliga mallar.

9. Samordna med partiet

Partiet är strukturerat för att vinna väljare åt Moderaterna. Din personvalskampanj är för att få dig vald och att Moderaterna växer som parti. Det bästa sättet för att undvika att det uppstår konflikter är att redan från början upprätta bra förbindelser med din lokalföreningsordförande och din länsförbundsledning för att kunna samordna insatserna. Målet är att vi jobbar som ett lag för att vinna valet.

10. Nu kör vi!

Sätt i gång direkt, ju tidigare desto bättre. Moderaterna ska bli större och varje engagemang är vår styrka. Lycka till

Sociala medier

Sociala medier har fått en allt större roll i Sverige. Varje dag används sociala medier av människor i alla åldrar, samhällsgrupper och kön. Sociala medier är förutom ett forum för att hålla kontakt med sina vänner och bekanta också en plats att inspireras, handla tjänster, läsa nyheterna och mycket mer. Av den anledningen är Moderaternas närvaro på sociala medier oerhört viktig.

I valet 2022 kommer en stor del av nyhetskonsumtionen att ske digitalt. Företrädare för Moderaterna bör därför vara aktiva i sociala medier, under valrörelsen, men också i god tid innan valrörelsen. Vår digitala opinionsbildning bör också kännetecknas av att vara snabb, rörlig, engagerande och personlig.

En guide för sociala medier hittar du på intranätet under [Dokument och Filer > Kampanj > Guide för sociala medier.](#)

Moderaternas grafiska profil hittar du på intranätet under [Dokument och Filer > Grafisk profil 2021 och dokumentmallar.](#)

Mediepolicy för Moderaterna hittar du på intranätet under [Dokument och Filer > Stadgar och policys > Partipolicy.](#)



Några tips att tänka på

1. Även dina privata konton räknas

I allmänhetens ögon är du som är engagerad i eller arbetar för partiet alltid en representant för Moderaterna, även på din fritid. Tänk därför på inläggs lämplighet i även dina privata kanaler, på sajter som Flashback etc.

2. Visa omdöme i din digitala kommunikation

Allt du skriver kan hamna i orätta händer. Många av oss förutsätter att allt vi skriver i digitala kanaler såsom sms, messenger och e-mail är säkrat och att det bara är vi själva och den vi sänt meddelandet till som kan läsa det. Tyvärr är det inte så. Ditt lösenord kan komma på avvägar, din telefon kan bli stulen upplåst i ett obehagligt ögonblick etc. Är du riksdagsledamot eller innehar annan senior position kan främmande makt försöka nå dina data med metoder som inte ens kräver ditt lösenord eller fysisk tillgång till din dator eller mobila enhet. Tänk på vad du skriver. Var sparsam med personomdömen eller annat som kan upplevas som uppseendeväckande om det hamnar i orätta händer. Du ska förstås aldrig dela hemlig information genom öppna digitala kanaler. Tänk på att ett e-post-meddelande kan liknas vid ett vykort, öppet för alla att se.

Aktivitet på sociala medier är något vi uppmuntrar – testa dig fram och se vilka kanaler du är bekväm med och vilka typer av inlägg som fungerar. Vår uppgift är att alltid föra samtal med och hålla kontakt med väljarna och kontinuerligt föra ut vårt budskap. I foldern "Sociala Medier" får du tips och råd kring din kommunikation i sociala medier.

3. Hur du förmedlar ditt budskap

Det mesta ser värre ut i skrift än vad det låter i tal. Sarkasm, ironi och skämtsamt ton är i princip omöjligt att förmedla i skrift. Tänk därför en extra gång hur det kan uppfattas innan du publicerar. Om du är osäker kan du alltid kontakta ditt förbund.

4. Bemöt med respekt

Det är viktigt att tänka på hur man bemöter sina meningsmotståndare och uttrycker sig i sociala medier. Att bemöta motståndare sakligt och med fakta samt att respektera den personliga integriteten är viktigt. Att våga be om ursäkt om man har skrivit något som missuppfattats eller är felaktigt är också viktigt. Alla kan göra misstag men då är det viktigt att också be om ursäkt.

5. Skärmbilder

Tänk på att i princip alla har en smartphone som kan ta skärmbilder. En bild som du tar bort någon minut efter du har lagt upp den kan redan ha sparats av någon annan. Av den anledningen är det extra viktigt att impulsiva känslor inte styr kommunikationen.



6. Fake news

Ha koll på fejkade nyheter, sprid inte nyheten om du är det minsta osäker på källan.

7. Moderaternas Mediepolicy

Säkerställ att du följer Moderaternas Mediepolicy som du kan läsa på Intranätet under [Dokument och Filer > Stadgar och policys > Partipolicy](#). Det handlar exempelvis om att vi är sakliga, tillgängliga och ger god service. Men också om ansvarsfördelning och i vilka situationer kommunikationsavdelningen ska delges innan man skriver en artikel eller deltar i en intervju.

Säkerhet på Sociala medier

1. Skydda dig mot intrång och ”phising”

Stulna lösenord, hackade konton och virus blir allt vanligare och riskerar att leda till att privat eller konfidentiell information från dina konton hamnar i orätta händer. Det finns dock effektiva sätt att skydda sig mot detta och det är viktigt att alla aktiva medlemmar vidtar säkerhetshöjande åtgärder.

Phising och spear-phising (nätfiske)

Många av oss har någon gång mottagit mail med uppmaning att ändra lösenord på vårt mailkonto eller annan tjänst. Klickar man på länken i mailet kommer man direkt till en sida för lösenordsbyte. Om du får ett sådant mail är risken väldigt stor att du är utsatt för ett phisingförsök. Phising, eller nätfiske, riktas mot en stor grupp människor medan spear-phising är ett liknande försök riktat mot en enskild person. I den amerikanska valrörelsen utsattes demokraternas kampanjchef för spear-phising. Kampanjchefen fick ett mail med en uppmaning att byta sitt Gmail-lösenord. Kampanjchefen var smart och skickade mailet vidare till sin IT-avdelning och frågade om han borde följa rådet. IT-avdelningen sa att det var OK så kampanjchefen klickade på länken. Klicket resulterade i att främmande makt kunde ladda ner kampanjchefens hela maildatabas inklusive känsliga mail mellan honom och presidentkandidaten. Ett enkelt sätt att verifiera att du verkligen kommit till rätt webbsida när du klickat på en länk är att klicka på hänglåset högst upp på sidan i webbläsaren. Genom att klicka på hänglåset får du upp information om att ett certifikat är utfärdat till domänen du är på. Om du t.ex. går in på moderaterna.se så finns där ett certifikat som visar att det faktiskt är Moderaternas hemsida du är inne på. Att en webbsida utger sig för att vara någon annan än den verkligen är brukar kallas för ”spoofing”. Vanliga viruskydd och malwareskydd fungerar inte alltid bra för att skydda mot phising och spearphising. Bästa skyddet är att vara på sin vakt och aldrig klicka på länkar i mail från främmande personer.

Ha alltid ett uppdaterat operativsystem

Ett enkelt sätt att öka säkerheten på dina mobila enheter och dina datorer är att alltid se till



att ha den senaste versionen av operativsystemet. När du får meddelande att en ny version eller uppdatering av operativsystem finns tillgängligt, uppdatera omedelbart. Var på din vakt! Om du blir uppringd av någon som vill ha dina inloggningsuppgifter, eller ber dig logga in med Bank-ID, avsluta samtalet.

Virus och malware-skydd

Bäst skydd mot virus och malware får du genom att köpa ett viruskydd som automatiskt uppdateras regelbundet. Det finns många leverantörer att välja på t. ex Symantec/Norton, Fsecure och Panda. En leverantör vi avråder dig från att använda är ryska Kaspersky Labs, en leverantör som svartlistats i USA då man inte kan säkerställa att programvaran inte innehåller spionprogramvara.

Tvåfaktorsautentisering

Ett starkt lösenord är bra, två lösenord är bättre. Det är därför bra att använda sig av tvåfaktorsautentisering. Det är ett extra skydd till ditt konto som innebär att du förutom att skriva in ditt lösenord (som ej bör bestå av namn eller enskilda ord som finns i en ordlista), behöver verifiera att det är du som försöker logga in på ditt konto med en bekräftelse från något du äger. Den vanligaste tvåfaktorsautentiseringen är att du får en kod skickad till din telefon som du sedan måste skriva in för att kunna logga in. Tvåfaktorsautentisering kan också ske med hjälp av en app som genererar engångskoder, t.ex. Google Authenticator. Använd tvåfaktorsautentisering för ditt externa mailkonto, dina sociala-medier konton, molnlagringstjänster och betalningskonton. Mailkontot är allra viktigast eftersom du via mailen kan få åtkomst till andra konton och viktig information. Moderaternas e-mail skyddas genom att nya mobila enheter måste verifieras av IT-avdelningen innan enheten accepteras av systemet. Tvåfaktorsautentisering är enkelt att komma igång med och det flesta hemsidor och plattformar erbjuder detta idag.

2. Ta säkerhetskopior

Tänk igenom vad som skulle hända om du blev av med din telefon eller dator och behöver skaffa en ny. Har du en kopia på bilder och dokument? Säkerhetskopiera alltid ditt innehåll, antingen på en extern hårddisk eller via en molntjänst.

3. Använd kryptering och bra lösenord på telefon och dator

Om du tappar bort eller blir av med din mobila enhet eller dator behöver informationen i enheten vara skyddad. Ställ in din dator så att lösenord krävs när du slår på datorn, men också när du ska aktivera datorn efter det att skärmsläckaren slagits på. Telefonen ska fråga om kod efter någon minuts inaktivitet. Datorns hårddisk ska vara krypterad.

Åtgärder:

- Använd minst sexsiffrig kod på din telefon och ställ in den så att du måste slå in koden varje gång telefonen varit inaktiv i någon minut. Ställ in så att telefonens minne raderas efter 10 felaktiga försök att låsa upp den



- Ställ in lösenord på datorn så att det alltid måste anges när man startar den och efter det att skärmläckaren startat. Skärmläckaren bör starta efter max fem minuters inaktivitet. Ha ett lösenord på minst åtta tecken, gärna fler, med både siffror och bokstäver, helst också stora och små bokstäver samt något special tecken. Använd inte ord som finns i ordlistan.
- Kryptera datorns hårddisk. Både Mac och Windows har inbyggda krypteringsfunktioner som du kan slå på.

Mer om IT säkerhet kan man läsa om i IT-säkerhet för moderater, det hittar du på intranätet under [Dokument och Filer > Stadgar och policys > IT och personuppgifter > Säkerhet](#).

Dörrknackning

Genom personliga möten och samtal skapar vi de bästa förutsättningarna för att bygga förtroende för Moderaterna och därmed öka vårt väljarstöd. Vi vet att dörrknackningen hör till den bästa metoden för personliga möten. Vi vet också att förtroende tar tid att bygga upp. Därför bör samtalen om möjligt ske vid fler tillfällen. Lyckas vi med detta, har vi skapat goda förutsättningar för Moderaterna att öka sitt väljarstöd och för att Sverige ska få en moderatledd borgerlig regering. Vi har därför målsättningen att genomföra 400 000 samtal genom dörrknackning fram till valdagen. Här följer ett antal tips inför personvalrörelsens väljarsamtal.

Väljarna är intresserade av oss

Dagens väljare är mycket rörliga och bestämmer sig sent. Fyra av tio väljare kan tänka sig att rösta på Moderaterna. Med andra ord finns det en väldigt stor potential för oss. Valforskning visar att dörrknackning är en effektiv metod för att vinna väljare. Genom personlig kontakt med moderata företrädare som knackar dörr kommer också fler människor att lägga märke till en insändare av oss i en tidning, se en annons från oss i sociala medier, eller stanna upp och lyssna på våra företrädare när de uttalar sig i media. Kom därför ihåg att din insats är av stor betydelse för hela valrörelsen.

Prioriterade valdistrikt

Det gäller att satsa resurserna där vi vet att de gör störst nytta. Därför fokuserar vi dörrknackningen till våra mest prioriterade valdistrikt. Genom att använda Moppins kan vi identifiera vilka områden som är prioriterade i de olika kommunerna. Vi prioriterar de orangea valdistrikten då det där bor en hög andel personer som tidigare röstat på Moderaterna men som inte gjorde det i valet 2018. Varje förbund ska ha utsett minst en person som är ansvarig för dörrknackningskampanjen. Kontakta ditt förbunds dörrknackningsansvarige eller din partiombudsman om du vill veta mer om vilka valdistrikt som ska prioriteras hos dig. Moppins finns på intranätet under [Kampanj > Moppins22](#). Där finns även mer information om de olika färgkategorierna samt en presentation om Moppins för dig som vill veta mer.

Vem kan knacka dörr?

Alla medlemmar i Moderaterna! Ju fler vi är som knackar dörr desto fler väljare når vi. Alla aktiva moderater, särskilt förtroendevalda, kan delta i dörrknackningskampanjen. Bedriver du



en personvalskampanj har du ett extra stort ansvar i att vara en ledande företrädare för partiet. Att vara en ledande företrädare innebär också ett ansvar att vara en förebild och entusiasmera andra att delta i dörrknackningskampanjen.

Packlista inför dörrknackning

- Kampanjkläder, namnbricka och moderatknapp.
- Penna och papper för anteckningar.
- Laddad mobiltelefon med appen E-canvasser (det är här man kan se kartan över vilket område man skall gå i samt kan rapportera in sina samtal).
- Kampanjmaterial att dela ut, folder eller flygblad.
- Give-aways att dela ut som tack efter samtal.
- Flygblad att lägga i brevlådan till dem som inte var hemma.
- Bekväma skor!

Tio ”kom ihåg” vid dörrknackning

1. Ring på och var ditt bästa jag. Det är inte svårare än så. De flesta blir glatt överraskade när en företrädare för ett politiskt parti tar kontakt.
2. Att lyssna mycket och prata mindre är en bra grundregel.
3. Gå alltid två och två. Då kan ni peppa och stötta varandra samt turas om att knacka på och vara den som tar initiativ till samtal.
4. Stanna vid tröskeln. Du bör aldrig tacka ja om du blir inbjuden. Tacka vänligt nej, med hänvisning att du har många som du ska hinna prata med.
5. När du möter de som signalerar att de stödjer Moderaterna, glöm inte att fråga om de vill göra en insats och om de vill bli medlemmar!
6. Tipsa intresserade om vår hemsida. Här finns massor av information om vad vi tycker i olika frågor, men också tips på kampanjaktiviteter och möjlighet att bli medlem.
7. Håll löften – om ni har lovat att återkomma med information så gör det. Skriv upp det i kalendern direkt.
8. Gör en noggrann notering av adressen om personen i fråga uttryckligen säger att man inte vill ha fler besök av moderater.
9. Dokumentera samtalet och ge underlaget till den ansvarige i föreningen så att denne kan rapportera in det.



10. Ha roligt!

Ännu fler tips och information om hur du lyckas med en dörrknackningskampanj hittar du i vår Handledning för dörrknackning som finns på intranätet under [Dokument och Filer > Kampanj > Samtalskampanj > Dörrknackning](#).

Kampanjtips

Dörrknackning är en av många delar i vårt kampanjarbete, men av olika skäl kan dörrknackning vara svår att genomföra i en del områden. Kanske har man inte tillgång till portkoder eller liknande. Då handlar det om att hitta andra platser för att möta människor, exempelvis:

- På väg till och från jobbet kan ni möta upp pendlare vid buss- och tågstationer.
- Utanför mataffärer, köpcentrum eller på gågata eller annan plats med många människor.
- Vid någon annan självklar knytpunkt i området, som en lekplats eller park där många människor samlas på helgerna.
- Ringa väljare, på så sätt kan vi nå dem som annars är svåra att nå ut till. Prata med din ombudsman eller samtalskampanjansvarig i ditt förbund om du vill ha hjälp med att ta fram telefonlistor. Callhub är ett ringverktyg vi kan använda oss av både när vi ringer medlemmar samt våra väljare. På intranätet under [Kampanj > Callhub/Ringverktyg](#) kan du hitta tydligare instruktioner samt starta ett Callhub konto.
- Bjud in till samtal. Att bjuda in till ett samtal med en grupp väljare är ytterligare ett bra exempel på hur vi kan genomföra lyssnande samtal med personer som vi inte når genom dörrknackning. Bjud in till en diskussion i ditt hem, i din trädgård, på ett café eller på någon annan plats för att på så sätt göra samtalet mer personligt och mindre formellt. Föreningslokalen kan givetvis vara ett alternativ, men tänk på att människor kan uppleva steget in i Moderaternas lokal som större än klivet in i någons hem eller trädgård. Inbjudan kan ske genom flygblad i trappuppgångar, på arbetsplatsen, idrottsföreningen, som återkoppling i ett visst postnummer eller liknande. Efteråt är också viktigt att följa upp samtalen och ge återkoppling på det som sagts. Det kan du till exempel göra genom e-mail, adresserade brev, eller kanske ett telefonsamtal.
- Genomför företags- och arbetsplatsbesök där man arbetar inom dina sakfrågor. Fundera över vilken politisk poäng som du vill göra med besöket och ta därefter kontakt med intressanta och relevanta företag.
- Skolbesök. Tänk på att det går betydligt fler förstagångsväljare i skolorna under våren 2022 än vad det gör under hösten och kampanjens slutskede. Fundera därför över



om det kan vara värt att genomföra skolbesök redan under våren. Sträva gärna efter att träffa elever i mindre grupper snarare än att du ställs inför aulapresentationer. Kolla om du kanske kan göra det tillsammans med en lokal MUF:are.

- Aktiviteter i närområdet. Kanske händer det något intressant i ditt område under kampanjperioden där du kan vara med? Ta reda på vad som händer i kommunen – sker några konserter, sportevenemang eller liknande? Tips! Kolla i lokala facebookgrupper.
- Spring ett lopp. Samla ihop ett gäng, dra på er kampanjtröjor och jogga, gå eller spring. De som inte vill eller kan delta kan dela ut vatten i M-muggar. På www.marathon.se finns de flesta större lopp listade.
- Blixtkampanj. Kom med snabb respons efter en debatt genom att producera och dela ut flygblad när folk är på väg till eller från jobbet.
- Lappa bilar i samband med ett stort evenemang. Kanske med något mer än bara flygblad som har en koppling till evenemanget?
- Gör lokala flygblad och dela ut till morgonresenärer. Se till att stå vid kollektivtrafikens knutpunkter under morgonrusningen.
- Ta en tidig morgonpromenad och lägg flygblad i brevlådor som morgonläsning. Det här kan också göras kvällen innan så att folk har dem där när de vaknar. Gör ett schema vem som tar vilken gata så inga får dubbelt i brevlådorna.

Fler kampanjtips kan du hitta i dokumentet "111 tips för en lyckad kampanj" på intranätet [Dokument och Filer > Kampanj > 111 tips för en lyckad kampanj](#).



Policy personvalskampanj: Val till kommun, region och riksdag 2022

Antagen av partistyrelsen den 20 augusti 2021.

Moderaternas policy för personvalskampanj vid valen till kommun, region och riksdagen 2022 gäller för alla kandidater och anställda i partiet och klargör vad som förväntas vid personvalskampanjer i vår organisation. Denna policy gäller också i tillämpliga delar för personliga kampanjer i den interna nomineringsprocessen.

Moderaterna har en positiv syn på personval. Moderaterna har människors vardag som utgångspunkt för politiken. Personvalskampanjen ger möjlighet till direktkommunikation mellan väljare och kandidat och det finns ett värde i att så många moderata företrädare som möjligt deltar i kampanjer och möten med väljare. Personvalsinslaget ger varje kandidat en mätbar möjlighet att agera för ökat väljarförtroende. Det förändrar synen på valrörelsen och skapar en annan känsla av att personligen bedömas på själva valdagen. Personvalsinslaget hjälper oss också att mer aktivt i valrörelsen fokusera på hela vår väljarpotential.

Fyra förhållanden som är vägledande i vår syn på personvalet

För det första är all personröstning starkt kopplad till den egna valkretsen eller de platser där kandidaten genom livet hunnit göra sig känd. Valforskning visar att det starkaste samband som kan påvisas när det gäller personröstning är viljan att rösta på "grannen", på en person med koppling till den egna regionen eller hemorten. Personvalet fördjupar insikten om varje vals lokala karaktär. Det måste slå igenom i sättet att driva kampanj.

För det andra bygger varje personvalskampanj i grunden på den enskilde kandidatens engagemang och förmåga. En personvalskampanj kan inte sättas samman och genomföras framgångsrikt utan att kandidaten själv är drivande.

För det tredje bör vår strävan vara att med hjälp av personvalsinslag förbättra dialogen med väljarna som många idag upplever som alltför bristfällig. Det löses inte genom att betrakta personvalet som ett sätt att från distans via köpt kommersiell annonsering av olika slag försöka nå fram med envägskommunikation. Honnørsorden bör istället vara närhet och personlig närvaro. Det centrala är att vara tillgänglig i väljarnas vardag på olika sätt.

För det fjärde är det viktigt att alla känner till och följer samma regler. Denna policy för personvalskampanj i samband med valen till kommun, region och riksdagen 2022 är framtagna av partistyrelsen och bygger på policys från tidigare val. Till denna ska även läggas våra stadgar som ger de formella ramarna för all verksamhet i Moderaterna, vår etiska policy som adderar de värderingar och principer som ska vara vägledande i allt vårt arbete och för förhållandet mellan medlemmar, förtroendevalda, anställda och väljare, samt



försäkran för kandidat och förtroendevald (Kandidatförsäkran), vilken är speciellt framtagen för de allmänna valen 2022 och ska tecknas av samtliga kandidater.

Varje personvalskampanj är en del av den nationella valrörelsen

1. Den som kandiderar för Moderaterna 2022 ska bedriva egna kampanjinsatser för att erhålla personliga kryss på valdagen och därmed bidra till att maximera det moderata valresultatet. Målsättningen kan aldrig bli att enbart arbeta för att erhålla egna kryss. Varje moderat kandidat har ett ansvar för att bidra till partiets samlade resultat. Det medför ett ansvar att driva kampanj i hela valkretsen/kommunen/regionen och inte enbart där kandidaten tror sig kunna erhålla flest kryss. Alla kandidater har såväl rättighet som skyldighet att driva kampanj i hela valkretsen/kommunen. Personvalet får aldrig blir en ursäkt att hålla andra moderata kandidater borta, utan ska istället få fler att totalt sett göra mer.
2. Alla kandidater ska bedriva sina kampanjinsatser i enlighet med den av partiet fastställda valplanen. Det är viktigt att den totala kampanjen får den kraft och styrka som bara en samordnad kampanj kan ge.
3. Personvalskampanjer ska till politiskt innehåll överensstämma med partiets beslut. Den grafiska formen ska överensstämma med partiets grafiska profil. Respektive förbund kan erbjuda kandidater stöd genom t ex mallar för ett antal trycksaker. Kandidaten levererar alla textunderlag och står för kostnader för grafisk utformning av original samt tryckkostnader om inte annat avtalats.
4. Kandidaterna på valsedlarna är efter särskilt nomineringsförfarande rangordnade. Förbund och föreningar bör genomföra särskilda insatser för att synliggöra toppkandidaterna. Toppkandidater på fastställd lista kan efter beslut av valledningen på respektive nivå marknadsföras som symbolpersoner för partiets kampanj och anses då inte i denna del bedriva personvalskampanj.
5. Ett eller flera toppnamn på en valsedel kan marknadsföras av partiet såsom ledande företrädare inom ramen för ordinarie kampanj. Detta räknas inte som personvalskampanj.

Kampanjfinansiering

6. Den enskilde kandidaten uppmuntras till egen kampanjfinansiering. Kontantbidrag från juridisk person är inte tillåtet. Vid stöd från enskilda ska det totala beloppet samt antal bidragsgivare redovisas. Även indirekt stöd i form av exempelvis stödannonsering eller subventionering av annonskostnader och personella resurser, ska så långt som möjligt redovisas. Denna redovisning ska i varje läge av kampanjen vara fullständig och möjligt att redovisa för valledningen i respektive förbund. På uppmaning av den nationella valledningen ska valledningarna i respektive förbund i varje läge av kampanjen kunna lämna en fullständig redogörelse över enskilda kandidaters kampanjfinansiering.



7. Kontantgåvor från partiorganisationen eller sidoorganisationerna till enskild kandidat är inte tillåtet.

Personellt stöd och ideella kampanjarbetare

8. Den enskilde kandidaten bekostar eventuella utskick. Eventuella utskick till medlemmar ska ske genom respektive förbundskanslis försorg mot ersättning. Medlemslistor för utskick via post och e-post eller telefonkampanj lämnas inte ut till enskilda kandidater. Varje förbund avgör i vilken utsträckning man har möjlighet att erbjuda sina kandidater hjälp med utskick. Alla kandidater måste dock ges samma möjligheter. Enskilda kandidater kan inte begära information som inte tidigare publicerats om utskick och provvalsresultat vare sig från det egna förbundet eller från Riksorganisationen.
9. Den enskilde kandidaten uppmuntras att engagera kampanjarbetare. Förbund och föreningar kan och bör genomföra insatser för att synliggöra toppkandidater på olika listor. Enskilda tjänstemän i Moderaterna på lokal, regional eller nationell nivå kan dock inte på eget eller kandidats initiativ vara engagerade i en personvalskampanj på arbetstid. Valledningen i respektive förbund fattar beslut om tjänstemän på lokal och regional nivå (kommun och region) ska arbeta med personvalskampanj på arbetstid. Den nationella valledningen fattar beslut om tjänstemän anställda av riksorganisationen (bland andra partiombudsmän) ska engageras i en personvalskampanj på arbetstid.

Sociala medier

10. Inför valet 2022 kommer majoriteten av nyhetskonsumtion att ske digitalt. Företrädare för vårt parti bör därför vara aktiva i sociala medier i god tid innan valrörelsen. Snabbt, rörligt, engagerande, personligt och tydligt ska känneteckna vår digitala opinionsbildning.
11. Sociala medier är en ständigt pågående dialog. När företrädare för Moderaterna deltar och bidrar med sin kunskap, sina erfarenheter och sin entusiasm är det positivt. Det är ett viktigt sätt för oss att vinna väljarnas förtroende. När du kandiderar för Moderaterna bör du utgå ifrån att dina inlägg kommer att läsas av många, exempelvis företrädare för olika politiska partier och media liksom av väljare. Det gäller även om ditt svar är riktat till en viss person. I grunden handlar det om att använda sunt förnuft. Bemöt dina meningsmotståndares åsikter på ett sakligt sätt och avstå från personangrepp. Utgå ifrån fakta och var källkritisk. Försäkra dig om att du kan använda andras material och ange källa. Respektera människors integritet och publicera inga kränkande personuppgifter.

Ömsesidig respekt mellan kampanjande partivänner

12. Kandidater får inte bedriva egen kampanj som medvetet inkräktar på eller konkurrerar med partiets eller föreningens kampanjaktivitet avseende tid eller plats. Om en förening själv tar initiativ att bedriva kampanj för en enskild kandidat får personvalstrycksaker spridas i samband med eller i anslutning till partiets eller föreningens möten och aktiviteter på offentliga platser. Det är dock inte tillåtet om det sker mot föreningens vilja. Dock kan kandidaten själv dela ut sitt material. Om kandidaten är huvudtalare eller motsvarande kan personvalsmaterial spridas. Personvalsaffischer anslås inte på valstugors ytterväggar eller andra fasta moderata skyltlägen om partiföreningen motsätter sig detta. Personvalsaffisch kan dock användas för information om kommande aktivitet



där kandidaten närvarar. I valstugor och andra platser med möjlighet till mer omfattande informationsmaterial, ska kandidater erbjudas skäligt utrymme för personvalsmaterial för väljarna att ta del av.