



LEDNINGSMANDAT: KAMPANJLEDAREN

Kampanjledare: Jan Lindgren – leder **kampanjgruppen**

Bakgrund:

2009 var ett framgångsår för Piratpartiet. Vi kom genom hårt och fokuserat arbete in i europaparlamentet. Kampanjorganisationen fungerade väl under eu-vals kampanjen, men måste fungera ännu bättre under valåret 2010, då konkurrensen kommer att vara hårdare. Därför är det av yttersta betydelse att vi analyserar både det som fungerade väl och det som fungerade mindre bra och jobbar framåt utifrån det.

Uppdrag:

Kampanjgruppen har det övergripande ansvaret för att planera och leda kampanjarbetet i Piratpartiet. I detta ansvar ryms bland annat att handha kampanjbudgeten. Gruppen har ansvar för att en kampanjplan tas fram. Denna ska innehålla tidsplan, strategi, metod och budget för hur partiet ska nå ut med sitt politiska budskap till väljarna. Målet är att vi ska komma in i riksdagen.

Då detta arbete innefattar såväl övergripande planering och produktion och distribution av kampanjmaterial, vilket kräver olika kompetenser, skapas vid behov mindre fokuskluster med ansvar för de olika delarna av arbetet. Det bör ställas krav på kompetens/engagemang och arbetsvilja bland de som deltar i dessa kluster, så att grupperna levererar kontinuerligt. Kampanjgruppen ansvarar dock övergripande för deras arbete och ser till att de olika delarna är synkroniserade.

Ej del av uppdraget:

Det är inte Kampanjgruppens ansvar att besluta om politiska strategier. Det är inte heller Kampanjgruppens ansvar att exponera partiet medialt (sälja in artiklar, etc). Det är inte heller kampanjgruppens ansvar att planera enskilda riksdagskandidaters personvalskampanjer.

Tidplan och leverabler:

En preliminär tidsplan som visar aktiviteter under valåret ska vara ledningen tillhanda senast 16 februari. Denna är avsedd att ge en snabb och preliminär kommunikation av vad som avses detaljplaneras.

Den övergripande kampanjplanen ska vara ledningen tillhanda den 1 mars. Den ska innehålla budget, tidsplan, strategi och metod för det planerade arbetet. Före dess bör aktivism stödjas i rudimentär form; aktivister måste ha kontinuerligt stöd.

Arbetsformer:

Kampanjgruppen organiserar sig i arbetsgrupper om idealt 7-8, max 10 personer. Då fler personer än så

arbetar i en grupp, delas gruppen i flera. Kampanjledaren ansvarar för att hålla regelbundna kampanjledningsmöten där grupperna samordnar. I dag sker stora delar av Kampanjgruppens arbete i en Skypechatt. För att styra upp arbetet och göra Kampanjgruppen så kreativ och effektiv som möjligt bör man skapa en helt ny chatt och ställa högre krav på deltagande i form av erfarenhet/engagemang och framför allt, att man faktiskt levererar. Om det behövs, kan kampanjledaren också starta temporära eller permanenta fokuskluster.

Ledning, kommunikation och rapportering:

Fokusklustren rapporterar till kampanjledningen, som i sin tur rapporterar till partiledning.
Fokusklustren rapporterar veckovis till kampanjledningen under kampanjgruppsmötena.
Kampanjledningen rapporterar veckovis till ledningsgruppen under ledningsgruppsmötena. Dessutom bör regelbundna tvärmöten mellan Media, Kompetens och Kampanj hållas.