

Bengt Germundsson och Magnus Ramstrand

Vägen till framgång

Varmt hjärta

Kallt huvud

Rena händer



Studiehandledning


Kristdemokraterna

 Studieorganisationen
Framtidsbildarna

Inledning

44,7 procent i ett kommunval! Markaryds kristdemokrater gjorde det igen 2010. Slog det tidigare rekordet på 44,3 procent i valet 2006. Ingen har vågat drömma om att Kristdemokraterna skulle kunna nå den nivån. En drömgräns för andra valet i rad. Detta har skett i småländska Markaryd. Många har naturligtvis ställt frågan: ”Hur kunde det hända? Vad är det som gjort att partiet har lyckats få ett så starkt lokalt genomslag?”

I reportageboken ”Vägen till framgång – Varmt hjärta, kallt huvud och rena händer” (Samhällsgemenskaps förlag) har vi försökt beskriva en del av de faktorer som gjort att Kristdemokraterna gått från att vara det minsta till det största partiet i Markaryds kommun. Förhoppningsvis finns det lärdomar som kristdemokrater i andra lokalavdelningar kan ta till sig för att i kommande val åstadkomma resultat som man tidigare inte varit i närheten av. Går det i Markaryd, kan det säkert också lyckas i många andra kommuner.

Det går nog aldrig att kopiera ett framgångsrecept, men man kan hämta inspiration, tips och idéer som sedan kan omsättas i det vardagliga politiska arbetet i alla våra lokalavdelningar. Varför uppfinna hjulet igen, om vi kan hämta en del från Markaryd och andra framgångsrika lokalavdelningar?

Vi hoppas att boken ska vara inspirerande och kanske ge några svar och tips inför framtiden. Den här studiehandedningen har vi tagit fram som en hjälp för att komma igång. Använd boken och diskutera innehållet och reflektera över hur du i din lokalavdelning kan omsätta orden i handling.

Lycka till!

BENGT GERMUNDSSON
MAGNUS RAMSTRAND

Inför kursstarten

- Kontakta Sensus Studieförbund i ditt distrikt och anmäl start av studiecirkel. Sensus kan vara behjälplig med att skicka ut inbjudningar och med införskaffande av material och ev omkostnader kring föreläsare, lokaler och litteratur. www.sensus.se
- Beställ:
Boken ”Vägen till framgång – Varmt hjärta, kallt huvud och rena händer” från Samhällsgemenskapsförlag. http://www.kristdemokraten.com/list.asp?category_id=bokklubb
- Upprätta senast vid träff 1 en deltagarförteckning och skicka den till Sensus. Ni får sedan tillbaks en närvarolista som prickas av och sänds in efter avslutad cirkel.
- Träffarna ska bestå av minst 3 deltagare (samma) som ses vid minst 3 tillfällen. Den sammanlagda studietiden ska vara minst 9 studietimmar á 45 min. Den här kursplanen bygger på 5 till 6 träffar, men ni kan naturligtvis använda kursplanen på det sätt som ni känner blir bäst för er.

Frågor?

Kontakta:
Utbildningsansvarig på partikansliet
Tel: 08-723 25 00

Lycka till!

Studieplan

1. Vår kommun – hur ser den ut?

Förberedelser: Sid. 1-28

Ingen kommun är den andra lik. Förutsättningarna är högst varierande över landet, från storstäderna till de små kommunerna i landsbygd och glesbygd. Därför måste ni analysera hur det ser ut i den kommun där just ni verkar. Vid den första träffen bör ni inventera hur er närmaste omvärld ser ut. Man kan göra en enkel SWOT-analys (styrkor, svagheter, möjligheter och hot) över hur er kommun ser ut idag och i framtiden. En viktig del är att titta bakåt och reflektera över varför det ser ut som det gör idag och vilka faktorer det är som fört oss hit.

Det finns en rik källa av kunskap att ösa ur. Kommunen, länsstyrelsen, SCB och andra har mängder med bakgrundsmaterial och aktuell statistik. Men det allra viktigaste är kanske att våga göra er egen bedömning av läget.

När ni har en gemensam historiebeteckning och en gemensam verklighetsbild, då är plattformen stabil och det är dags att gå vidare till nästa träff.

Diskussionsuppgifter:

- Kommunens historia och utveckling fram till idag.
- Nuläget – hur ser det ut och varför?
- Styrkor – svagheter – hot – möjligheter?
- Vilken är vår lokala identitet?

2. Vilka är våra medlemmar och var finns ”våra vänner”?

Förberedelser: Sid. 29-66

Vid nästa träff är det dags att göra en motsvarande analys av medlemmarna i avdelningen. Även här kan man använda SWOT-analysen som metod för att få fram vilka personliga egenskaper våra medlemmar äger.

Det här kan många gånger vara svårt, eftersom ni nu kommer att beröra de personliga egenskaperna. Därför är det viktigt att städa kvalitetstrappan uppifrån, dvs börja med lokalavdelningens ordförande och styrelsen. Om dessa ledare vågar gå före och bjuda på sig själv i form av styrkor och svagheter, kan ni säkert lyckas med uppgiften att inventera ganska många av era medlemmar.

Ni kommer att bli förvånade över att det finns så många medlemmar med dolda talanger som kan vara till stor nytta i lokalavdelningens arbete. Tänk mer än till de politiska uppgifterna. Det finns en mängd andra uppgifter av organisationskaraktär som många säkert är beredda att ta på sig. De uppgifterna är nog så viktiga för att de främsta namnen ska få möjlighet att ”glänsa på showgolvet.”

Lika värdefullt är det att inventera bekantskapskretsen för att försöka ta reda på var vi har våra vänner – eller sympatisörer. Dessa är kanske inte intresserade av att direkt gå in i ett politiskt uppdrag, men genom att odla kontakterna på lämpligt sätt kanske de kan vara bra personer att ha i beredskap som namn på kommunlistan vid nästa val.

Vidga cirklarna och gå gärna utanför de traditionella leden. Hur ser det ut bland företagen, i de olika föreningarna och varför inte bland de kommunanställda? Vi får ju inte utgå ifrån att alla som arbetar inom offentlig sektor röstar på (s).

Gör upp listor, fördela ansvar, odla kontakterna och följ upp!
Ni ska se att avdelningen börjar växa.

Diskussionsuppgifter:

- Våra medlemmar – vilka är de?
- Vilka kompetenser finns?
- Vad behövs för att komplettera med de kompetenser som saknas?
- Vad är det som fungerar resp. inte fungerar i styrelsen, i avdelningen?
- Hur tar vi hand om våra nya medlemmar och hur hanterar vi ”trotjänarna”?

3. Hur kan vi bygga ett fungerande team?

Förberedelser: Sid. 49-82
Markaryds kommuns chefs- och ledarhandbok (www.markaryd.se)
Markaryds kommuns medarbetarhandbok (www.markaryd.se)

När ni inventerat vilka era förutsättningar är och hur omvärlden ser ut är det dags att börja bygga laget. För att lyckas med detta är idrottsvärlden en lysande metafor. Varför inte bjuda in en tränare eller lagledare från en klubb i kommunen som sysslar med lagsport. Oavsett division kommer ni säkert att få en mängd tips på hur man bygger ett lag, ett team.

Ingen kan allt, men alla kan något. I ledarskapets hemlighet ligger att se individen och låta den enskilde medlemmen få bidra med sin kunskap. För den finns.

Glöm inte de medlemmar som är lite kantiga, jobbiga och motvals. De är många gånger de bästa indikatorerna på om du kommer att lyckas eller inte. Alltför många ledare missar – eller undviker – att ge plats för den som inte alltid dunkar dem i ryggen. Men deras synpunkter är ovärderliga, för de uttrycker ofta vad en ganska stor grupp både inom och utom partiet tänker och tycker. Och kan man vinna dem, då kommer säkert de politiska utspelen också att gå hem.

I Markaryd har vi tillsammans identifierat ett antal framgångsfaktorer som vi upplever har varit lyckosamma. Vilka värderingar vill din avdelning arbeta efter och vilket förhållningssätt ska ni ha till varandra? Det kan bara ni själva ge svaret på.

Men laget måste ha någon eller några som får glänsa. Utan nyckelspelarna kanske laget vinner, men alla som tar hem förstapriset har nog en eller flera stjärnor. Det är viktigt att ni vid er inventering lyckas hitta dessa nyckelspelare och ger dem tid att utbilda sig, formas med era gemensamma värderingar och ges tid att växa in i uppgiften.

Diskussionsuppgifter:

- Vad utmärker ett fungerande team?
- Vilken värdegrund, vilket förhållningssätt ska vi ha gentemot varandra?
- Vad har vi för förväntningar på styrelsen, medlemmarna?
- Hur ska vi göra för att det ska bli kul med det politiska arbetet?
- Hur hanterar vi varandra när vi inte tycker lika?
- Vem/vilka ska vi satsa på 2014?

4. Hur ser våra politiska motståndare ut och vilka är våra avgörande frågor idag och i morgon?

Förberedelser:

Sid 84-115

Exempel på överenskommelser finns att ladda ner från FC

Lika viktigt som det är att veta hur ni själv ser ut är det att analysera era politiska motståndare. Varför ser det ut som det gör? Hur fungerar de andra partierna? Vilka är deras nyckelpersoner och hur agerar de?

I denna grupp kan även inräknas de partier som för tillfället råkar vara era politiska vänner. Glöm inte att de i regel inte vill något hellre än att växa på er bekostnad. Därför är det extra viktigt att formulera en strategi för hur ni hanterar koalitionspartierna och deras politiker. Finns det frågor där vi kan ge efter för att i längden kunna stå på oss i våra profilfrågor? Vilka frågor kan vi absolut inte kompromissa om?

Man bör tidigt göra en överenskommelse mellan de olika koalitionspartierna, där man reglerar sitt samarbete. Före valet eller när man precis förhandlat sig fram till en lösning är man överens. Då är det läge att fatta pennan och skriva ner det man vill vara överens om. Det kommer att vara bra att ha längre fram under mandatperioden när samarbetet sätts på prov.

Det är strategiskt av stor betydelse att identifiera de avgörande frågorna i ett lokalt/regionalt perspektiv. Dessa behöver inte vara kristdemokratiska hjärtefrågor, utan kan vara av helt annan karaktär. Inte sällan rör det sig om lokala frågor som berör människor på ett särskilt sätt. Men genom att vara förberedd och ha en strategi för dessa frågor, kan partiet skapa en plattform, utifrån vilken ni sedan och med trovärdighet kan agera i våra kristdemokratiska hjärtefrågor.

Diskussionsuppgifter:

- Våra motståndare, vilka är de?
- Vilka styrkor och svagheter finns hos de andra partierna lokalt/regionalt?
- Vilken politisk profil har de andra partierna?
- Vilka lokala frågor är viktiga för folk i allmänhet idag och i morgon?
- Vilka frågor ska vi driva och absolut inte kompromissa om?
- Hur ser överenskommelsen ut med våra koalitionspartier? Har vi någon?

5. Spelet om mediautrymmet och din personliga PR-plan

Förberedelser:

Sid 116-122

Oavsett om vi vill det eller ej spelar media en viktig roll. Det gäller att arbeta långsiktigt och bygga relationer med de journalister som finns i din närhet. Särskilt viktigt är detta kanske i de mindre kommunerna, där lokala tidningar ofta och gärna skriver om den lokala politiken. I de större kommunerna krävs en annan strategi. Det viktiga är att ni lägger upp en strategisk plan för hur ni ska kunna nå ut. I de flesta fall är media mest intresserade av lokala/regionala ageranden, gärna med ett innehåll som sticker ut, provocerar eller som innebär en konflikt.

Det är bra om nyckelpersonerna i avdelningen kan formulera en personlig PR-plan för att profilera sig och för att bära ut partiets budskap. Planen underlättar att skapa en tydlig profil i media och fungerar som ett praktiskt hjälpmedel.

Diskussionsuppgifter:

- Vilka media finns i vår kommun/region och hur arbetar de?
- Hur arbetar de lokala journalisterna och vilka frågor är de särskilt intresserade av?
- Vilka "krokar" brukar man hugga på?
- Hur ska vi kunna agera för att ta initiativet?
- Vem är jag själv – vilka är mina styrkor, svagheter, möjligheter, hot?
- Hur uppfattas jag av omgivningen – min image?
- Vilka mål har jag och hur ser min handlingsplan ut för att nå dessa mål?
- Hur möter jag/vi nya media – internet, hemsidor, bloggar, SMS?

6. Mot valet 2014 – strategisk verksamhetsplan

Förberedelser:

Sid 97-115, 131-143

Vid den sista träffen kan ni se tillbaka på kursen och försöka göra ett avstamp mot valet 2014. Med ledning av det ni nu kommit fram till, kan ni säkert formulera en strategisk verksamhetsplan inför valrörelsen 2014. Denna kan innehålla konkreta mål, åtgärder och aktiviteter som ni vill försöka genomföra. Använd gärna partiets verksamhetsplan som modell för hur er egen kan se ut. Tänk på att vara realistiska. Det är inte formuleringarna på papperet som räknas, utan vad ni klarar av att genomföra utifrån de specifika förutsättningar som just ni och er avdelning har. Glöm inte att tidsbestämma och tydliggöra vem eller vilka som har ansvar för de olika aktiviteterna.

Diskussionsuppgifter:

- Hur formulerar vi en strategi inför valet 2014?
- Vilken målsättning ska vi ha? I procent? I antal mandat?
- Vem ansvarar för vad?
- Hur följer vi upp?

Glöm inte att utvärdera kursen.

En enkel variant som passar de flesta utbildningarna kan ske enligt modellen nedan.

UTVÄRDERING

Betygsätt de olika träffarna samt kursens betydelse i sin helhet för dig på en skala från 1 till 5.

1 = Det här kunde jag ha klarat mig utan

5 = Det här var verkligen nyttigt och betydelsefullt/intressant.

Ge gärna egna kommentarer.



Kristdemokraterna