

Kolme eritasoista tapaa tehdä kuntavaalikampanjaa

Kuntavaalikampanjointi ei ole rakettitiedettä, eikä ehdolle lähtiessä tarvitse tietää kaikista kaikkea. Kampanjointiin voi panostaa juuri sen verran kuin itse pystyy, jokainen ehdokas on itsessään arvokas ja tuo mukanaan ääniä puolueelle. Jokaisen ehdokkaan kannattaa kuitenkin tehdä ainakin peruskampanjassa kuvatut asiat ja lähteä rohkeasti mukaan kampanjointiin. Vaalikampanjointi on aina yhdessä tekemistä ja tekemällä oppimista!

Ehdokkaaksi lähtiessä on hyvä miettiä omaa tavoitetta ja miten paljon on kampanjaan valmis panostamaan. Onko tavoitteenasi päästä valtuustoon tai kiinnostaako paikka jossain sinua kiinnostavaa aihetta käsittelevässä lautakunnassa? Tämä opas auttaa sinua miettimään omaa kuntavaalikampanjaasi. Esitelemme kolme eri tasoista kampanjaa, joiden pohjalta on helppo miettiä omaa kampanjaasi. Suosittelemme panostamaan erityisesti sosiaaliseen mediaan, koska sen kautta tavoitat helposti suuren massan ihmisiä.

Muista, että jokainen kampanja on tekijänsä näköinen. Tämä ohje on suuntaa-antava, yleisluontoinen esitys eri tasoisiin ja mallisiin kuntavaalikampanjoihin. Voit rakentaa oman kampanjasi vapaasti yhdistelemällä tai karsimalla tässä oppaassa esiteltyjä keinoja: jotkut ehdokkaat luottavat perinteiseen toritelttailuun ja jalkatyöhön, toiset panostavat ehdokasvideoihin tai ahkeraan some-mainontaan. Joku puolestaan rakentaa kampanjansa kantaottavan lehtikirjoittelun tai aktiivisen blogauksen varaan.

Kampanjoinnin tapoja ja tyyliä on monia ja toisaalta mielessäsi saattaa olla sellaisia konsteja, joita tässä oppaassa ei mainita. Vinkkaa puoluetovereillesi hyvät kampanjavinkkisi ja tuo ne myös puolue toimiston tietoon lähettämällä sähköpostia vaikkapa jäsen- ja järjestötiimin vetäjälle osoitteeseen juuso.aromaa@vasemmistoliitto.fi tai järjestötoiminnan ja kuntopolitiikan asiantuntijalle osoitteeseen antti.saarelainen@vasemmistoliitto.fi.

Nykyinen koronatilanne tekee kampanjoinnista haastavaa, joten suosittelemme panostamaan erityisesti etätapahtumiin ja sosiaalisessa mediassa kampanjointiin. On aina syytä noudattaa valtioneuvoston sekä viranomaisten suosituksia sekä paikallisia koronarajoituksia.

KAMPANJOINNIN TAHTI KIIHTYY VAALIEN LÄHESTYESSÄ.

Kampanjointiin käytettävä aika riippuu paljon ehdokkaasta. Jos et ole aiemmin ollut ehdolla ja olet niin sanotusti uusi nimi, kannattaa ehdolle pyrkiä mahdollisimman aikaisessa vaiheessa ja rakentaa omaa näkyvyyttään esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ja oman puolueosaston tilaisuuksia jo vaikka vuotta ennen vaaleja.

Kampanjoinnissa viimeiset kaksi viikkoa ovat tärkeimmät ja tähän ajanjaksoon osuu myös vaalien ennakoäänestys. Mitä lyhyempi aika vaaleihin on, sen intensiivisempää kampanjointiasi tulisi olla riippumatta siitä, minkä tasoista kampanjointia teet. Muista säännöstellä käytössäsi olevat taloudelliset, ajankäyttöön ja jaksamiseen liittyvät resurssit siten, että pystyt tekemään kampanjalle tehokkaan loppukirin.



Tärkeää tietoa koskien Facebookin palveluiden poliitikoille suunnattua lupaprosessia

Mainostajien, jotka haluavat **luoda tai muokata mainoksia Facebookin palveluissa (Facebook, Instagram)** sosiaalisista aiheista, vaaleista tai politiikasta jossain Euroopan unionin maassa, on käytävä läpi Facebookin lupaprosessi. Tämä uudistus astui voimaan Facebookin palveluissa keväällä 2019.

Suosittellemme, että suoritat valtuutuksen hyvissä ajoin ennen vaaleja. Lisätietoa ja neuvoja löydät tältä sivulta: <https://vaikutavasemmistossa.fi/kuntavaalit/ehdokkaille/facebook-mainonta/>

Tarkistuslista mainosvaltuutuksesta:

1. Sinun on oltava sivun ylläpitäjä tai mainostaja
2. Kaksivaiheinen tunnistautuminen on oltava otettu käyttöön
3. Sinun henkilöllisyytesi on oltava vahvistettu Facebookille (<https://facebook.com/id>)
4. Muista yhdistää Facebook ja Instagram tilisi, jos haluat mainostaa myös Instagramissa.

Vaalimainokset kannattaa syöttää järjestelmään hyvissä ajoin, sillä niiden käsittelyaika ennen näyttöä voi olla varsin pitkä.

Yhteiskunnallisia asioita, vaaleja ja politiikkaa koskevat mainokset ovat seuraavanlaisia:

1. Mainos, jonka nykyinen tai entinen julkisen viran ehdokas, poliittinen henkilö tai poliittinen puolue on luonut, jonka puolesta se on luotu, jota se koskee tai joka kannustaa tiettyyn julkisen viran vaalin tulokseen,
2. Mainos, joka koskee mitä tahansa vaaleja, kansanäänestyksiä tai kansalaisaloitteita, äänestyskannustus- ja vaalikampanjat mukaan lukien.
3. Mainos, joka koskee yhteiskunnallisia asiakysymyksiä missä tahansa paikassa, jossa mainosta näytetään, tai
4. Mainos, jota säännellään poliittisena mainontana.

Mainoksissa on oltava ilmoitus, joka sisältää mainoksen maksajan nimen ja tahon. Jokaisen mainoksen yläpuolella on ilmoitus, joka ilmoittaa mainoksesta maksaneen henkilön tai organisaation.

Lisätietoja: <https://www.facebook.com/business/help/208949576550051?id=288762101909005>

Mikroblogipalvelu Twitter on puolestaan kieltänyt poliittisen mainonnan kokonaan. (Lähde: <https://yle.fi/uutiset/3-11044543?origin=rss>)

KOLME ERITASOISTA TAPAA TEHDÄ KUNTAVAALIKAMPANJA

1. PERUSKAMPANJA

Peruskampanjalla varmistat perusnäkyvyyden itsellesi ja puolueellesi. Varsinkin pienemmässä kunnassa peruskampanjalla voi pötkiä hyvin pitkälle, jopa valtuustoon asti, jos sinulla on muuten paikallista tunnettavuutta. Isommassakin kunnassa tämä voi taata aivan kohtuullisen tuloksen.

1. Täytä ehdokaslomake.

2. Käy kuntavaalikuvausessa.

3. Lisää kuvasi ja tietosi puolueen [ehdokasgalleriaan](#). Ohjeet päivittämiseen löydät [täältä](#) sivustolta.

4. Täytä keskeisimmät vaalikoneet (Yle, MTV, oman maakunnan/kotikunnan sanomalehti). Löydät näihin apua [täältä](#) sivulta.

5. Mieti mitä sosiaalisen median kanavia haluat kampanjoinnissasi käyttää: luontevinta on käyttää niitä kanavia, jotka ovat sinulle tuttuja. **Sinun ei kannata luoda uusia kanavia, jos et ehdi olla niissä läsnä.** Ota tavoitteeksesi tehdä postauksia vähintään kerran viikossa. Muista kuitenkin, että kiinnostava sisältö on tärkeämpää kuin postausten määrä.

Gredi on helppokäyttöinen ja puolueen aktiiveille maksuton palvelu, jonka käyttöönottoa suosittelemme. Ohjeet rekisteröitymiseen ja käyttöön löydät [täältä](#).

6. Valitse itsellesi mahdollisimman ymmärrettävät vaaliteemat ja pohdi, kerrot niistä kiinnostavasti potentiaalisille äänestäjille. Esittele teemasi vähintään kerran niissä kanavissa, joissa teet kampanjaa.
7. Kerro ehdokkuudestasi työ- ja/tai harrastuspiireissäsi sekä sukulaisille ja tuttavillesi.
8. Selvitä, saatko ammattiliitoltasi mahdollisesti vaalitukea.
9. Kirjoita kunnallisjärjestön vaalilehteen tai verkkosivuille esittely itsestäsi.
10. Kirjoita vähintään yksi mielipidekirjoitus paikalliseen lehteen. Voit kirjoittaa myös yhdessä toisen ehdokkaan kanssa. Kirjoita sinulle tärkeästä ja tutusta aiheesta ja julkaise tekstisi myös sosiaalisessa mediassa.

Kustannus: Vaalikampanjan voi tehdä ilman kustannuksiakin, käytännössä noin 0-250€

2. EDISTYNEEMPI KAMPANJA (edellisten lisäksi)

Edistyneemmällä kampanjalla varmistat hyvän näkyvyyden itsellesi ja puolueellesi. Keskisuurissa kunnissa sinusta tulee aiempaa tunnetumpi ja saavutettu näkyvyys on hyödyksi tulevissa vaaleissa. Valtuuston pääseminen tai merkittävät lautakuntapaikat voivat olla jo hyvin todennäköisiä, varsinkin jos kampanjasi teemat ovat tarkasti mietittyjä ja hyvin jäsenneltyjä.

1. Laita yksi tai muutama vaali-ilmoitus lehteen tai digitaalisiin kanaviin yhdessä muiden ehdokkaiden kanssa.
2. Kirjoita muutama mielipidekirjoitus, kolumni tai blogi esimerkiksi verkkosivuille, someen tai oman alueen lehtiin. Puhu niistä poliittisista aiheista, jotka saavat sinut syttymään. Tällöin tekstisi on todennäköisesti myös kiinnostavaa luettavaa! Voit luoda

omat verkkosivut, mutta se ei ole välttämätöntä, jos koet että tavoitat äänestäjäsi luontevammin muita kanavia pitkin.

3. Jos haluat käyttää kampanjoinnissa uusia sosiaalisen median kanavia tai avata erillisiä poliitikkoprofiileja, kannattaa nämä kanavat perustaa hyvissä ajoin, jotta ehdit harjoitella kanavan käyttöä ja rakentaa riittävästi näkyvyyttä vaaleja varten. Somessa voi mainostaa rahalla julkaisuja. Kannattaa kuitenkin satunnaisen mainostamisen sijaan suunnata mainosrahat sellaisiin julkaisuihin, jotka kertovat jotain mielenkiintoista siitä, miksi juuri sinua kannattaa äänestää. *Älä tee sosiaaliseen mediaan samanlaisia mainoksia kuin laittaisit sanomalehteen, vaan herätä keskustelua ja puhuttele yleisöjäsi!*

(Huom! Asiakirjan alussa on tietolaatikko koskien ehdokasmainontaa sosiaalisessa mediassa. Otathan huomioon, että vuoden 2019 keväällä Facebook tiukensi ehdokasmainonnan sääntöjä ja Twitter kielsi vaalimainonnan kokonaan.)

4. Kuvaa tai tuota yksi tai useampi vaalivideo tai tee aktiivisesti live-lähetyksiä sosiaalisen median kanaviisi.

5. Tällä tasolla et välttämättä tarvitse omaa tukiryhmää: ehdokaslistan kannalta on yleensä parempi, että mahdollisimman moni aktiivi lähtee itse ehdolle. Yleensä kunnissa on myös oma vaalityöryhmä, joka toimii ikään kuin kaikkien ehdokkaiden tukiryhmänä. Edistyneemmässä kampanjassa hyödyt kuitenkin omasta **vaalipäälliköstä**, joka on henkilökohtaisena tukenasi ja apunasi kampanjasi pyörittämisessä ja aikatauluttamisessa.

Vinkki: jos sinulla ei ole kuvankäsittelyyn tai taittamiseen liittyvää osaamista, niin kannattaa pyytää vaalipäälliköksi joku, jolta näitä taitoja löytyy.

Kustannus: Noin 500 - 1000 euron vaalikampanja.

3. Laaja kampanja (edellisten lisäksi)

Laaja kampanja takaa sinulle todella hyvän näkyvyyden. Poliitikasta kiinnostuneilla ja äänestäjillä on todennäköisesti käsitys siitä, kuka olet ja minkälaista politiikkaa ajat. Kampanjasi tavoitteista sekä niiden puhuttelevuudesta riippuu paljon se, pääsetkö valtuustoon. Näkyvyydestä se ei niinkään ole kiinni.

1. Pehdy laajasti oman kuntasi asioihin toimialoittain, jotta olet valmis vastaamaan kuntalaisten erilaisiin kysymyksiin. Hyödynnä tietämystäsi laatiessasi ehdokasteesejäsi tai iskulauseitasi. Kuntavaaleissa henkilökohtaisen vaaliohjelman ei tarvitse olla kuitenkaan kovinkaan laaja. Muutama mieleenpainuva ja hyvin perusteltu pääteesi riittää!

2. Harkitse ulkomainontaa tai mainontaa joukkoliikennevälineissä ja seuraa sinulle lähetettyjä tarjouksia. Ulkomainonta ei yleensä ole halpaa, joten kannattaa tehdä hintavertailua. Joissain kunnissa ulkomainontaa voi hankkia tai siihen voi osallistua myös piiri- tai kunnallisjärjestön kautta. Kysy asiasta kunnallisjärjestönne avainhenkilöltä tai piirisi toiminnanjohtajalta.

3. Lehtimainonta on perinteinen, mutta varsin hintava kampanjoinnin tapa. Laajassa kampanjassa voit panostaa myös lehtimainoksiin, erityisesti jos löydät toisen ehdokkaan, jonka kanssa jakaa lehtimainoskampanjasi kustannuksia.

4. Voit tilata suuren painoksen vaaliesitettäsi postilaatikkojakelua varten. Jakelun voi hoitaa vapaaehtoisporukalla tai jakelupalvelun tilaamalla. Ota huomioon, että monissa kaupungeissa kerrostalojen rappukäytävät ovat lukossa, joka voi hankaloittaa esitteiden jakelua vapaaehtoisvoimin. Älkää jakako esitteitä luukkuihin, joissa mainokset ja ilmaisjakelut on kielletty. Siitä on kampanjallesi enemmän haittaa kuin hyötyä.

5. Kirjoita aktiivisesti ja lähetä kirjoituksiasi lehtien mielipidepalstoille ja julkaise niitä sosiaalisessa mediassa ja blogissasi. Pyri kirjoituksillasi nostamaan sinulle tärkeitä aiheita keskusteluun. Jos kirjoituksesi herättää keskustelua, osallistu siihen asiallisesti ja kantaasi perustellen.

6. Ole myös aktiivinen erilaisissa kuntasi facebook -ryhmissä. Ota kuitenkin huomioon ryhmien sisällöt ja säännöt: ryhmissä kannattaa olla näkyvillä ja aktiivisesti mukana, mutta välttää liian julistavaa ja korostetun puoluepoliittista otetta. Suora kampanjointi on usein kielletty, tai ryhmien jäsenet vähintäänkin karsastavat sitä.

7. Täytä laaja-alaisesti erilaisia vaalikoneita. Perinteisten medioiden lisäksi esimerkiksi monet yhdistykset saattavat julkaista ns. yhden asian vaalikoneita, joiden täyttäminen voi tuoda sinulle näkyvyyttä. Jos täytät paljon vaalikoneita, kannattaa kirjoittaa muistiin vastauksiasi yleisimpiin kysymyksiin. Voit yleensä hyödyntää samoja vastauksia pienin muokkauksin monissa eri vaalikoneissa.

8. Kerää tukiryhmääsi vaalipäällikön lisäksi asiantuntijoita ja osaajia eri aloilta omantarpeesi mukaan. Usein isojen kampanjoiden tukiryhmiin haluaa liittyä ihmisiä, jotka eivät ole puolueen jäseniä tai aktiiveja. Ole avoin näille *symppareille* ja ota heidät mukaan tiimiisi. He saattavat innostua kampanjastasi ja aktivoitua myös puolue toimintaan.

9. Panosta kampanjan varainhankintaan. Voi olla hyvä rekrytoida tukiryhmääsi osaava, luotettava ja verkostoitunut henkilö, jonka tehtävänä varainhankinta on.

Kustannus: yli tuhannen euron vaalikampanja.