



Rapport

Ettervalgsundersøkelse og medlemsundersøkelse

Valg 2017



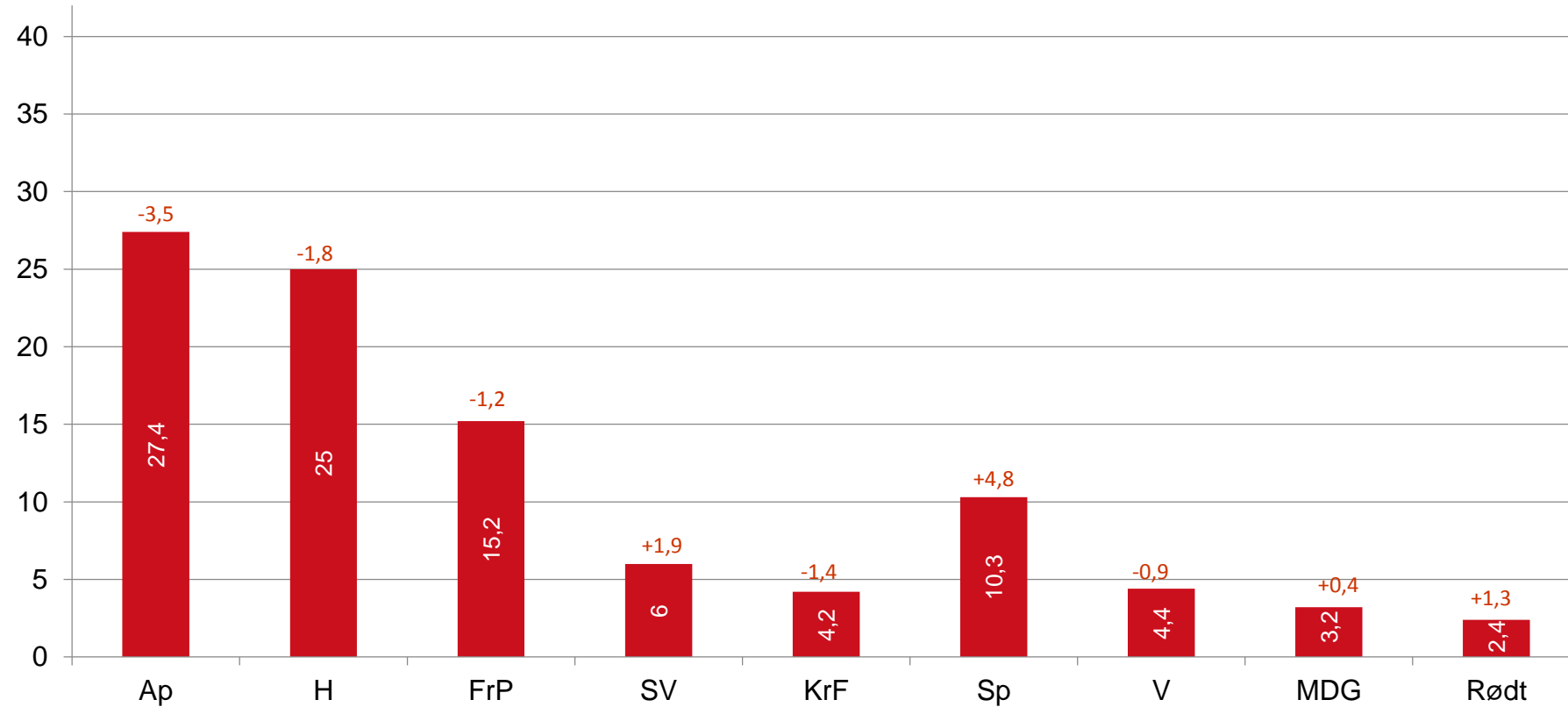
Om undersøkelsene

- Ettervalgundersøkelsen er gjennomført 12. – 15. september av Ipsos. 1596 respondenter
- Medlemsundersøkelsen er gjennomført i perioden 18. – 25. september. 9530 medlemmer har besvart undersøkelsen.

Valgresultatet

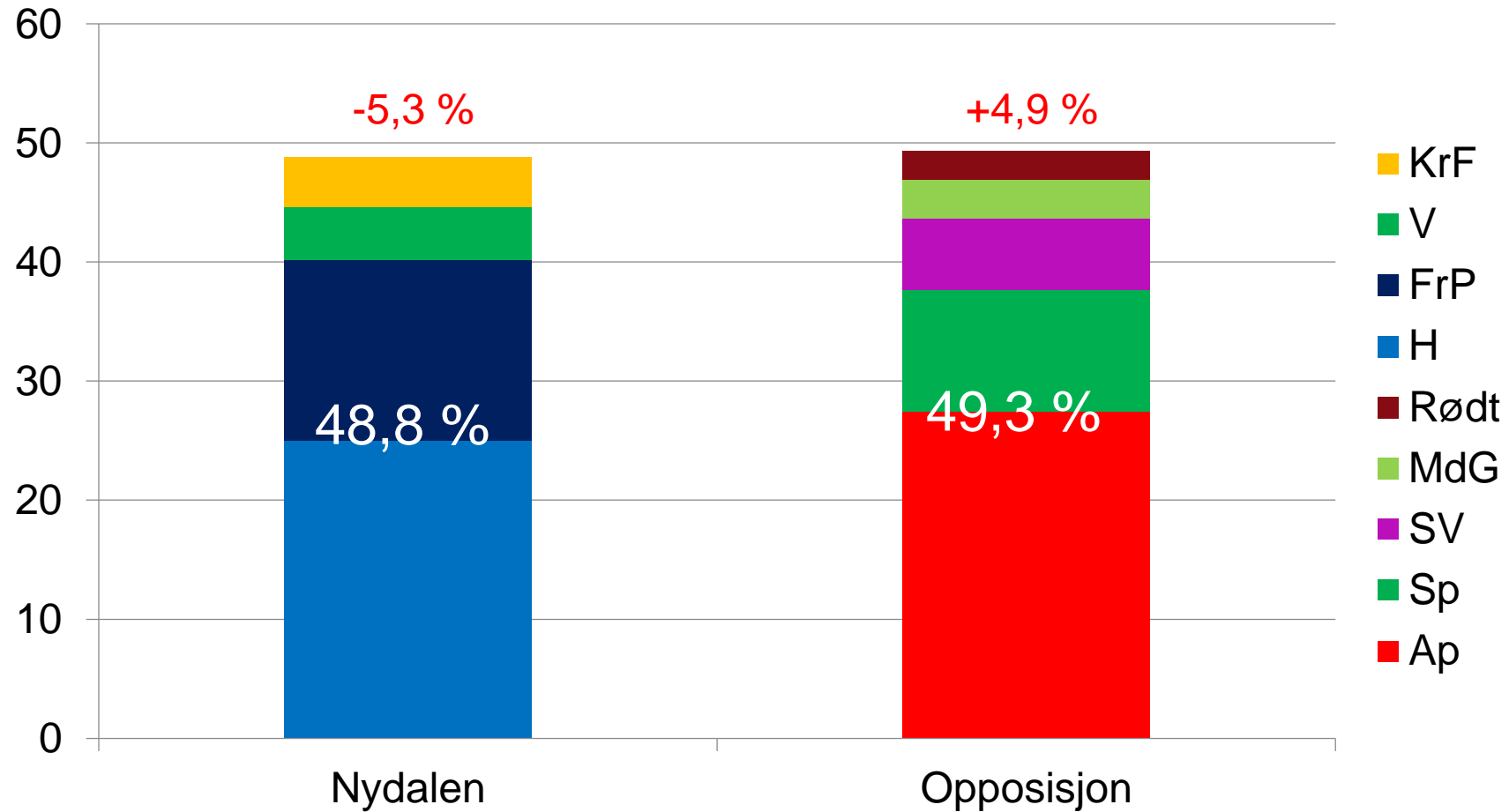


Valgresultatet





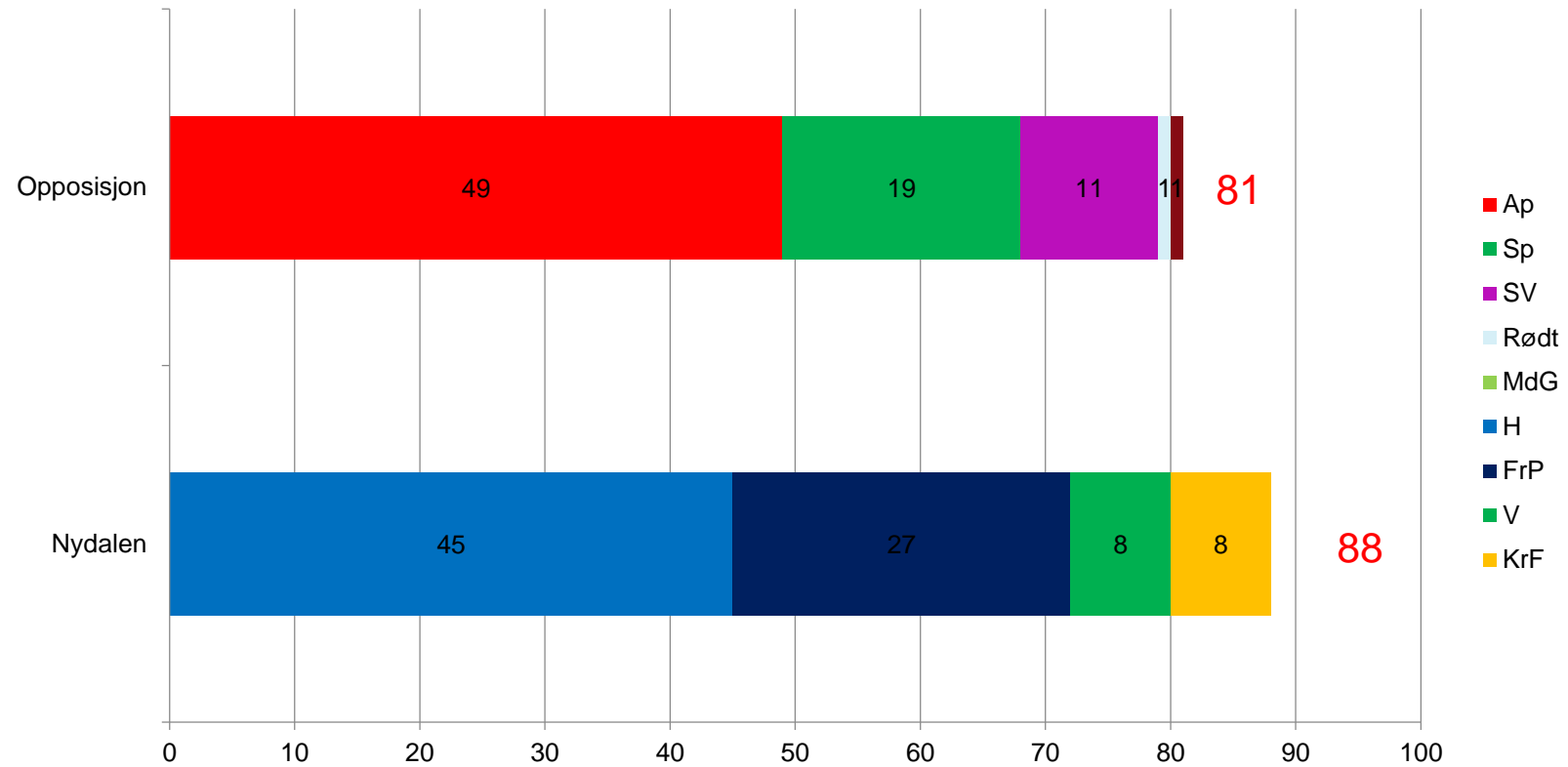
Nydalen vs. opposisjonen





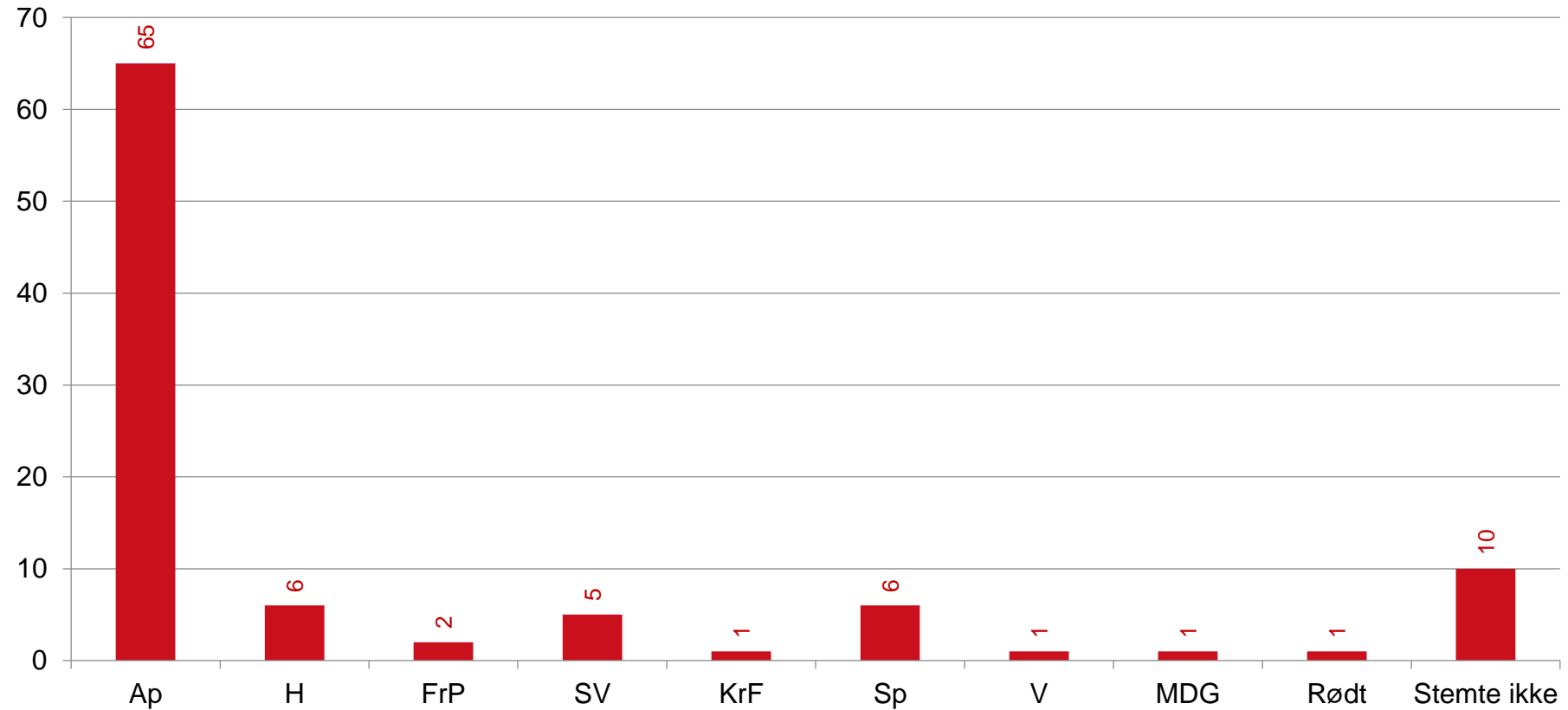
Blokkene

Antall mandater





Ap-velgerne fra 2013



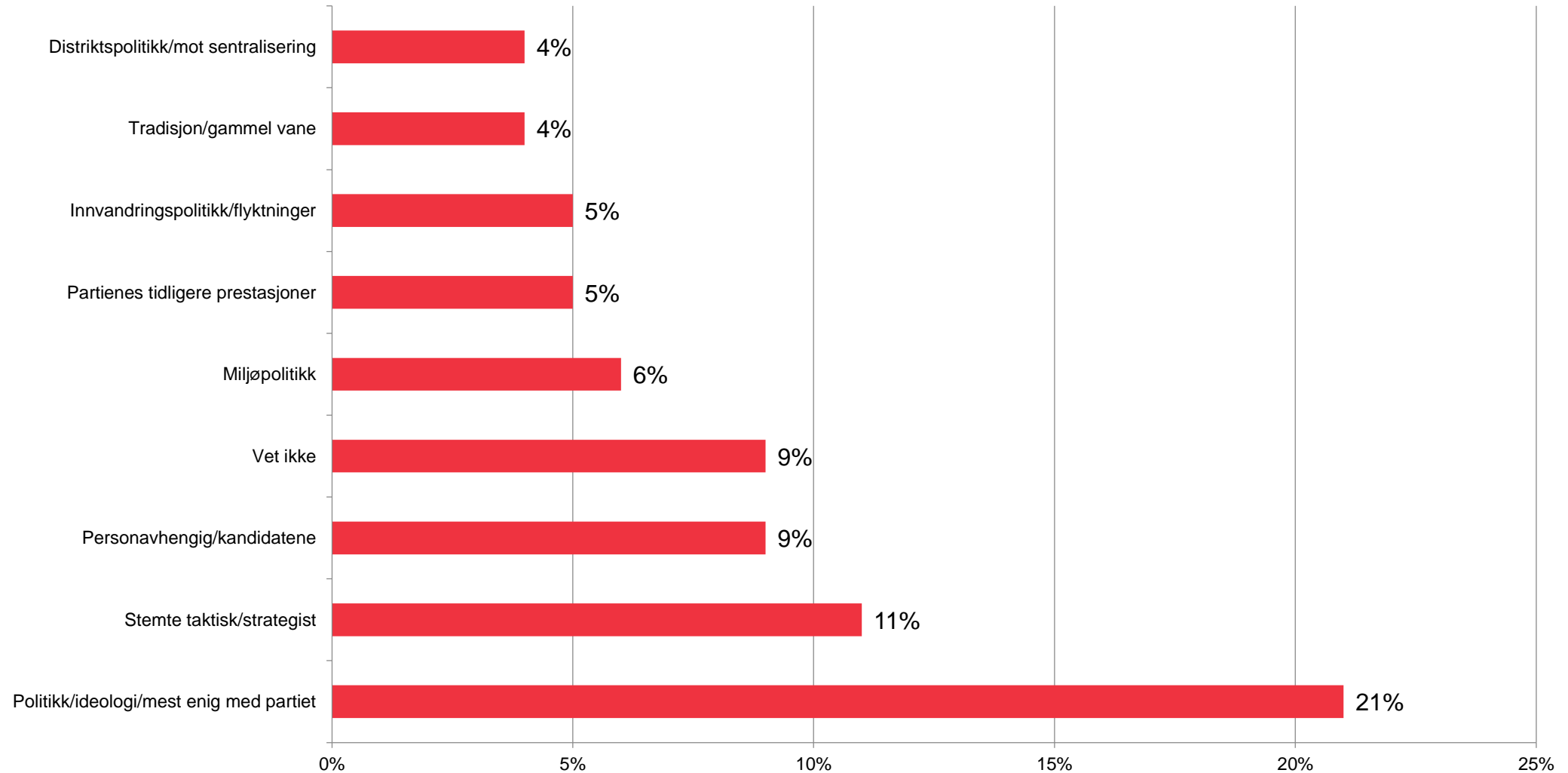
Årsaker til valgresultatet

Ettervalgundersøkelsen



Hva avgjorde hvilket parti du stemte på?

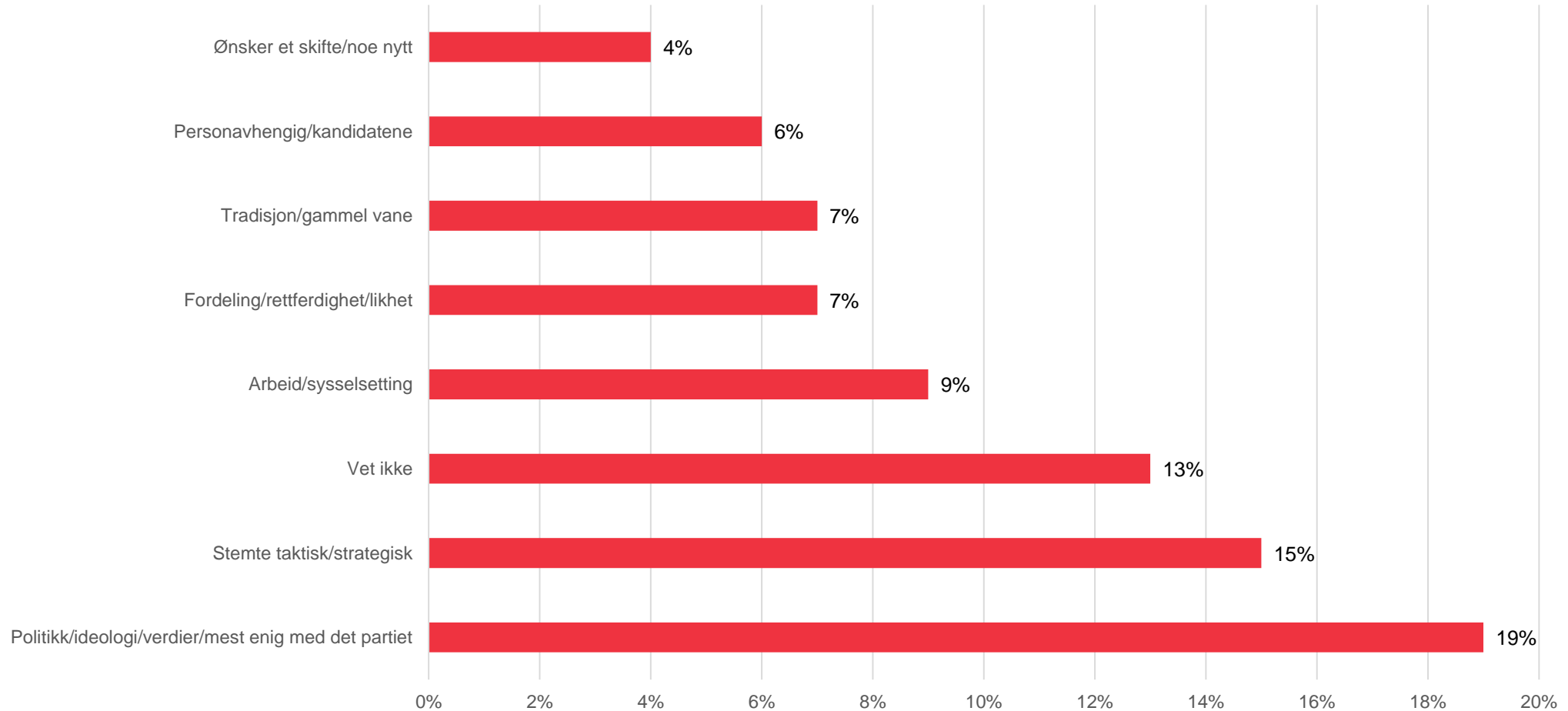
Alle velgere





Hva avgjorde hvilket parti du stemte på?

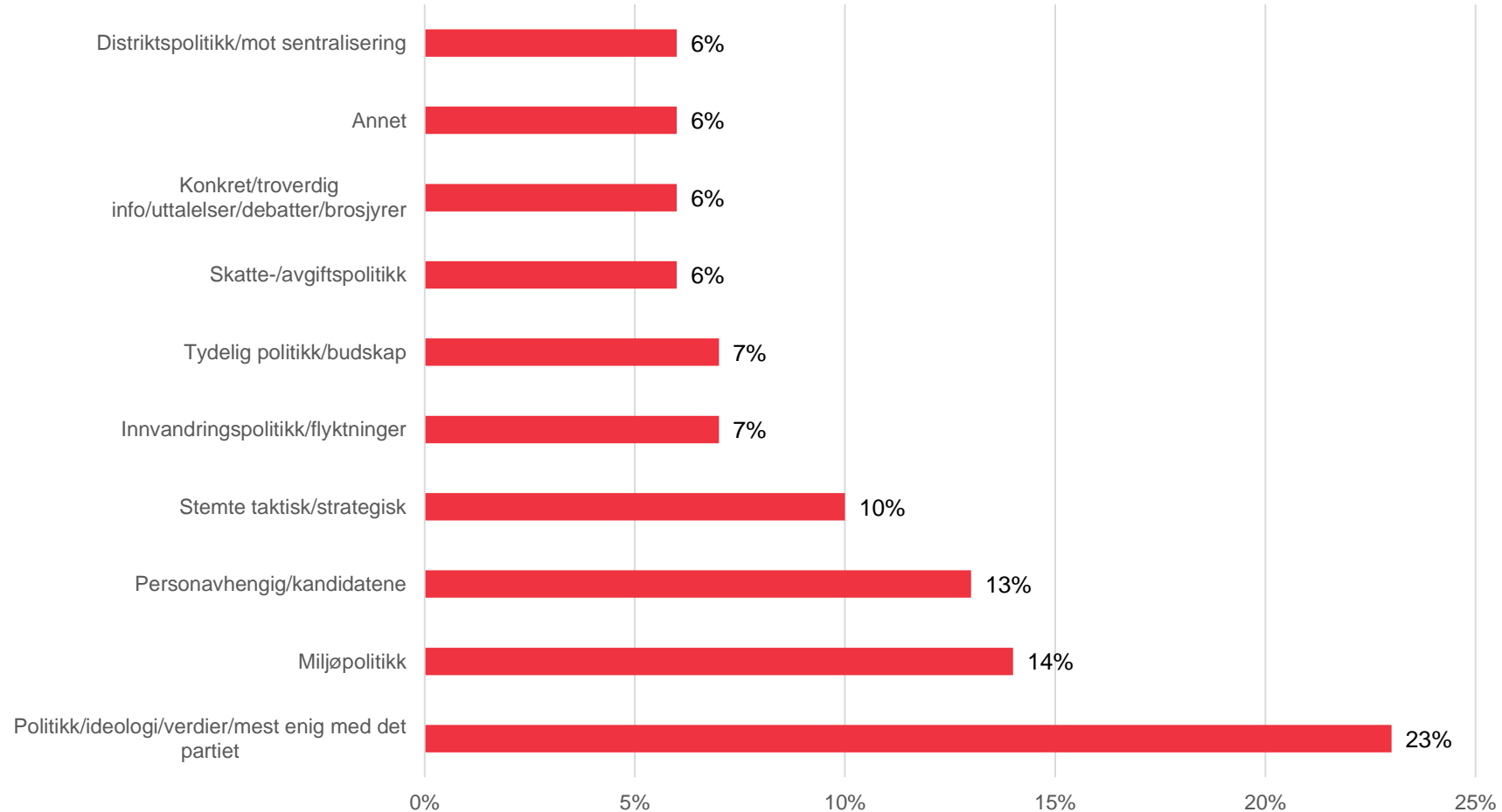
Ap 2017



Hva avgjorde hvilket parti du stemte på?



Ap 2013, ikke 2017



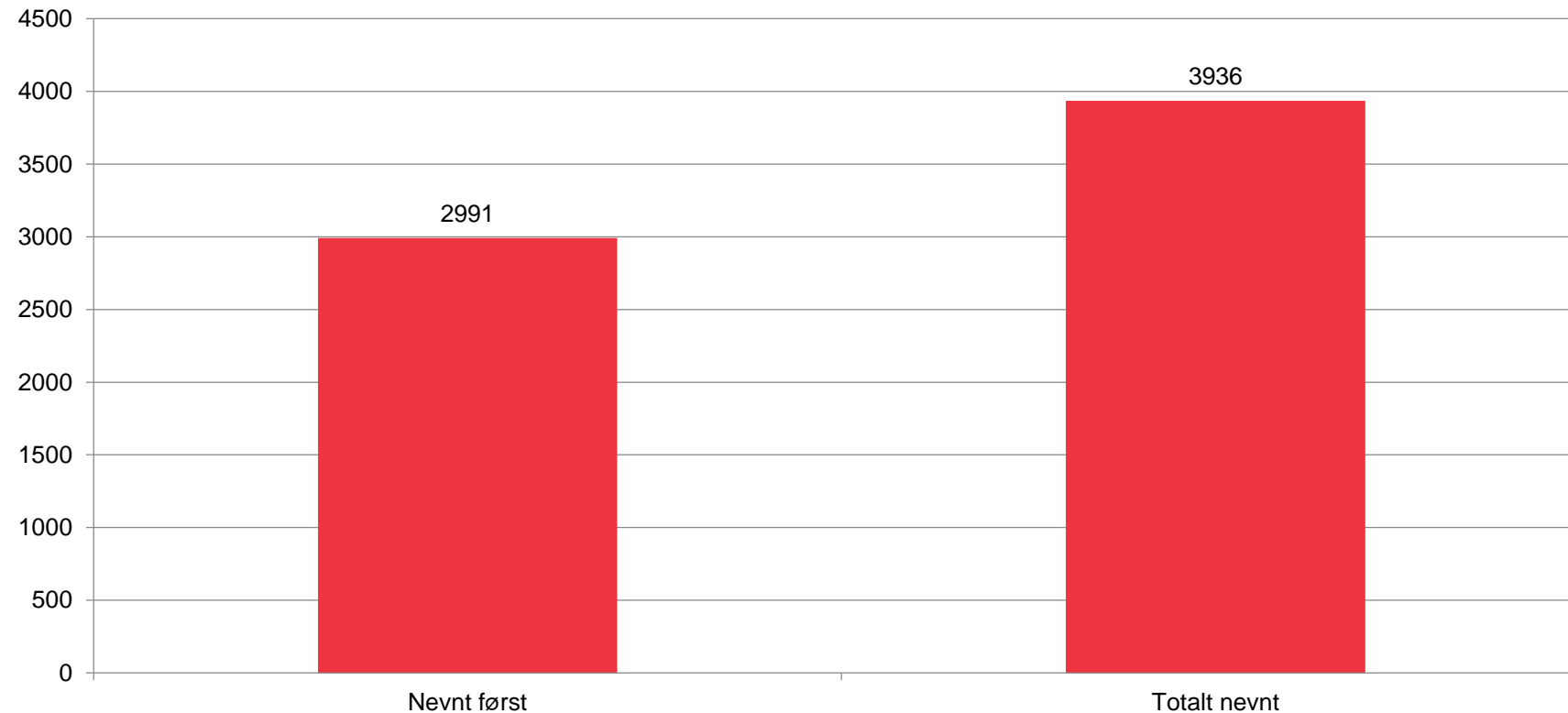
Årsaker til valgresultatet

Viktigste årsaker fra medlemsundersøkelsen



Budskap

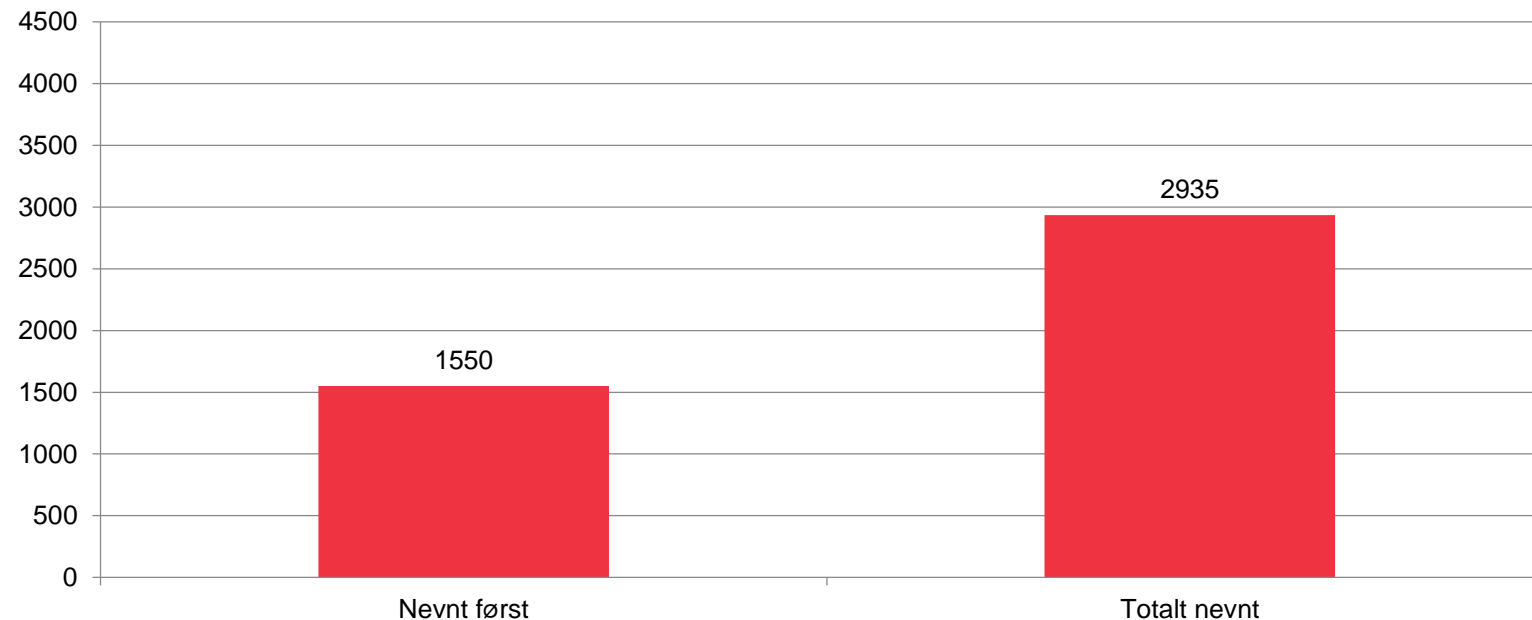
Det forholdet flest tar opp, er at vi har vært for lite konkrete i politikken, at budskapet ikke var godt nok eller at vi ikke hadde et tydelig prosjekt som klarte å engasjere velgerne. Mer enn 41 prosent av de som har svart nevner ulike varianter av denne årsaken. 31 prosent nevner dette først. Mange peker på at konkretiseringen av politikken vår (3000 lærere, 12 milliarder til sykehus, arbeidsplassplan, 100-dagersplan m.v) kom for sent i valgkampen til at de hadde særlig effekt.





Skatt

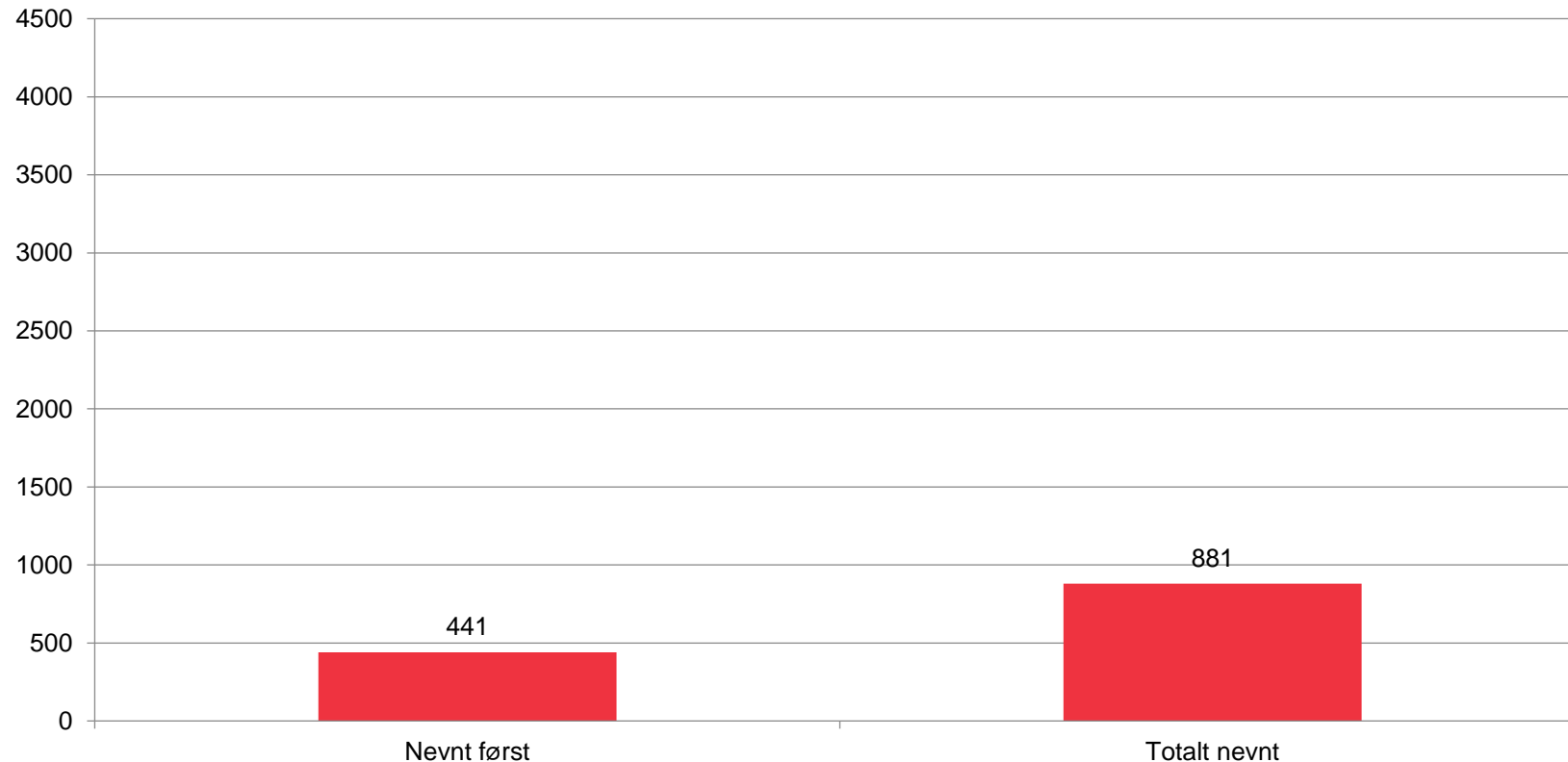
Den årsaken som er nevnt nest flest ganger av medlemmene, er skatt. 30,8 prosent av de som har svart viser til dette som årsak. 16,3 prosent nevner denne årsaken aller først. Det må understrekes at svært mange som har vist til denne årsaken ikke mener det er galt at vi ønsker at skattene økes. Mange viser til at vi ikke fikk godt nok fram at de fleste ikke ville få noen skatteøkning, og framfor alt at vi mye tidligere burde ha vist tydelig hva disse økte inntektene skulle gå til.





Mer optimisme i økonomien gjorde sysselsettingsbudskapet komplisert

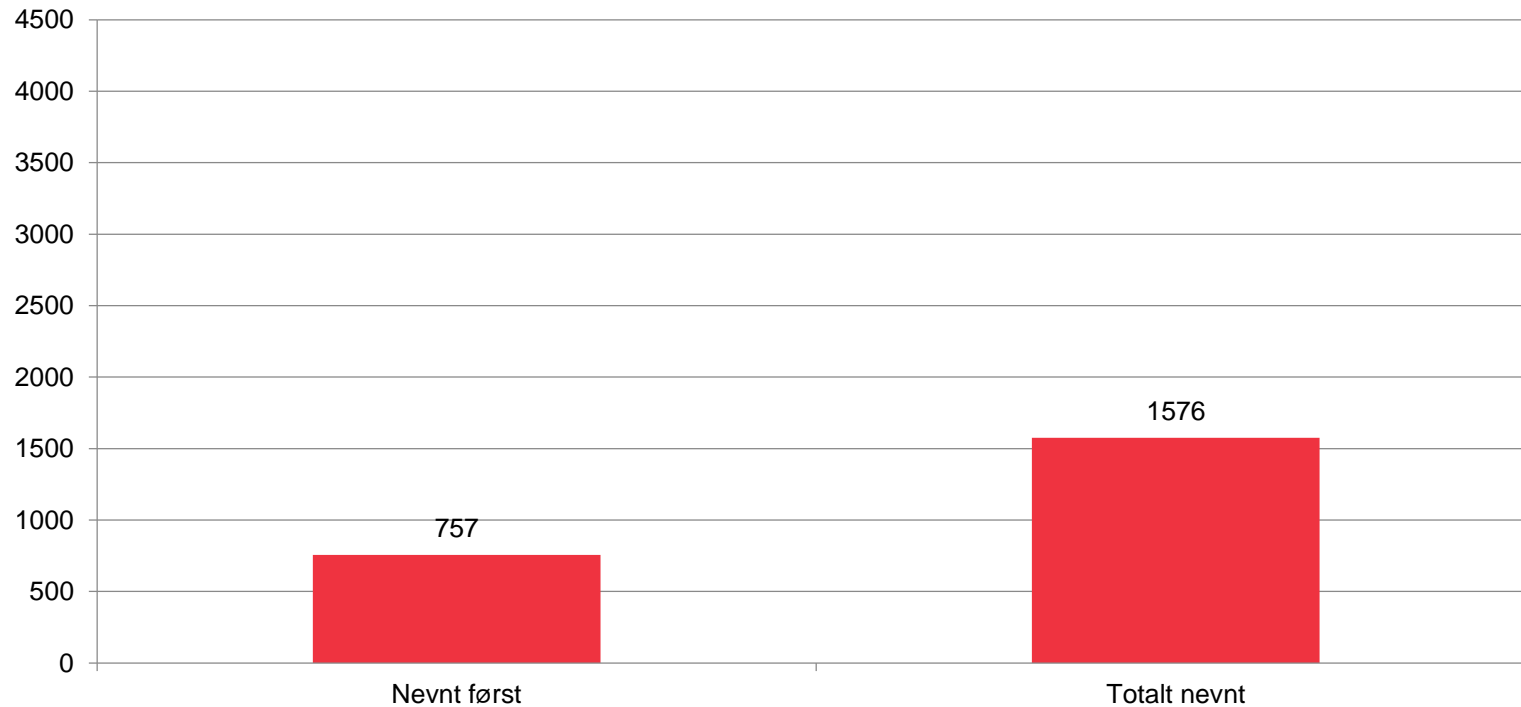
En annen årsak som trekkes fram, er stemningen som ble skapt når pilene begynte å peke i en mer positiv retning for norsk økonomi, ledigheten begynte å synke og næringslivet meldte om optimisme. 9,2 prosent av de som svarte viser til dette. 4,6 prosent nevner dette først. Vårt budskap om at vi trenger flere i jobb i framtida og at sysselsettingsandelen er for lav ble vanskelig å kommunisere i en slik kontekst.





Fikk ikke frem våre egne løsninger

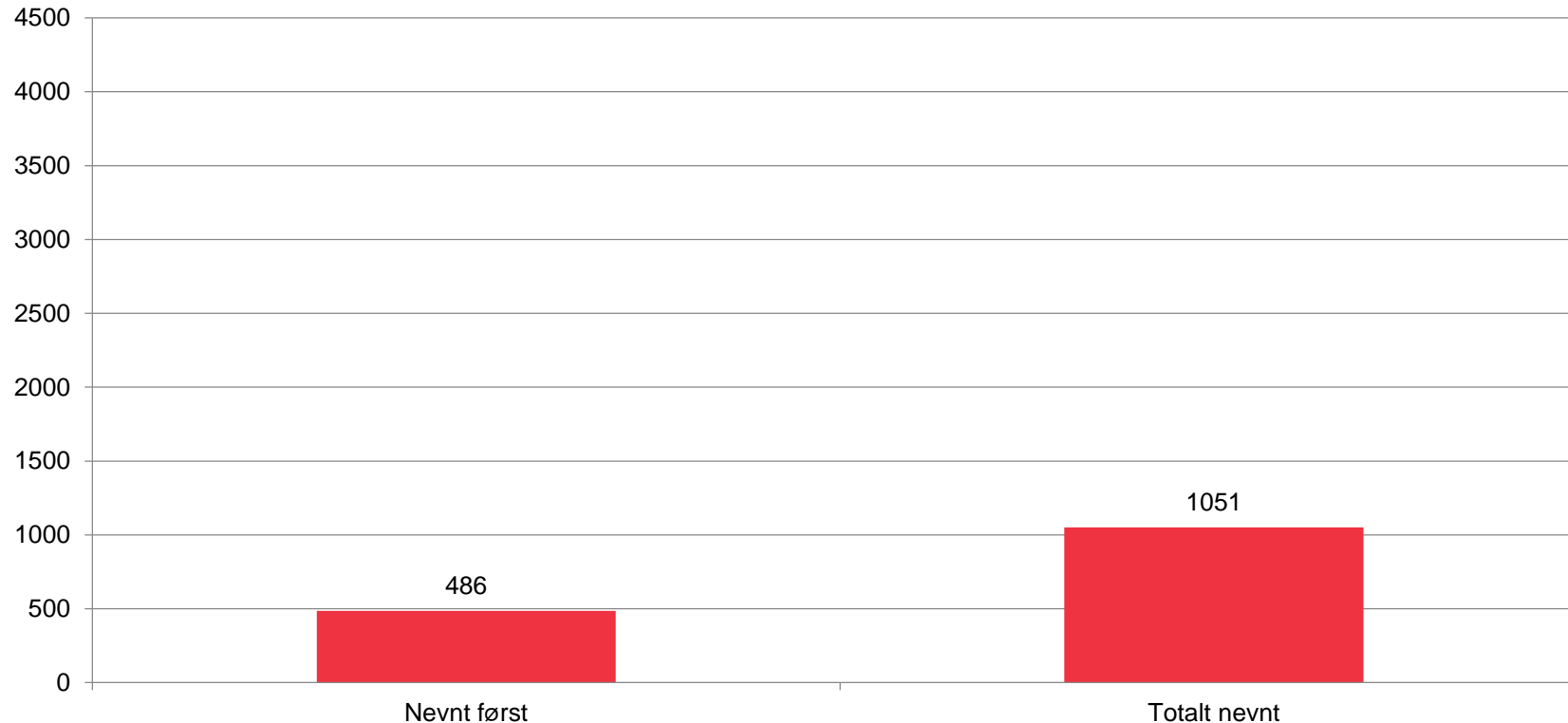
Dette nevnes av 16,5 prosent av de som har svart på undersøkelsen. 7,9 prosent nevner dette som første sak. Mange understreker at vi i valgkamp skal vise fram mangler ved regjeringens politikk og konsekvensene av disse, men det må følges opp av å presentere alternativ politikk på de samme områdene.





Forskjellene ble ikke tydelige nok

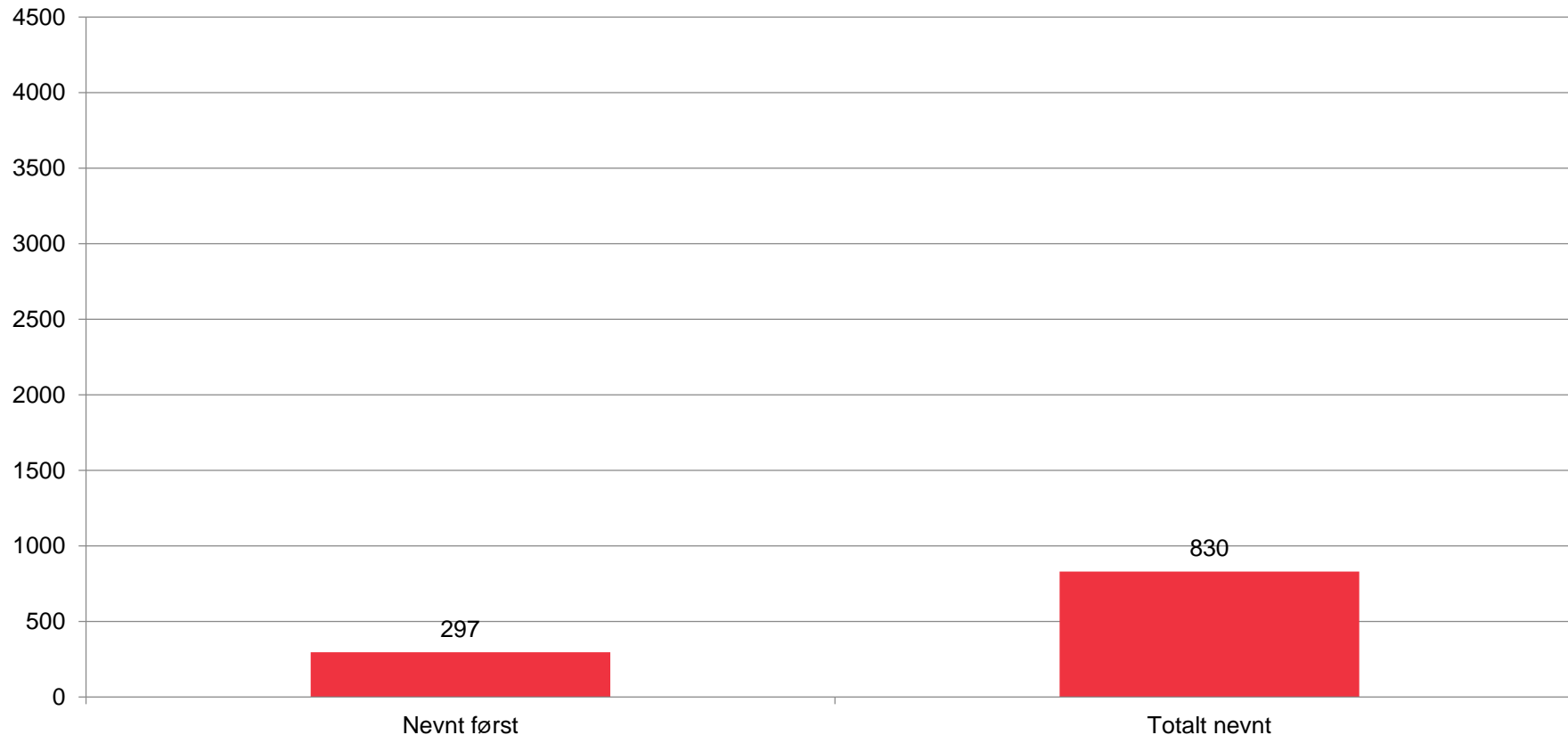
11 prosent av de som har svart mener at forskjellene mellom vår politikk og regjeringens ikke var tydelige nok. 5,1 prosent nevner dette først. Mange knytter denne forklaringen til at de mener vi har inngått for mange forlik i Stortinget, eller til åpningen for samarbeid med KrF og Venstre. Flere peker også på at en årsak til at vi ble for like, er at regjeringen har nærmet seg sentrum på mange områder.





Åpning for samarbeid med Venstre og KrF

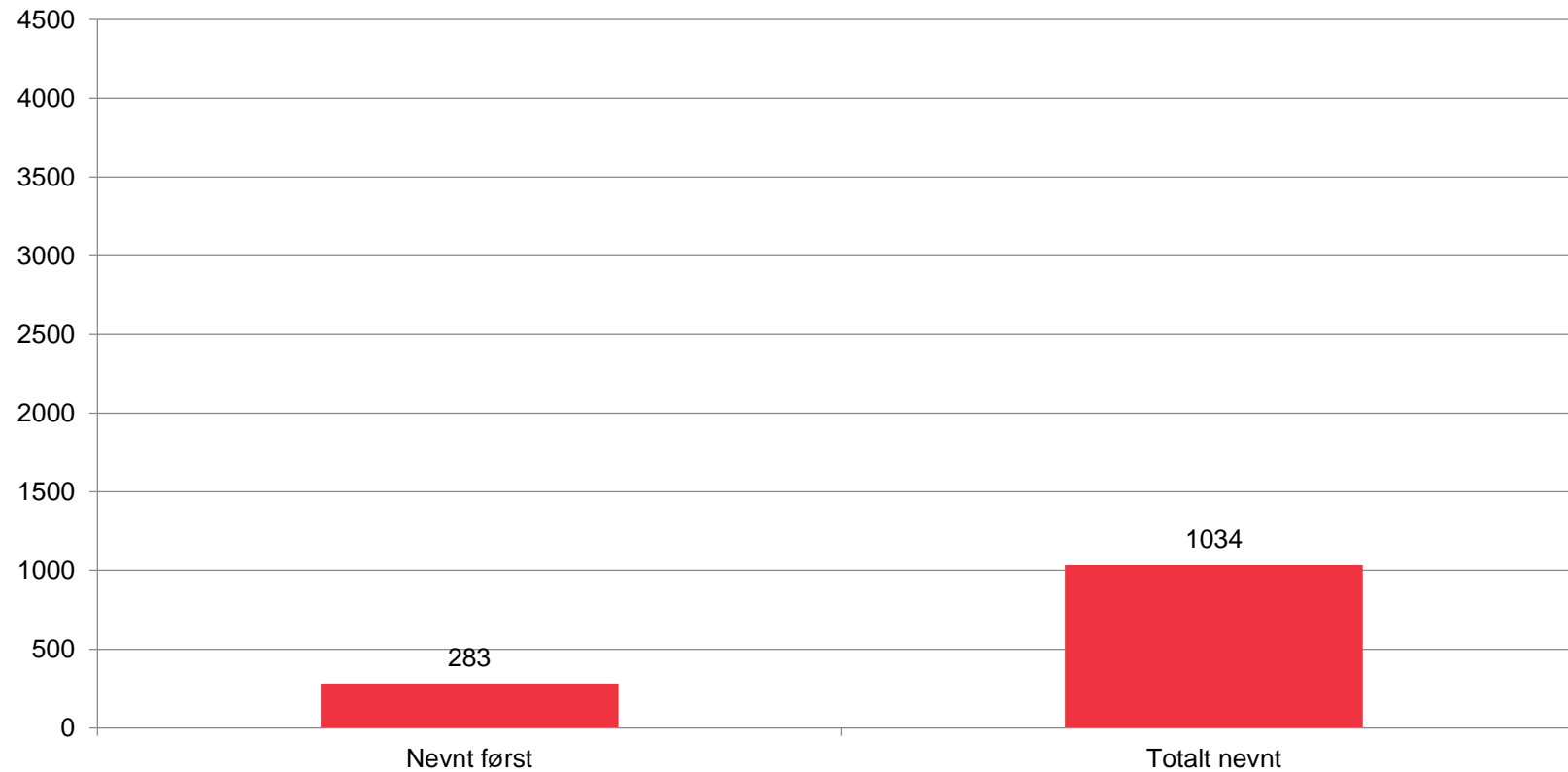
Flere viser også til åpningen for regjeringssamarbeid med Kristelig Folkeparti og Venstre. 8,7 prosent har vist til denne forklaringen, 3,1 prosent har nevnt dette først. Mange av de som tar opp dette mener at disse partiene står for langt fra oss politisk til at det er riktig med et forpliktende samarbeid. Det vises særlig til at Venstre står langt fra oss i arbeidslivsspørsmål, og at KrF gjør det samme i sentrale verdispørsmål.





Oppmerksomhet rundt partilederens økonomi

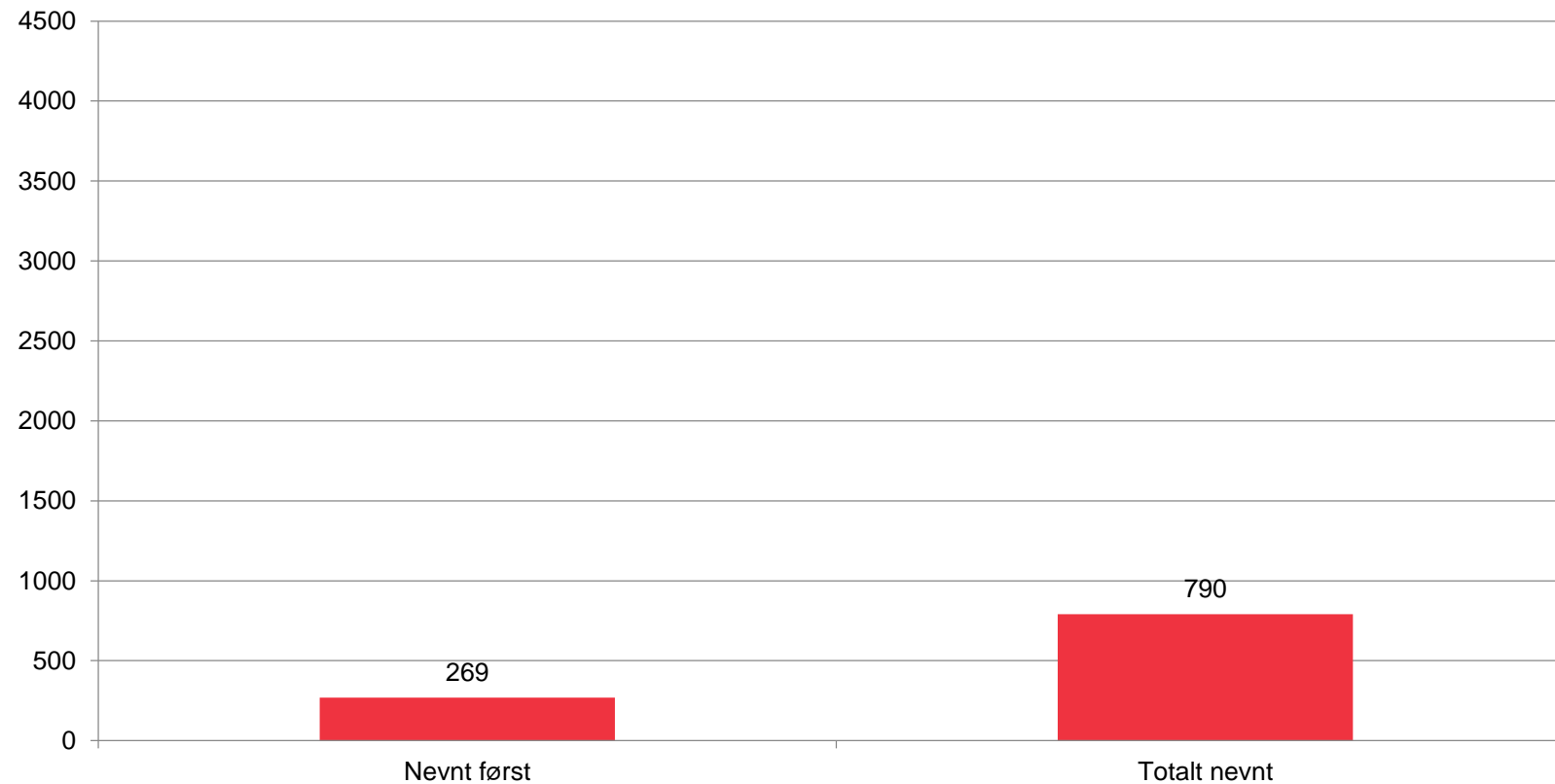
En del av medlemmene peker på at forhold knyttet til Jonas Gahr Støres personlige økonomi fikk negativ oppmerksomhet under valgkampen. 10,8 prosent peker på dette som årsak, mens 3 prosent nevner dette først. De fleste som tar opp dette mener at dette burde vært «ryddet opp i» før valgkampen. Flere etterlyste også informasjon til valgkampmedarbeiderne, slik at de visste hva de kunne svare når spørsmål om disse forholdene ble reist i deres møte med velgerne.





Vi klarte ikke å vinne distriktene

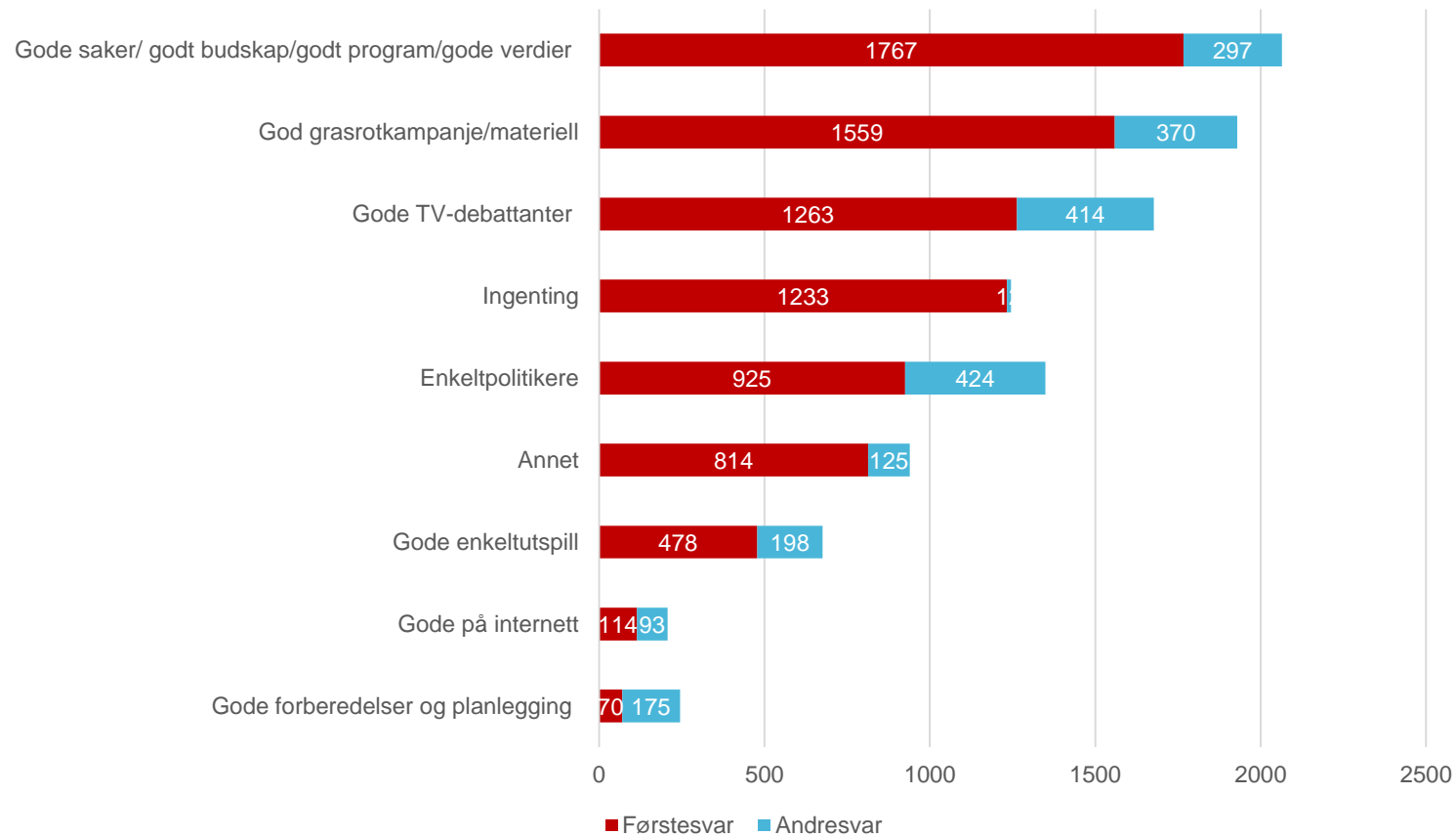
Distriktpolitikken er en annen forklaring. 8,3 prosent av de som har svart viser til denne, hvorav 2,8 prosent som nevner dette som første sak. Det er overrepresentasjon av de som har vist til distriktpolitikk i Buskerud, Sogn og Fjordane, Nordland og Finnmark. Mange av de som nevner dette politikkområdet viser særlig til Senterpartiets sterke valg.





Hva var best med valgkampen?

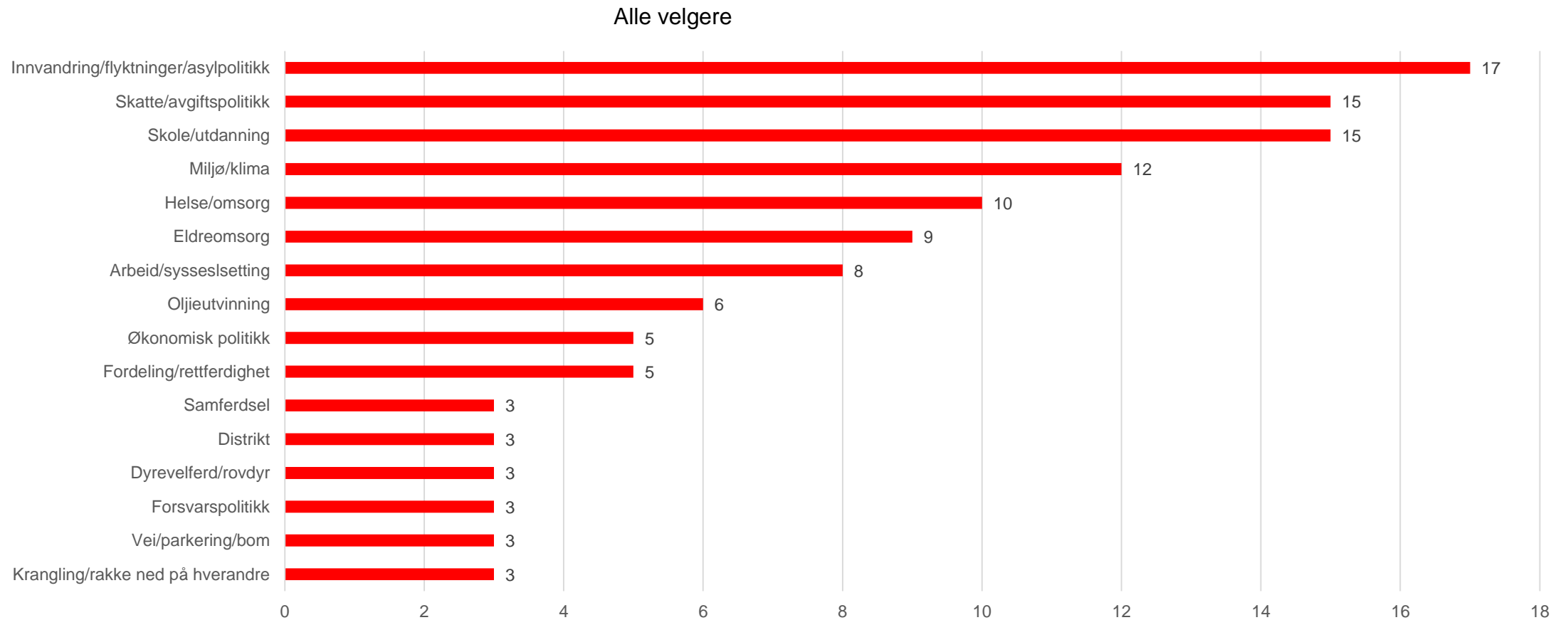
Flest viser til gode saker, godt budskap og gode verdier. Mange viser også til at kampanjen som ble gjennomført lokalt var god – det var stor innsats med standsvirkosmhet, husbesøk og andre aktiviteter. Videre trekkes innsatsen i TV-debattene også fram fra mange, og de fleste som tar opp dette viser særlig til innsatsen i partilederdebatter og statsministerdueller. Under «annet» her, er det mange som trekker fram AUFs innsats både i skolevalgene og i valgkampen ellers. Det er liten tvil om at AUF har gjort en formidabel valgkamp for Arbeiderpartiet.



Saker i valgkampen



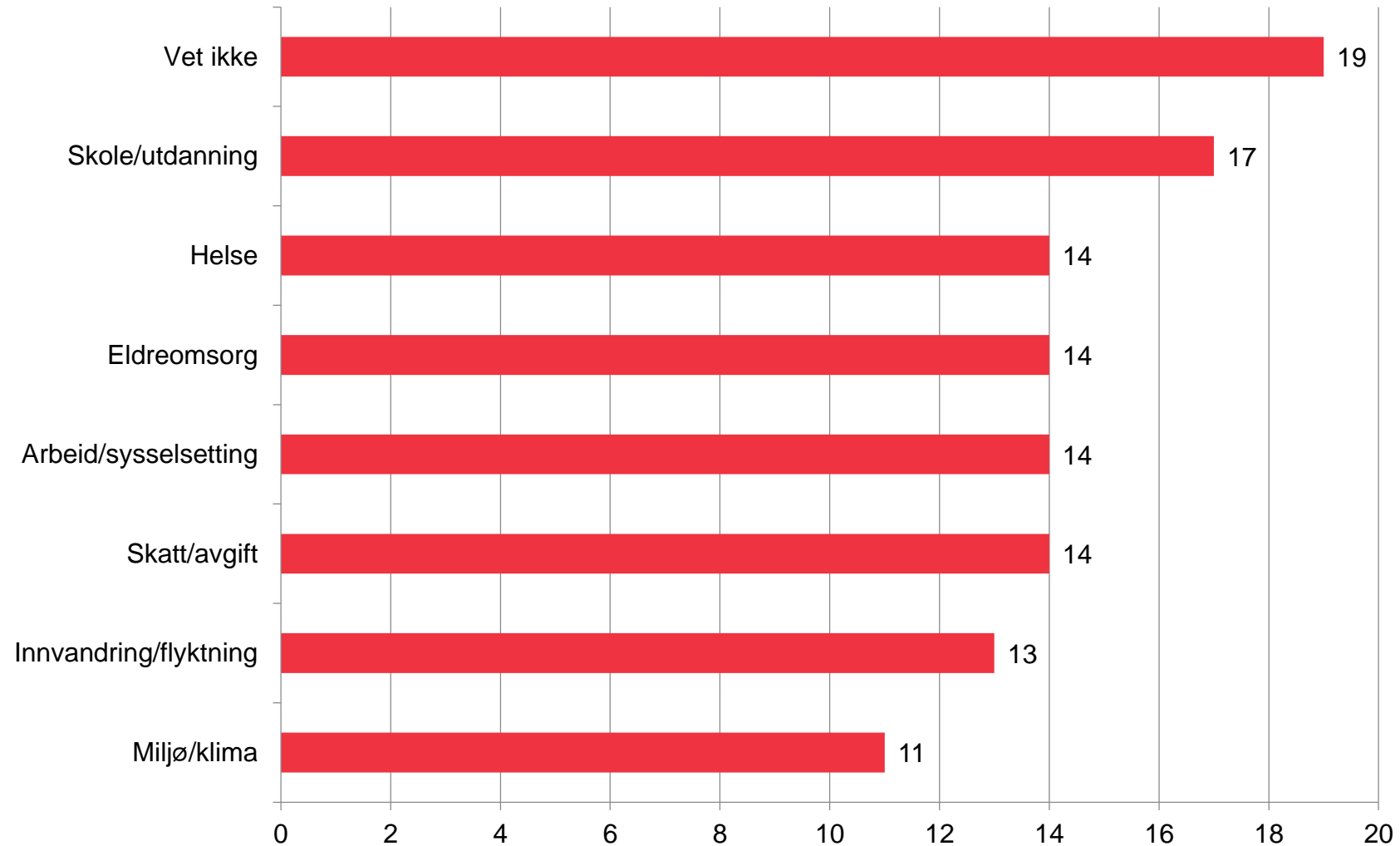
Hva oppfattet du var de viktigste sakene i valgkampen



Hva oppfattet du var de viktigste sakene i valgkampen?



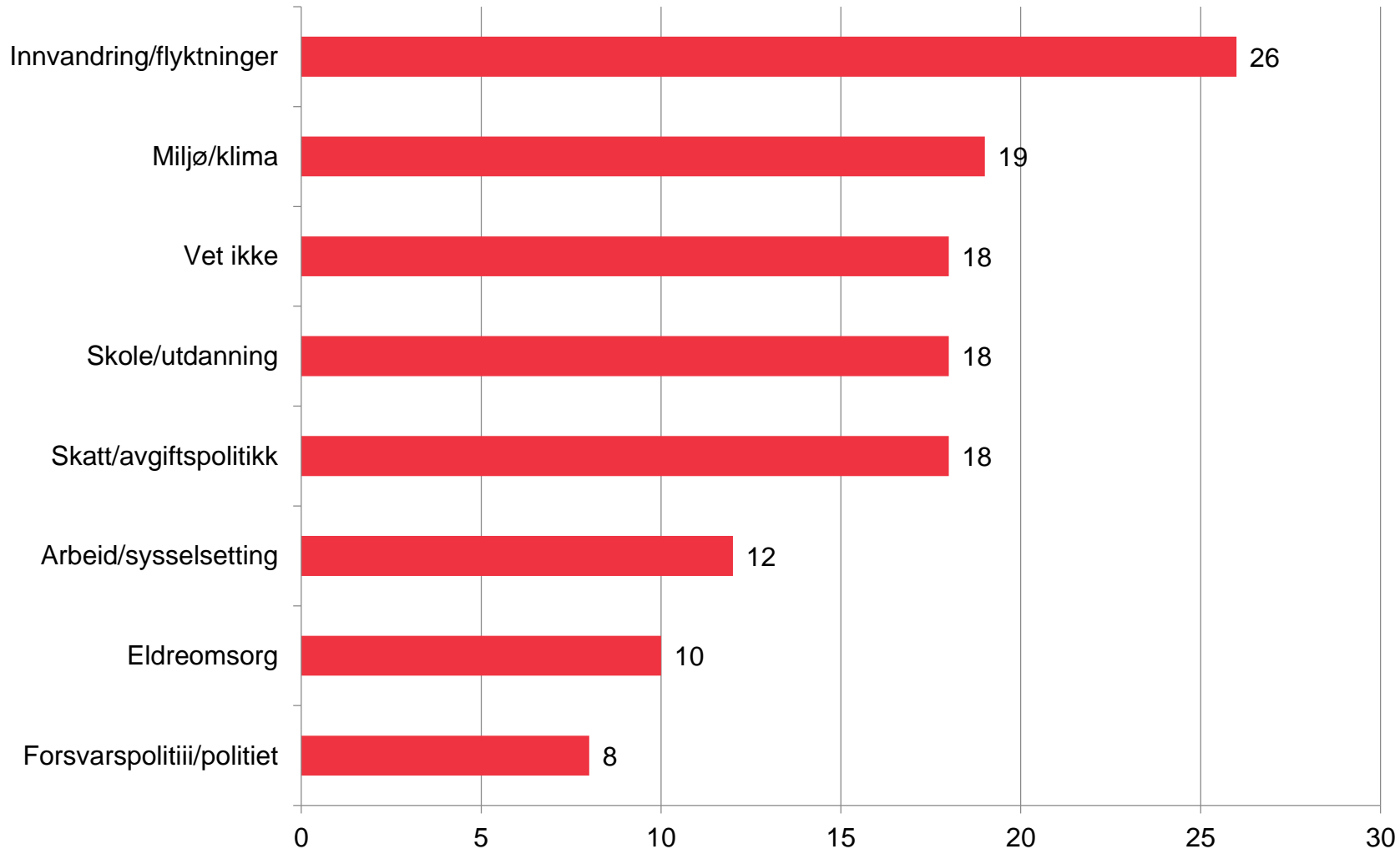
Ap-velgere



Hva oppfattet du var de viktigste sakene i valgkampen?



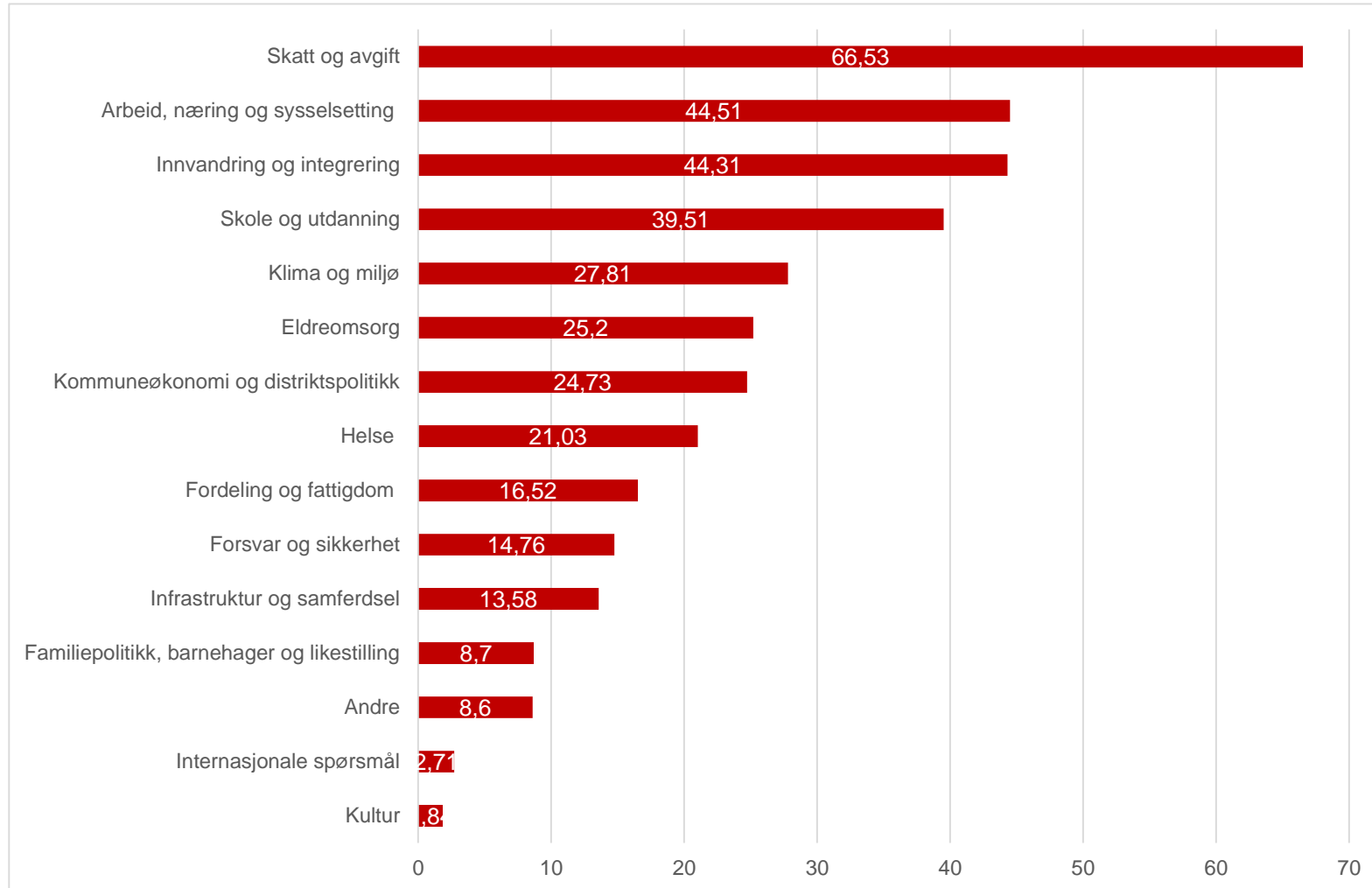
Ap 2013 – ikke 2017





Viktigste saker ved valget

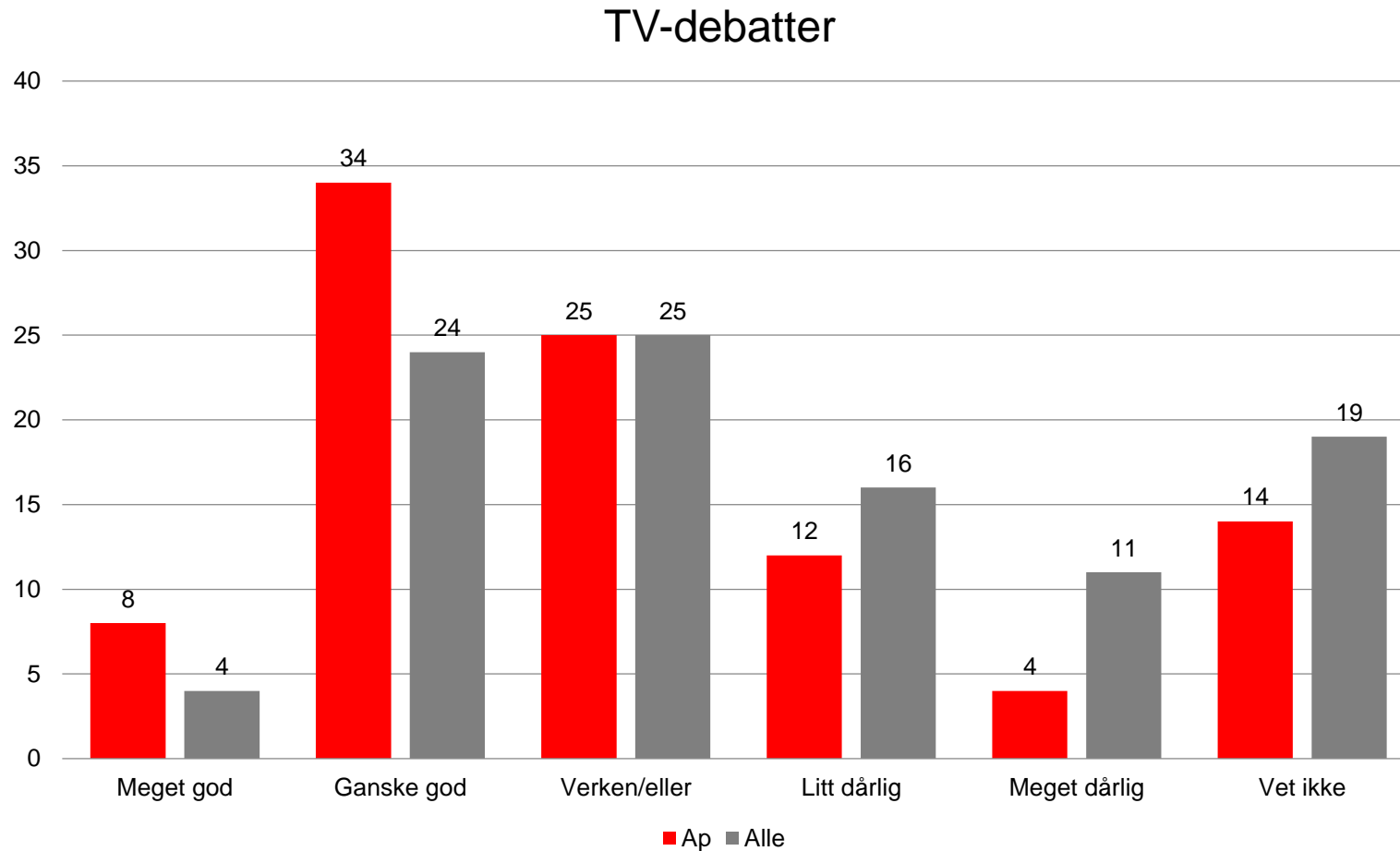
Medlemmene



Kampanjen

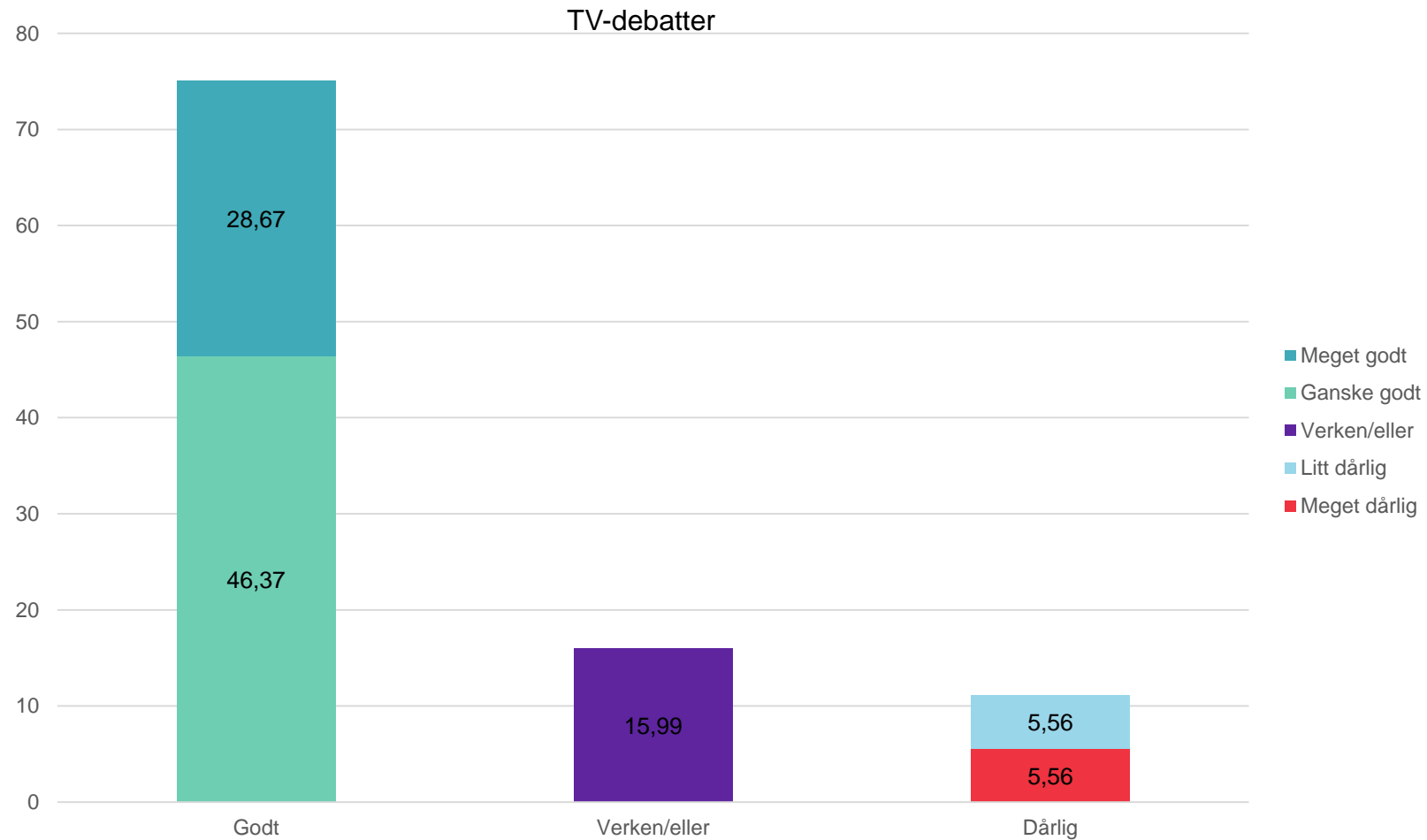


Arbeiderpartiets valgkamp



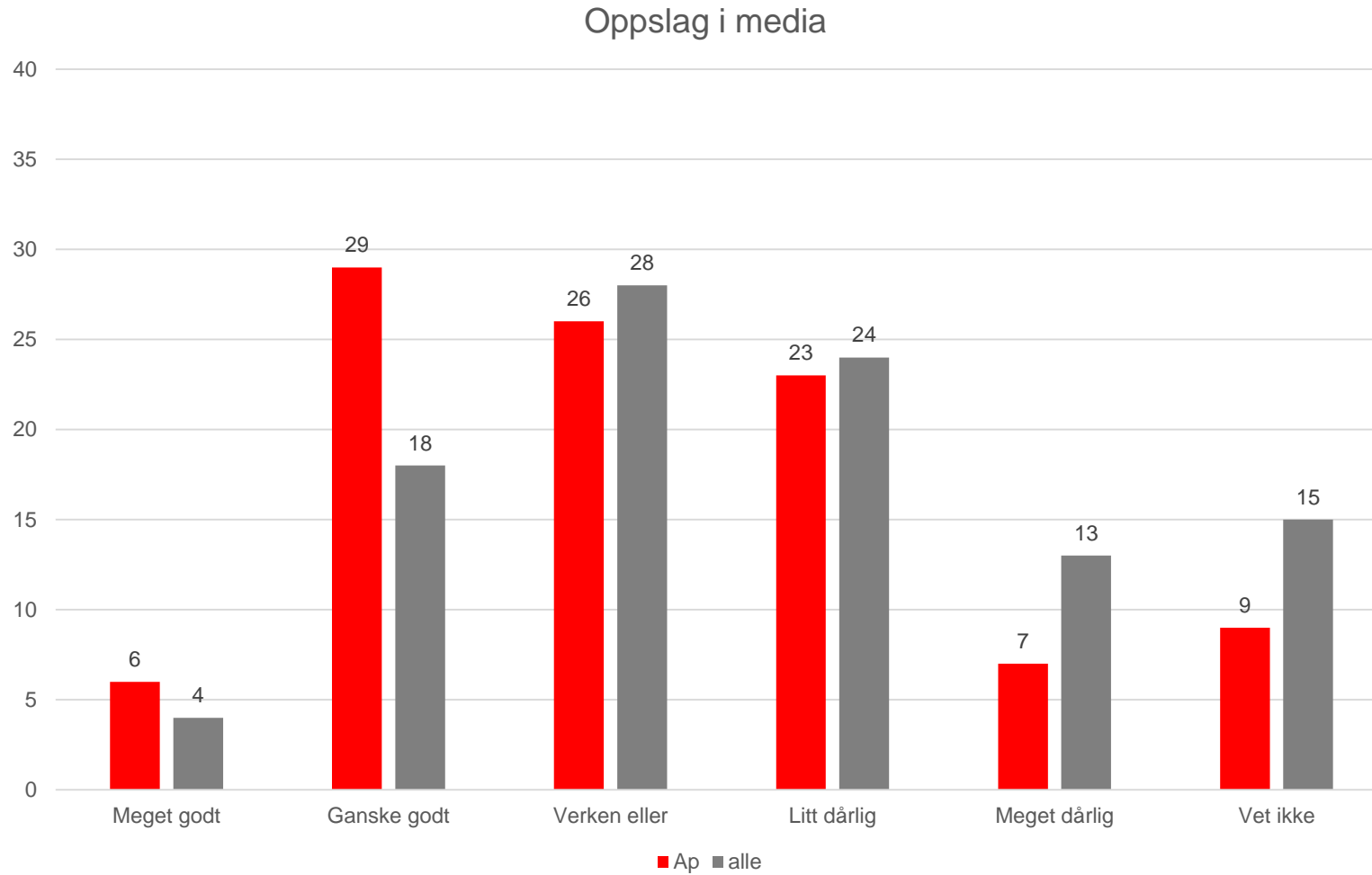


Arbeiderpartiets valgkamp



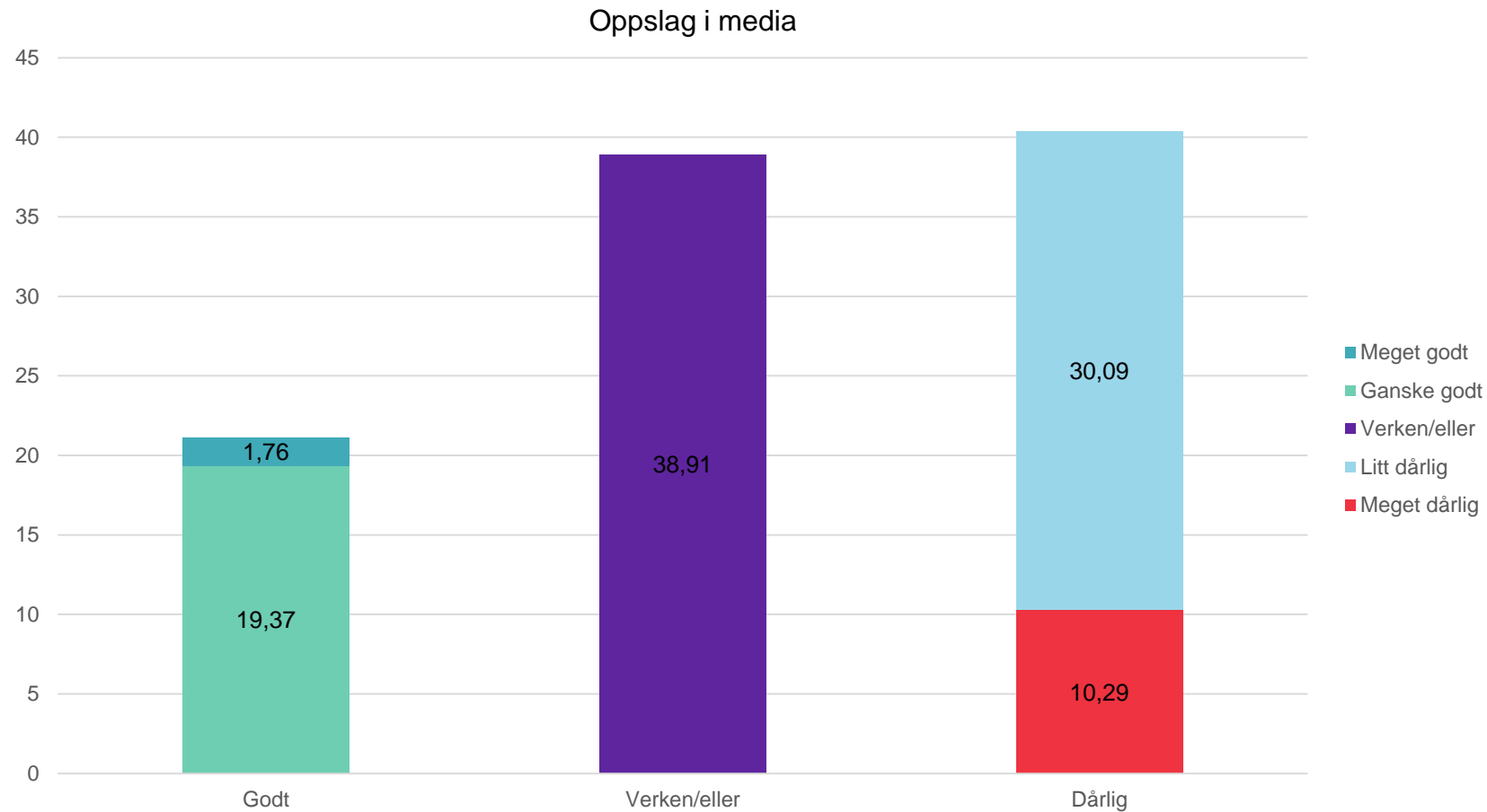


Arbeiderpartiets valgkamp





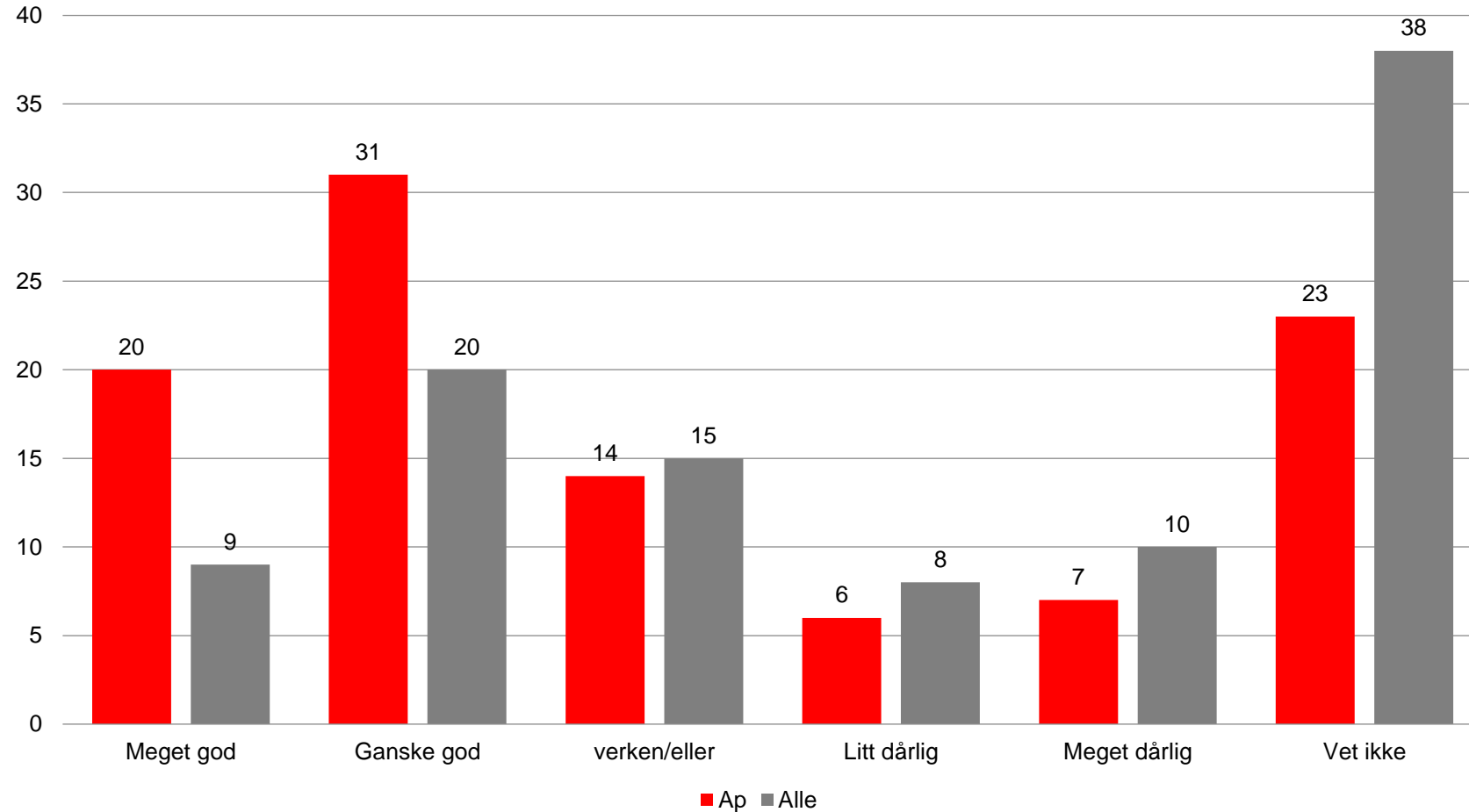
Arbeiderpartiets valgkamp





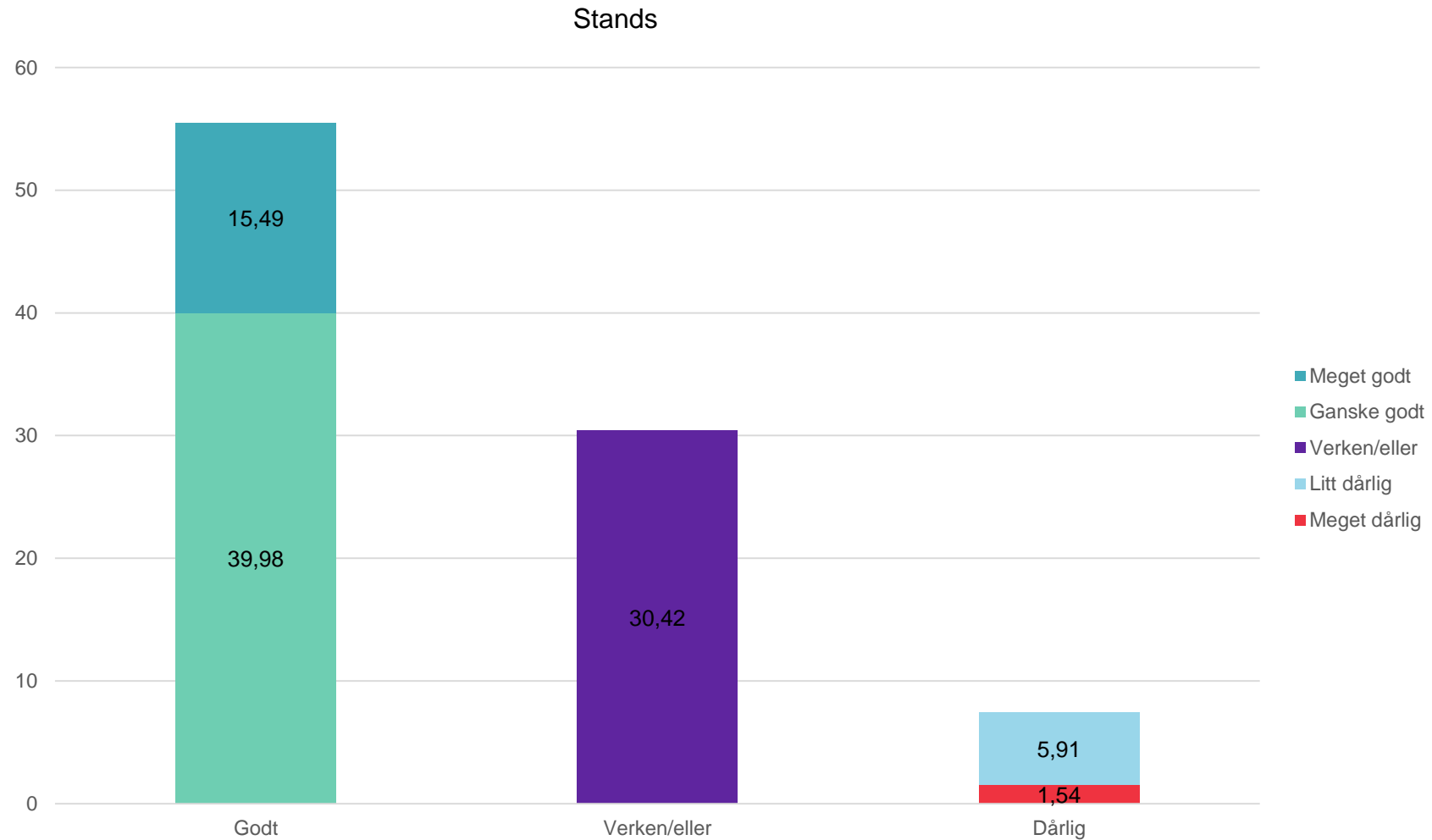
Arbeiderpartiets valgkamp

Stands



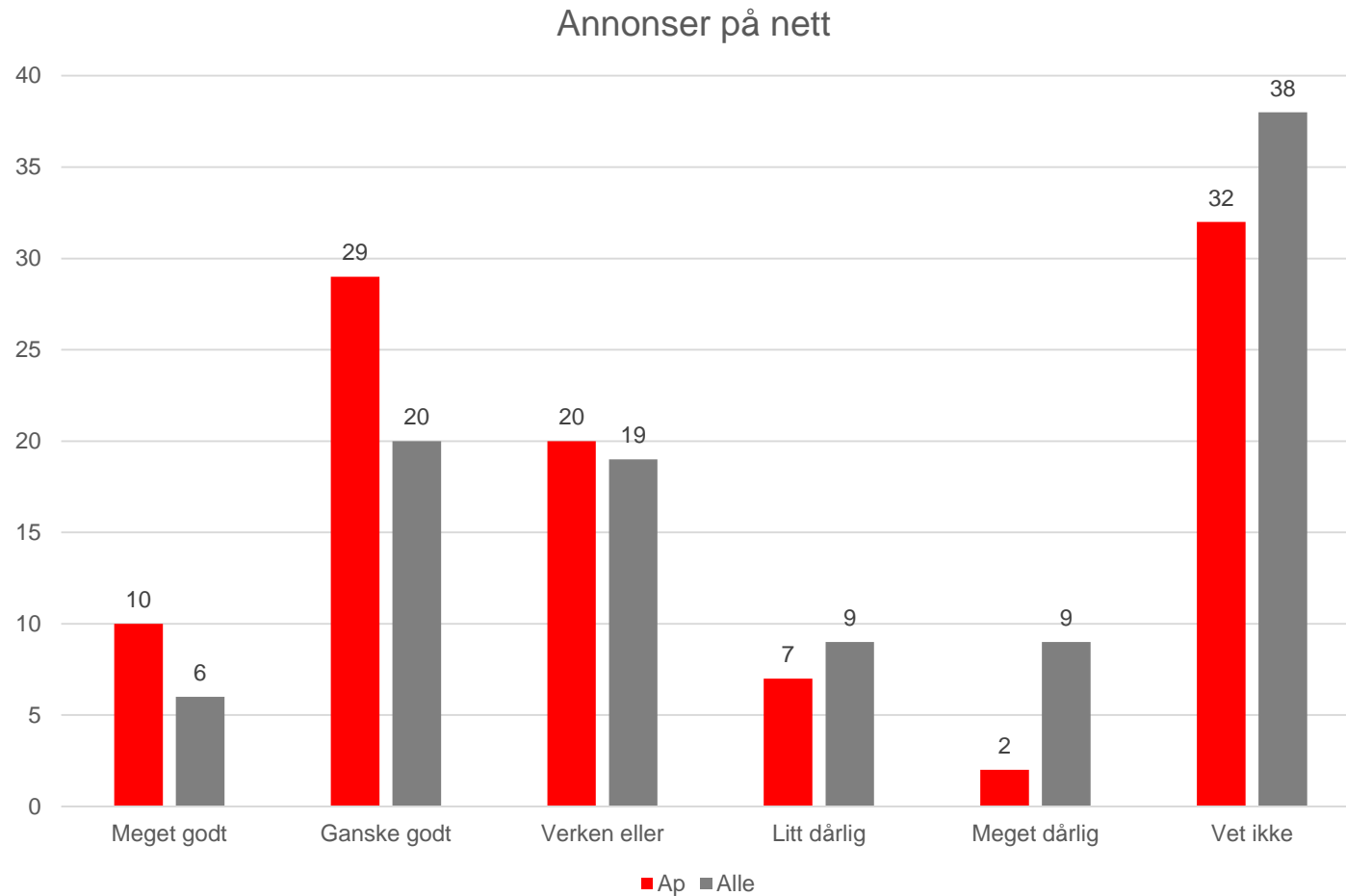


Arbeiderpartiets valgkamp





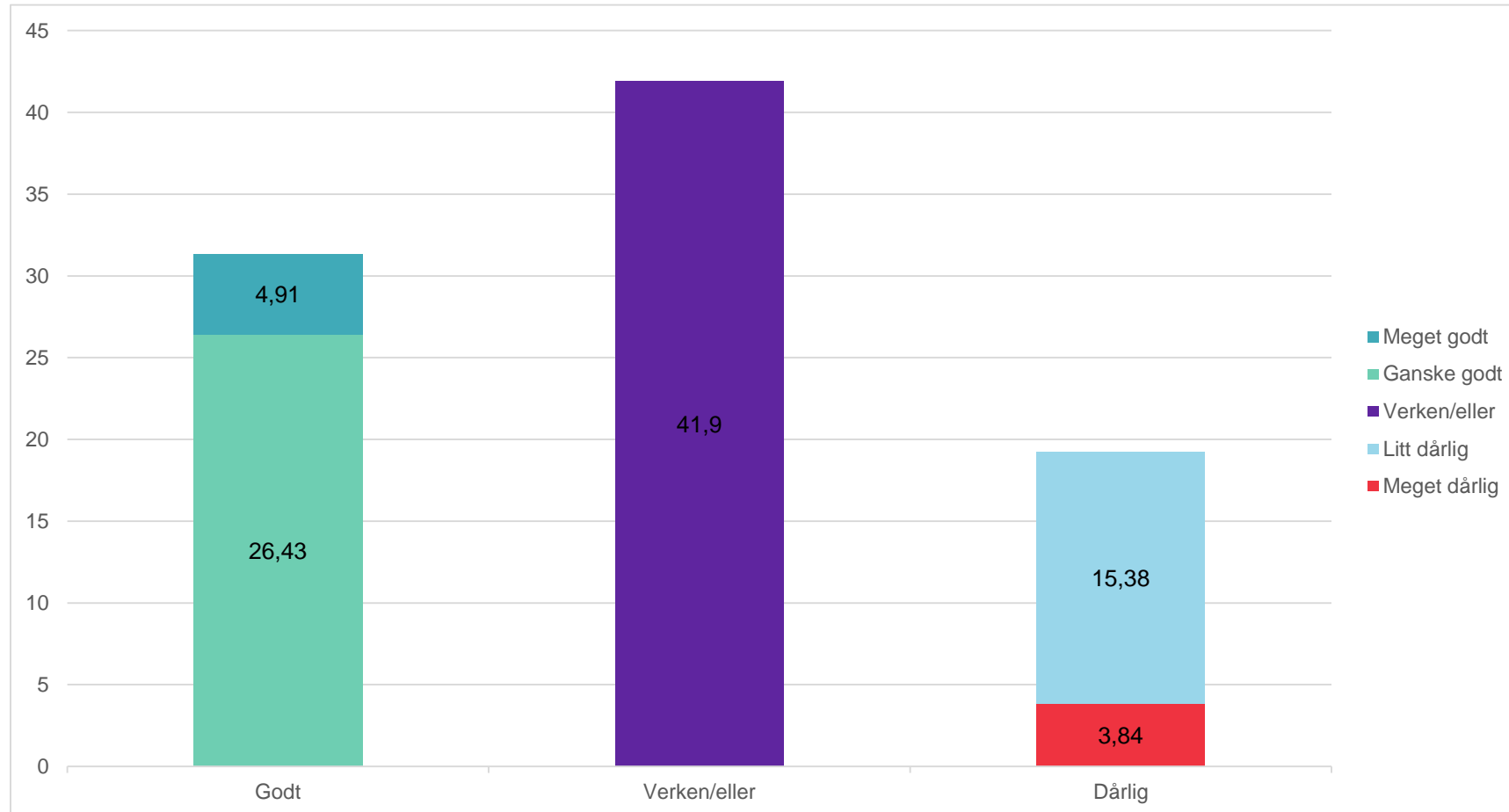
Arbeiderpartiets valgkamp





Arbeiderpartiets valgkamp

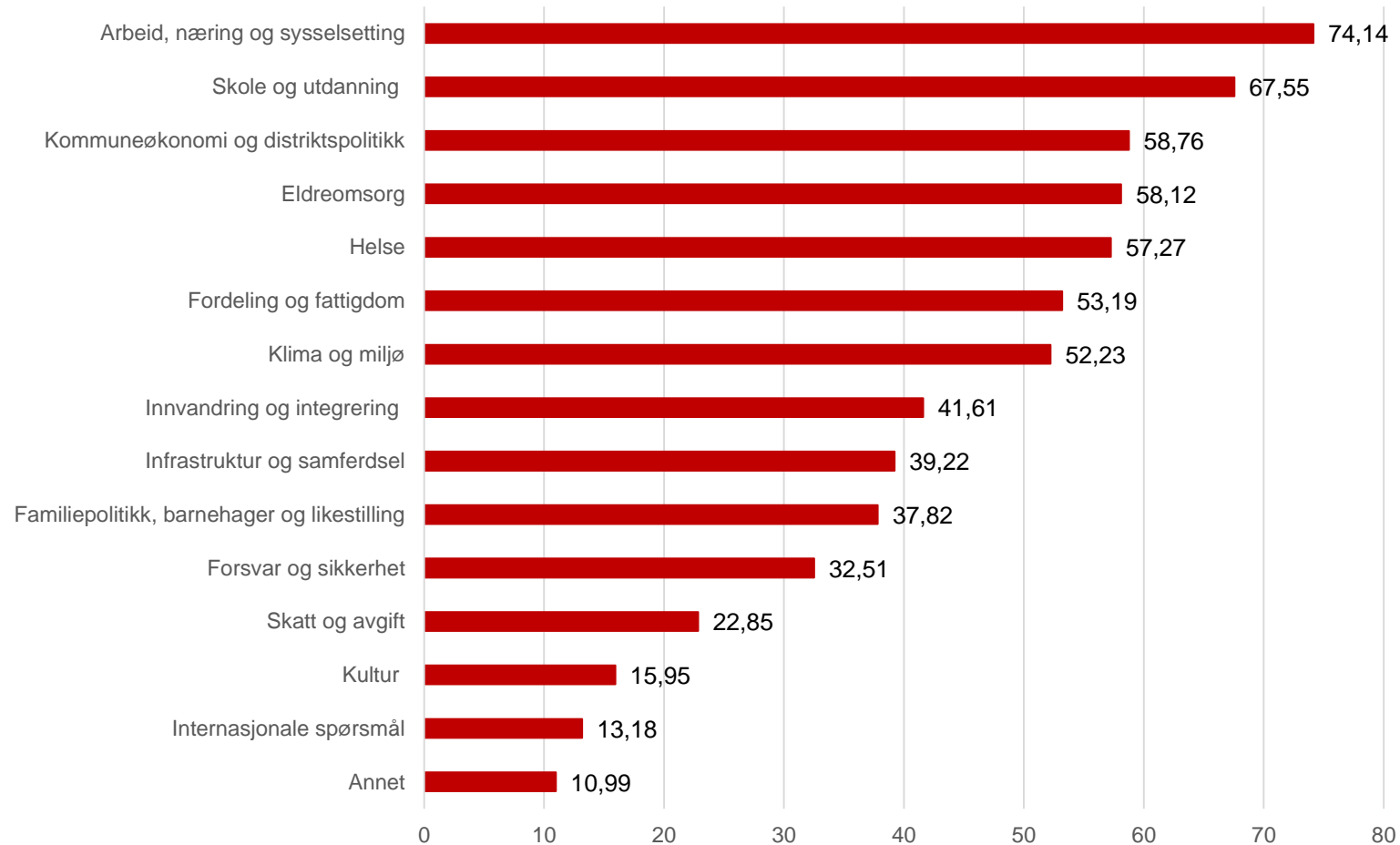
Annonser på nett



Framover



Hvilke saker bør vi satse på mot 2019?





Alle skal med.