

# Utkast: Verksamhetsplan 2025

Centerpartiets i Stockholms stad



Centerpartiet



## Innehållsförteckning

|                                      |          |
|--------------------------------------|----------|
| <b>1 Övergripande mål 2025</b>       | <b>2</b> |
| Övergripande inriktningsmål:         | 2        |
| <b>2 Politiskt genomslag</b>         | <b>2</b> |
| Aktivitetsmål 2025:                  | 3        |
| 2.1 Förtroendevalda och kandidater   | 3        |
| Aktivitetsmål 2025:                  | 3        |
| <b>3 Ökat engagemang</b>             | <b>3</b> |
| Aktivitetsmål 2025                   | 4        |
| 3.1 Organisation                     | 4        |
| Aktivitetsmål 2025                   | 4        |
| 3.2 Utbildningar                     | 4        |
| Aktivitetsmål 2025:                  | 4        |
| 3.3 Aktiviteter                      | 4        |
| <b>4 Effektiv kommunikation</b>      | <b>5</b> |
| 4.1 Intern kommunikation             | 5        |
| Aktivitetsmål 2025:                  | 5        |
| 4.2 Extern kommunikation och kampanj | 5        |
| Aktivitetsmål 2025:                  | 5        |



# 1 Övergripande mål 2025

2025 är året innan ett valår, vilket innebär att det till stor del handlar om att förbereda organisationen och alla medlemmar på valrörelse. Listorna ska genom en nomineringsprocess sättas, ny politik ska tas fram och alla kampanjare ska ha fått rätt verktyg att jobba för valframgångar 2026. Partiets synlighet ska öka och stockholmarna ska veta vad Centerpartiets vision för Stockholm och Sverige är.



## Övergripande inriktningsmål:

- Antalet medlemmar i Centerpartiet i Stockholm stad ska öka med 10% jämfört med 2024 (se punkt 3).
- Stockholmscentern ska ha en modern och aktiv kampanjorganisation, med självgående avdelningar, som kombinerar medlemsengagemang med strategiskt arbete med sikte inställt på de allmänna valen 2026.
- Stockholmscentern med medlemmar ska stärka sin närvaro och synlighet i sociala medier
- Centerpartiet i Stockholm stad ska ha en tydlig och känd profil

## 2 Politiskt genomslag

Centerpartiet måste ha genomarbetad och sammanhållen politik för alla områden och samtidigt ha en tydlig profil. Det dagliga politiska arbetet sker i Stadshuset, regionen och riksdagen. Till grund för det politiska arbetet ligger våra vallöften från 2022 och budget för 2025. Distriktet ansvarar för politikutveckling, hantera motioner och att utbilda medlemmar i att vara budbärare för vår politik. Det ska alltid finnas en växelverkan mellan de förtroendevalda och den övriga aktiva medlemskåren för att utveckla politiken.

Fokus under 2025 kommer att ligga på att bygga upp en stark organisation som är redo för valet 2026. Det sker genom kandidatutbildningar, kampanjutbildningar och medlemsaktiviteter som utbildar och inspirerar i våra prioriterade frågor. De politikutvecklingsgrupper som startades upp under 2024 fortsätter sitt arbete och är en del i att forma ett lokalt valmanifest till 2026. De superlokala frågorna ska fångas upp och i det arbetet fyller avdelningarna en oerhört viktig roll.



#### Aktivitetsmål 2025:

- Politikutvecklingsgrupperna fortsätter sitt arbete och det stäms av med kansli och distriktsstyrelse. Varje grupp har som mål att inkomma med en motion till distrikts- eller partistämma 2025.

## 2.1 Förtroendevalda och kandidater

Distriktets förtroendevalda är de som realiserar den politik som beslutats på distriktsstämmor. De omsätter Centerpartiets politik till verklighet inom ramen för deras uppdrag. Det är gruppledarna i kommunfullmäktigegruppen och regiongruppen som leder arbetet och som bär ett särskilt ansvar att hålla ihop gruppen och fungera som stöd för de som har sitt första politiska uppdrag.

Kommunikation, framför allt i de förtroendevaldas egna sociala medie-kanaler, är ett utvecklingsområde under mandatperioden.

#### Aktivitetsmål 2025:

- Fortsätt coacha förtroendevalda (och andra medlemmar som har ambitionen att kandidera 2026) att kommunicera Centerpartiets politik, framför allt i egna sociala medier.
- Ta fram en guide till hur man plockar ner filmer från fullmäktige, skapar innehåll, textar filmer med mera i sociala medier med mål att fler ska kunna skapa egna inlägg.

## 3 Ökat engagemang

Medlemmarna är partiets viktigaste resurs. Tillsammans bildar vi Centerpartiet. Vi ska vara Sveriges och Stockholms öppnaste parti och välkomna nya medlemmar i gänget. Det är en viktig uppgift för distriktet och distriktsavdelningarna att ta hand om alla medlemmar. Vi vill ha låga trösklar och att det ska vara roligt att vara aktiv i vårt distrikt. Vi vill att det ska finnas utrymme att växa, ta initiativ, inspireras och möjlighet att lära sig nya saker inom nya områden. Medlem i Stockholmscentern ska man kunna vara på olika sätt och genom hela livet.

Vi vill bli fler. Genom att utgå från medlemmarnas önskemål och intressen kan vi skapa en verksamhet som är intressant för fler. För de där ett medlemskap i Centerpartiet är den första kontakten med ett politiskt engagemang ska det gå snabbt och enkelt att förstå hur man kan engagera sig och hur beslutsgångarna går inom partiet.

Stockholmscentern ska vara ett partidistrikt där man snabbt kommer med i gemenskapen, med tillgängliga politiker och där det är lustfyllt att vara engagerad - ett distrikt där medlemmarna har roligt och får utvecklas. Samtidigt ska vi bli mer stabila som partidistrikt och klara av att vara större och ha fler aktiva, delaktiga medlemmar. En modern folkrörelse.

Målet är att växa med 10% under 2025, nedan finnas målen fördelade på avdelning. Syskonens medlemstal antas vara desamma. Mål för dem kan inte Stockholmscentern specificera.

| <b>Valkrets</b>      | <b>2024</b> | <b>Mål 2025*</b> |
|----------------------|-------------|------------------|
| Bromma - Kungsholmen | 117         | 129              |
| Norra innerstaden    | 160         | 176              |
| Södermalm - Enskede  | 139         | 153              |
| Västra Söderort      | 104         | 114              |
| Östra Söderort       | 73          | 80               |



|                |            |            |
|----------------|------------|------------|
| Yttre          | 71         | 78         |
| Västerort      |            |            |
| Syskon         | 110        | 110        |
| <b>Totalt:</b> | <b>774</b> | <b>840</b> |

\* Ökning med 10% sedan december 2024.

#### Aktivitetsmål 2025

- Distriktet ska möjliggöra/hjälpa till med minst 10 medlemsaktiviteter på initiativ av avdelningar och förtroendevalda från alla tre politiska nivåer.
- Distriktet ska erbjuda Ny i C 2 gånger per termin för nya medlemmar, eller efter behov beroende på antalet nya medlemmar.
- Minst en medlemsvärkning ska genomföras i varje avdelning
- Underhålla medlemsregistret så att vi når alla medlemmar med våra utskick.
- En distriktsgemensam återlösningsaktivitet ska ske under våren
- Bjud in aktiva medlemmar att hjälpa till att hålla workshops, utbildningar med mera för övriga medlemmar

### 3.1 Organisation

Distriktets avdelningar har visat på stort lokalt engagemang och detta har än mer sänkt trösklarna för engagemang och skapar möjligheter för än mer lokalt förankrad politik. Distriktskansliets roll är att vara möjliggörare och ta vara på avdelningarnas initiativ. Föreningens lokal ska vara öppen för alla och utnyttjas i så hög utsträckning som möjligt.

#### Aktivitetsmål 2025

- Att stärka samverkan mellan avdelningar och distrikt, samt fortsätta att stärka samarbetet med syskonorganisationer och nätverk.
- Identifiera avdelningar som ev. behöver extra stöd
- I högre utsträckning än tidigare arbeta projektbaserat kring större evenemang så att medlemmar är med och skapar våra utåtriktade aktiviteter, t ex Järvaveckan och Stockholm Pride.

### 3.2 Utbildningar

I väntan på att Centerpartiet på nationell nivå återigen erbjuder utbildningar ska Stockholmscentern arbeta fram egna utbildningspaket med syfte att stärka distriktets medlemmar inför valrörelsen 2026.

#### Aktivitetsmål 2025:

- Slutföra kandidatutbildningen som startades upp HT 2024.
- Planera för utbildningar inför valåret och om tid finns under hösten 2025 även starta upp de första.

### 3.3 Aktiviteter

Medlemsaktiviteter är viktiga för distriktet. Under verksamhetsåret ska medlemmar erbjudas en mängd olika aktiviteter att delta på för att både ha kul, stärka sitt engagemang och fördjupa sig i politiska frågor. (se mer under punkt 3 Ökat engagemang)



## 4 Effektiv kommunikation

### 4.1 Intern kommunikation

Ett effektivt internt informationsflöde är grundläggande. För mobilisering och snabb intern kommunikation används i första hand Slack.

Distriktet använder e-post för officiell information till medlemmar. Distriktskansliet skickar ut nyhetsbrev via e-post ungefär en gång per månad, men extra informationsutskick förekommer. Detta kompletteras med Stockholmscenterns slutna grupp på Facebook som heter "Centerpartiet i Stockholm medlemsgrupp" som har 713 medlemmar. Här postar vi till exempel information om kommande aktiviteter och kampanjer och uppmuntrar till aktivitet i egna sociala kanaler kring Centerpartiets budskap. Här går det också bra att föra diskussioner om högt och lågt.

För att öka engagemanget och öppningsgraden av medlemsbrevet ska vi prova fram en modell med lokalanpassade brev som tas fram av avdelningarna (när RO tagit fram nytt leverantörsavtal).

#### Aktivitetsmål 2025:

- Fortsätta utveckla och utvärdera metoden "Medlemsresan" för att säkerställa att tröskeln att engagera sig är låg och att man som ny snabbt kommer i kontakt med sin avdelning.
- I den mån tid finns ta kontakt för nya medlemmar även per telefon och från distriktsstyrelsen för att fånga upp engagemang.

### 4.2 Extern kommunikation och kampanj

Konkurrensen om uppmärksamheten är stor i dagens kommunikationslandskap. Därför finns det inga möjligheter att vara otydlig eller ta omvägar när information ska fram. Målet är att både motståndare och väljare vet vad Centerpartiet står för och vill uppnå i Stockholm.

Kommunikationen ska utgå från kommunikationsstrategin.

#### Aktivitetsmål 2025:

- Att fortsätta utveckla samverkan kring kommunikation mellan husen och skapa aktiviteter och innehåll för sociala medier som rör både kommunal- och regionpolitik.
- Att genomföra minst två integrerade gemensamma kampanjer (fysiskt och digitalt) i samverkan med alla distriktsavdelningar
- Öka engagemanget på våra konton i sociala medier (specificerat i kommande kommunikationsstrategi)
- Utveckla och pröva arbetssätt för att nå våra specifika målgrupper i sociala medier.