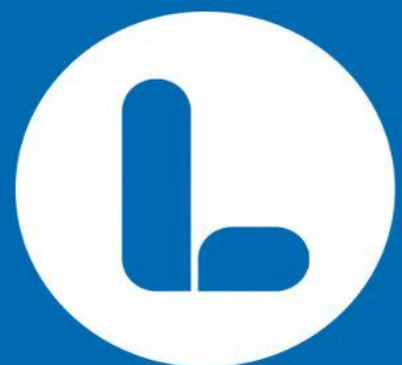




Starkare Europa Starkare Sverige

RAPPORT FRÅN LIBERALERNAS VALANALYSGRUPP OM VALET 2024



Valutvärdering

Att Liberalerna är representerade i Europaparlamentet är en lättnad, men inte ett resultat vi är nöjda med. Vi vill mer – vårt parti hade fler toppkandidater som hade behövts i Europaparlamentet. Att vi balanserar så nära spärren är inte hållbart i längden.

Från att ha varit uträknade blev Liberalerna invalda i Europaparlamentet. Vårt valresultat uppnåddes tack vare en stark medlemskampanj ledd av våra toppkandidater och genom hög mediesynlighet i rätt frågor. Vi svarade trovärdigt på väljarnas frågor om hur ett starkare Europa ger ett starkare Sverige.

Valutvärderingsgruppen har med hjälp av intervjuer med toppkandidater, vår egen medlemsenkät, interna mätningar, vallokalundersökningar och samtal med länsförbund sammanställt de viktigaste insikterna från valrörelsen.

Det här dokumentet inleds med övergripande beskrivning av valresultatet och partiets väljarflöden. Därefter är det strukturerat under rubrikerna *Politiken*, *Kandidaterna* och *Organisationen*. Varje kapitel avslutas med två typer av rekommendationer – sådana som kan implementeras i det löpande arbetet och andra som är specifika för valrörelser.

Valutvärdering	2
Valresultatet i stort	3
Politiken	4
Kandidaterna	8
Organisationen	10



Valresultatet i stort

1. **Liberalerna ökar.** Liberalerna ökar något med 0,25 procentenheter jämfört med 2019. I vallokalundersökningen slås fast att vi överpresterar jämfört med ett fiktivt riksdagsval med 0,5 procentenheter – sett till valdeltagandet i EU-valet motsvarar det drygt 20 000 tillkommande väljare.
2. **Väljarflödet från Moderaterna.** Ökningen kommer huvudsakligen från väljare som har Moderaterna som sitt huvudalternativ i ett hypotetiskt riksdagsval. Sådana väljare utgör brutto 0,8 procentenheter.
3. **Väljarflödet från Socialdemokraterna och Centerpartiet.** Flödet från Socialdemokraterna och Centerpartiet är cirka 0,3 procentenheter brutto per parti.
4. **EU-positiva valde Liberalerna.** Alla flöden till Liberalerna från väljare som har ett annat favoritparti i ett hypotetiskt riksdagsval är mycket eller ganska positiva till EU. Största flödet kom från Moderaterna.
5. **Liberalism är ett starkt varumärke.** Liberalismen som ideologi mobiliserar väljare. Inget annat parti hade så många väljare som uppgav att partiets ideologi var allra viktigast för partivalet.
6. **Sakpolitiken var viktigast för väljarna.** Enligt vallokalundersökningen var det som i högst grad avgjorde väljarnas val av parti deras europapolitik. Under hela 2000-talet har andelen väljare vars partival avgörs av europapolitiken ökat.



Val och geografi

Eftersom partiet får ett snarlikt resultat som förra EP-valet är förändringarna förhållandevis små. Ökningen förklaras främst av att vi gick bättre i residensstäder, exempelvis Västerås (+0,59%) och Jönköping (+0,45%). Vårt största procentuella tapp var i Västerbotten – det har dock förhållandevis liten påverkan på valresultatet då det i absoluta tal rörde sig om ett tapp på 326 röster. Med det sagt är en norrländsk närvaro avgörande för att Liberalerna ska vara representerade i hela landet.

Län	2024	2019	Förändring
Skåne län	5,62%	4,95%	0,67%
Västmanlands län	3,95%	3,42%	0,53%
Jönköpings län	2,98%	2,57%	0,41%
Blekinge län	3,30%	2,93%	0,37%
Örebro län	3,79%	3,45%	0,34%
Östergötlands län	3,82%	3,48%	0,34%
Kalmar län	2,66%	2,36%	0,30%
Dalarnas län	2,53%	2,27%	0,26%
Värmlands län	3,13%	2,89%	0,24%
Hallands län	4,01%	3,77%	0,24%
Uppsala län	4,62%	4,39%	0,23%
Södermanlands län	3,22%	3,01%	0,21%
Gotlands län	2,77%	2,59%	0,18%
Stockholms län	6,05%	5,91%	0,14%
Kronobergs län	2,50%	2,40%	0,10%
Västra Götalands län	4,10%	4,11%	-0,01%
Västernorrlands län	2,28%	2,29%	-0,01%
Norrbottens län	2,01%	2,06%	-0,05%
Jämtlands län	2,05%	2,11%	-0,06%
Gävleborgs län	2,55%	2,66%	-0,11%
Västerbottens län	2,48%	2,76%	-0,28%

Två tredjedelar av rösterna på Liberalerna kommer från de tre största länen – Stockholm, Västra Götaland och Skåne. I Stockholms län stod Stockholms stad för hälften av rösterna i länet. I Västra Götaland stod Göteborg för 40 procent av rösterna i länet. I Skåne som har fler men mindre städer står Malmö, Lund och Helsingborg för strax över hälften av rösterna. Ett ofrånkomligt faktum för vårt parti är att val vinnas – och förloras – i städerna.



Politiken

1. Viktiga frågor för våra väljare

Liberalerna låg relativt bra till i vilka politiska frågor vi drev och vilka nyheter vi skapade sett till väljarnas viktigaste frågor. Rubrikerna i vårt valmanifest stämmer jämförelsevis väl överens med väljarnas prioriteringar. Skolfrågan var ett undantag – trots att våra väljare har högt förtroende för oss i frågan så verkar det inte ha “spillt över” på EP-valet.

Klimatfrågan var viktig för många och kan antas ha varit drivande i att flytta väljare till Centerpartiet och Miljöpartiet från Socialdemokraterna. Tyvärr såg vi inte sådana flöden till vårt parti, trots att många håller med om att klimatfrågan måste lösas på europeisk nivå. Vi vet att det tar lång tid att bygga upp ett sakägarskap i en fråga, särskilt när konkurrensen är hög. Det understryker enbart vikten av att fortsätta driva på för en klimatpolitik som arbetar med istället för mot folk.

Vi hade, och tog, i många fall möjligheten att visa vår unika särart jämfört med de partier som annars står oss nära i inrikespolitiken. Vi har också strategiskt rört oss bort från förslag om hur EU:s institutioner styrs. Sådana meta-frågor ligger långt bort från väljarnas köksbordsdiskussioner.

2. Röda tråden?

Vårt viktigaste uppdrag var att visa hur gemensamma lösningar kan lösa våra gemensamma problem. Det var med det i åtanke inte nödvändigtvis rätt att driva sakförslag i så många frågeområden. För att ta ett exempel, så verkar förslagen om skärmtid och nätjättar fungerat medialt men inte upplevts hänga ihop med EP-valet i mötet med väljare. Våra förslag om att minska barns skärmtid har mer genomslagskraft i inrikespolitiken.

Det är möjligt att vår unika position som Sveriges mest Europavänliga parti kunde gjorts tydligare med sakförslag inom bara två eller tre frågeområden. I vår interna eftervalsenkät sticker klimat och brottsbekämpning ut som de mest dominerande ämnena i samtalen med väljarna. Enkäten visar också att många hade velat att partiet centralt fokuserade mer på klimatet, brottsbekämpningen och euron.

Förslag i för många frågeområden kan också leda till att kampanjen saknar röd tråd. Varje kandidat, företrädare och dörrknackare kan uppfatta kampanjen lite som ett smörgåsbord där man kan välja att bara prata om sin favoritfråga.



3. Agendasättande och efterhärmade sakpolitiskt

Våra frågor och förslag påverkade vad valrörelsen handlade om och vilka frågor som debatterades. Det är ovanligt för ett parti av vår storlek och i grunden ett mycket gott betyg. Vi hade en stor mängd unika och intressanta förslag som andra partier och medier förhöll sig till. Att de letade sig in i valkompasser är särskilt bra, det tyder på att de var formulerade på ett sådant sätt att de gick att ta ställning till i ja- eller nej-termer.

I frågor där vi kom med nya förslag, som Tiktoks skadeverkningar och införandet av en EU-polis, så utmanades vi direkt. Kristdemokraterna gick hela vägen med att kräva en [försäljning](#) av TikTok och Moderaterna siffrerade behovet av nya [EU-poliser till 10 000](#). Att vara först med ett förslag är bra – men andra partier är skickliga på att låna och spetsa till det de märker fungerar.

Detta är en långsiktig utmaning för partiet, vi intar ofta positioner som sedan andra tar över och gör till sina. För att vi också ska bli belönade av väljarna måste vi vara bättre på att spetsa våra unika positioner när vi är ensamma om att ha dem och förberedda på att följa upp och utveckla det som vi en gång var först med. Vi ska inte luras att tro att väljarna belönar partier bara för att de är först med ett förslag.

De riktigt stora utspelen som dominerade valrörelsens slut var spetsigare än våra. Vi behöver se att vi lever med en medial verklighet där valrörelsen är kort, väljarna efterfrågar rubriker och konkurrensen om det mediala utrymmet är högt.

4. Partiets position mot Sverigedemokraternas trollkonton

EP-valets tidiga del dominerades av Sverigedemokraternas trollkonton. Det var en del av valrörelsen som vi som parti fann utmanande. Vi tjänar mer på när EU-frågorna står i fokus, eller åtminstone när sakpolitik generellt dominerar.

Det är ett faktum att en bestående andel av våra potentiella väljare inte uppskattar Sverigedemokraterna. Denna spänning kommer med all sannolikhet kvarstå med tanke på att de ideologiska skillnaderna och utgångspunkterna mellan våra partier är stora. Vi behöver därför hitta långsiktiga och tydliga sakpolitiska positioner inför valet 2026. Vi ska dock undvika att tråka ut väljarna med processfrågor och politiskt spel.

Det var därför partiledningen den här valrörelsen, efter diskussioner med partistyrelse och riksdagsgrupp, landade i att ta en sakpolitisk position mot deras metoder. Vår hållning, att förbjuda den typen av kommunikation som Sverigedemokraterna avslöjades med, kunde sedan upprepas under hela valrörelsen. Anledningen till det var att den i sak gick längre än



något annat parti och att vi skarpt visade att vi var beredda att medverka till sådan lagstiftning.

Positionen vi tog har visat sig vara långsiktigt stark. Flera månader efter valet frågade exempelvis [30 minuter](#) kulturminister Parisa Liljestrand om vårt förslag som hon inte kunde utesluta.

Rekommendationer löpande:

- **Börja i väljarnas vardag.** Våra frågor hamnade på agendan tack vare att medierna såg att de betydde något för en stor andel av väljarkåren. Det var ämnen som redan existerade i väljarnas mediala, digitala och verkliga vardag. Ett sådant tänk behöver vi ta med oss i alla politiska frågor.
- **Ta konflikt i sakfrågor.** Väljarna är trötta på politiskt spel. Det är, trots all den medieuppmärksamhet som vigs åt ämnet, inte bråk om processer som avgör hur väljare röstar. De allra flesta väljer parti baserat på förtroendet för företrädarna kombinerat med förtroendet för sakpolitiken.

Rekommendationer valrörelse:

- **Bygg vidare på vår unika position som mest Europavänliga parti.** Värna den unika rollen vi har i att se hur nationella problem ofta löses bäst i samarbete med andra länder. Undvik att fastna i frågor om EU:s funktionssätt och fokusera fullt ut på hur mer europeiskt samarbete kan lösa samhällsproblemen.
- **Spetsa positionerna.** Konkurrensen om mediautrymmet är stenhård. Vi behöver våga gå fram med spetsiga utspel de sista veckorna som påminner väljarna om Liberalerna framför våra konkurrenter.



Kandidaterna

1. Fler fördelar än nackdelar med *en* toppkandidat

Alla våra toppkandidater har arbetat hårt och intensivt. De bar alla vårt budskap om att ett starkare Sverige kräver ett starkare Europa och har alla bidragit till att vi säkrade vårt mandat.

I en stor undersökning gjord av Europaportalen fann man att Karin Karlsbro varit Sveriges [mest](#) aktiva parlamentariker i Europaparlamentet. I Naturskyddsföreningens [miljöbetyg](#) prisades hon för sitt miljöengagemang. I sitt engagemang för Ukraina, demokrati på kontinenten och klimatet speglade vår toppkandidat väljarnas viktigaste frågor.

Vi bör analysera hur vår uppställning såg ut. Att ha tre toppkandidater och fem affischnamn för ett parti som sökte väljarnas förtroende om ett eller två mandat är inte nödvändigtvis optimalt. Fördelar och nackdelar måste vägas mot varandra.

Med ett större antal kandidater kommer flera uppsidor. De har möjlighet att skapa mer lokalt engagemang, både genom att fler lokalföreningar får besök och genom att fler gräsrotter känner “sin” toppkandidat. Anna Maria Corazza Bildts förankring i Skåne och Simona Mohamssons i Göteborg gav extra motivation i de länsförbunden. En bred uppställning har också möjlighet att spegla fler demografier än en ensam topp.

Med ett stort antal kandidater finns det också risker och nedsidor. Samordningen dem emellan blir svårare. Våra förslag och fokus riskerar att spreta. Vem vi sprider i våra egna kanaler kan bli splittrat. Till syvende och sist är det en fråga om affischer, annonsering och tryckt material där all yta är begränsad.

Det är tydligt att både Kristdemokraterna och Vänsterpartiet – som gjorde förhållandevis starka valresultat – fokuserade resurserna mer. I takt med att partierna blivit fler har konkurrensen om mediautrymmet hårdnat ytterligare.

Därtill behöver vi ha med oss att vikten av partiledarna har ökat i de ordinarie riksdagsvalen. I vallokalundersökningen syns inte samma långsiktiga trend, men även där var kandidaterna viktigare 2024 än vad de var 2019 för valet av parti.

2. Kändisar och tidigare partiledare

Andra partier än Liberalerna hade de kändaste dragloken bland sina toppkandidater. Att inte ha kända kandidater innebär att ge de andra partierna ett försprång.



Europavalrörelsen är för väljarna betydligt kortare än vad man kan tro. En toppkandidat som på några veckor måste anstränga sig både för att bli känd och för att sprida partiets budskap bär en dubbel börda.

Omvänt så får en redan känd kandidat hjälp av att många redan har en bild av vad den står för. Detta är minst lika viktigt i perspektivet att ha tydliga “fiender” i början av valrörelsen. Sådant kommer påverka vilka debatter man blir bjuden till och vilka perspektiv man förväntas representera.

Vårt parti hade under Marit Paulsen lyskraftiga kandidater bland toppkandidaterna utan att det rådde någon tvekan om vem som stod etta. I valet 2014 stod exempelvis Cecilia Wikström som tvåa. Ändå fungerade Marit framgångsrikt som vår “kändis”.

Rekommendationer löpande:

- **Vår Europaparlamentariker behöver bli en del av partiets kontinuerliga kommunikation.** Brysselbubblan existerar inte i den fysiska världen men är en medial verklighet vi har att förhålla oss till. Mycket talar för att mediernas bevakning av EU-frågor kommer att fortsätta att vara låg mellan valen. Därför behöver både partiorganisationen och Europaparlamentariker nu i framtiden arbeta strategiskt för att de senare ska kunna ta större plats i den inrikespolitiska debatten. Syftet är att stärka förtroendet, igenkänningen och kopplingen mellan partiet och parlamentarikern.

Rekommendationer valrörelse:

- **Knyt toppkandidaten närmre partiledaren.** Ett litet parti som vårt har inte råd att spretna i kommunikationen. Därför bör partiledning, riksorganisation och partiledarstab arbeta betydligt tätare med toppkandidaten. Det bör övervägas att likt en amerikansk vicepresidentkandidat helt och hållet ta in toppkandidaten i partiledarstaben sista månaden före valet för att maximera både samordning och stöd.
- **Toppkandidat och toppkandidater.** Att flera kandidater behövs för att genomföra en stark kampanj är givet. I ett tidigt skede ska det vara tydligt vad som erbjuds och förväntas av varje kandidat utefter deras listplacering, med målet att helt integrera toppkandidaterna i den centrala kampanjen. I det behöver det tydliggöras vilka särskilda insatser partiet gör för – och förväntar sig av – ettan på listan. Målet är att vår etta prioriteras högre i allt från annonsering till personalresurser.
- **Långsiktig strategi för en stark etta.** Vi måste också säkerställa att vår toppkandidat, genom bland annat hög namnkännedom från start, har de bästa förutsättningarna att locka väljare till Liberalerna. Partiets ledning behöver flera år i förväg planera för hur



vår etta i valet 2029 är ett "household-name" innan valrörelsen börjar. Valberedningen behöver involveras i det arbetet.

Organisationen

1. Bristande samordning

Det finns all anledning att förbättra våra processer inför riksdagsvalet 2026 och nästa EP-val.

Det behövs en tydligare plan för att säkerställa en sammanhållen kampanjorganisation och undvika parallella strukturer. För det krävs en tydligare befälsordning som stärker organisationens beslutsförmåga. Att länsförbund eller kandidater genomför kampanjen på olika sätt är tyvärr inte bara ett tecken på att vi anpassat oss efter lokala förutsättningar. Det beror lika mycket på att samordningen brustit.

Kandidater och länsförbund borde ha involverats i ett tidigare skede för att både få möjlighet att ge inspel på hur vi når våra potentiella väljare och lära sig hantera materialet i god tid. Det hade gett en starkare förankring, som i sin tur hade lett till att man inte känner förvirring eller ett behov av att ifrågasätta vissa enskilda utspel eller överväganden. Tidig förankring är alltså en förutsättning för en tydligare och effektiv befälsordning. Det är dock inte bara tidsaspekten som behöver beaktas, förankringsprocessen måste också ske på ett sådant sätt att alla parter upplever att de fått säga sitt för att därefter lita på planen och följa det man kommit överens om. Målet är att vi blir så samkörda att det sipprar ner hela vägen till de enskilda medlemmarna.

De stora länsförbunden har kompetens och personalresurser som gör att de har möjlighet att hjälpa övriga delar av partilandet. Mindre länsförbund saknar tvärtom det och kan behöva mer stöd än idag. One size does not fit all.

2. Hög synlighet

Liberalerna var cirka 40% mer synliga i redaktionell media den sista månaden jämfört med KD, MP, C och V. Det är en arbetsseger som inte kommit av en slump. Partiet hade förslag i frågeområden som fungerade i media och var relevanta för den politiska debatten.

Även när man rensar för artiklarna kopplade till Kalla Fakta-avslöjandet om trollkonton behåller vi vår fjärde plats bland partierna och ligger cirka 15% över de andra partierna i antal artiklar.



3. En stark medlemskampanj

Valet till Europaparlamentet den 9 juni 2024 var en stor arbetsseger för alla som kämpat i valrörelsen. Utan alla ideella insatser, samtal för samtal, kampanj för kampanj hade inte det här resultatet varit möjligt.

Vi var färre som gjorde mer i den här valrörelsen. Det är i sig negativt att det behöver vara så, men det är fantastiskt att så många medlemmar var med och gjorde att gick från att vara uträknade till att bli inräknade.

Det hade inte gått utan den starka mobiliseringen som Liberala ungdomsförbundet bidrog med. Deras insatser stöttade upp på många håll där partiet har blivit svagare. Den nationella kampanjen de förde vred på våra huvudfrågor så att den tilltalade en yngre målgrupp, utan att bli så annorlunda att det blev en helt egen kampanj.

Rekommendationer löpande:

- **Vi ska kommunicera i rubriker – inte fotnoter.** Det är viktigt att fortsätta arbeta vidare med rekommendationen från valanalysen 2022 och den strategiska inriktningen partistyrelsen antagit: mer av policyarbetet ska kunna resultera i rubriker. Sådana rubriker är vårt verktyg för att kommunicera en liberal berättelse med röd tråd.
- **Partiet behöver bygga en starkare ansvarskultur.** Med grund i Liberalernas ledarskapsprinciper borde partistyrelsen genomföra ett arbete för att bygga en starkare ansvarskultur. Ett parti som gått igenom ett antal tuffa valrörelser kan riskera att utveckla en klagokultur. Det har vi inte råd med. Fler partimedlemmar bör känna att de kan ta initiativets makt och lösa problem som de ställs inför, eller se till att få rätt hjälp med dem.
- **Fler kampanjare och kontinuerliga kampanjer mellan valen**
Partiet behöver fokusera på att värva medlemmar, vara ett parti där människor vill vara medlemmar och mobilisera de vi har. Vi behöver därför bygga ett parti som är välkomnande och effektivt organiserat för att kampanja mellan valen. För det behövs ett medskick om vilka kampanjmetoder som visat sig vara mest effektiva. Här finns goda erfarenheter att hämta från såväl flera större länsförbund som andra partier i Sverige och andra länder.

Rekommendationer valrörelse:

- **Valrörelseplaneringen behöver påbörjas tidigare.** I den är det centralt att enas om hur olika "faser" av valrörelsen ska utspelas. Med en större förankring initialt kring



strategiska avvägningar kan operativt arbete under valrörelsens slutskede ske med mycket begränsade avstämningar.

- **Hastighet och kvantitet är kvaliteter i sig.** För att arbeta effektivt krävs en hög bemanning i våra viktigaste frågor och hos de högst prioriterade kandidaterna, varav partiledaren är den viktigaste. Andra delar av partiet behöver kunna gå på sparlåga under de mest intensiva perioderna.

