

## Kampanjplanering för kampanjveckor 21 och 37

För att vi ska kunna genomföra en bra kampanjvecka tillsammans, där allas insats gör skillnad, kommer planeringen vara avgörande. Den här mallen funkar att använda till båda kampanjveckorna 2026 och är till för alla som är förtroendevalda i region Sydost.

- Kampanjaktiviteter till vecka 21 rapporteras in senast 3 maj
- Kampanjaktiviteter till vecka 37 rapporteras in senast 23 augusti

Rapportera in genom att fylla i nedan uppgifter och skicka in till er närmsta folkrörelseutvecklare eller till [sydost@hyresgastforeningen.se](mailto:sydost@hyresgastforeningen.se)

All information om kampanjveckorna finns på webben, [klicka här](#)

|                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ange Hyresgästförening/lokal hyresgästförening:<br>Är du husombud eller arbetsgrupp? Förtydliga det här i så fall. |
|                                                                                                                    |

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| Våra lokala mål under kampanjveckan: |  |
| Antal nya medlemmar:                 |  |
| Antal nya engagerade:                |  |

|                                                         |  |
|---------------------------------------------------------|--|
| Kontaktuppgifter till ansvarig för er kampanjplanering: |  |
| Namn & uppdrag:                                         |  |
| Vilken kommun du tillhör:                               |  |
| E-post:                                                 |  |
| Mobil:                                                  |  |

### Bra att veta

- Målbilden är att varje Hyresgästförening fixar två kampanjaktiviteter per kampanjvecka eller stöttar flera av sina lokala hyresgästföreningars aktiviteter.
- Tryckt material fixar kampanjgruppen. Föreningar kan hämta det på sitt närmsta kontor.
- Kampanjgruppen skickar ett utbud av tryckt material till de lokala hyresgästföreningar, husombud och arbetsgrupper som fixar en eller flera kampanjaktiviteter och rapporterar in sin planering i tid utifrån deadline.

## Kampanjaktiviteter – Valet 2026 ”En röst för hyresgästerna”

För att vi tillsammans ska nå våra mål är en bra planering a och o. Det är du som är förtroendevald som planerar aktiviteter och sätter mål utifrån regionens kampanjplan. Men kom ihåg att för att vi ska kunna nå ut med våra frågor så behöver vi jobba flexibelt och anpassa budskapet utifrån de målgrupper vi vill nå. Det är ni förtroendevalda som vet vilka budskap som passar och engagerar bäst lokalt. Har ni en annan het lokal fråga, kampanja kring den!

Planera era aktiviteter, önska hjälp från personal och rapportera in i tid så kommer personal fördelas utifrån de aktiviteter som finns. Vi gör det tillsammans!

### Förberedande aktiviteter:

*Ska ni affischera, marknadsföra eller kanske bjuda in via telefon? Viktigt är att vi vet vilket datum, tid, plats och en beskrivning/upplägg. Om något händer eller några fler, t ex personal, vill delta på en aktivitet är det viktigt att vi har kontaktuppgifter till en ansvarig på plats.*

Datum, tid och plats:

Information om aktiviteten:

Beskriv om ni önskar hjälp eller stöd från personal på något sätt. Personal fördelas efter deadline för rapportering.

**Huvudaktiviteter – fyll i alla aktiviteter ni genomför under kampanjveckan (21 & 37)**  
*Vilka aktiviteter planerar ni genomföra under kampanjveckan?*

Datum, tid och plats:

Information om aktiviteten:

Allt kampanjgruppen kan behöva veta för att kunna marknadsföra er aktivitet så bra som möjligt samt för att personal ska kunna komma och hjälpa till:

Beskriv om ni önskar hjälp eller stöd från personal på något sätt. Personal fördelas efter deadline för rapportering.

**Uppföljning:**

*Vilka aktiviteter planerar ni genomföra efter kampanjveckan? Det kan till exempel vara aktiviteter där ni fångar upp dem som visat intresse för engagemang eller ett internt möte där ni utvärderar er kampanj.*

Datum, tid och plats:

Information om aktiviteten:

Beskriv om ni önskar hjälp eller stöd från personal på något sätt. Personal fördelas efter deadline för rapportering.