

VERSION 1.0, 9. JANUAR 2025

# Kommunal- og regionsrådsvalg 2025

Vejledning til frivillige

 Kræftens Bekæmpelse

# Vejledning: Kommunal- og regionsrådsvalg 2025

## Kære frivillig

Tirsdag den 18. november 2025 er der valg til by- og regionsråd. Denne vejledning indeholder redskaber og råd til, hvordan Kræftens Bekæmpelses regionsudvalg og lokalforeninger kan tage del i valgkampen – og sætte kræftsagen på dagsordenen.

## Hvorfor engagere sig i valgkamp?

En indsats i valgkampen kan ikke stå alene. Den stærke og virkelige indflydelse vinder vi over en længere periode. Men valgkampen er en unik mulighed for direkte indflydelse og dialog med de politiske beslutningstagere. Det er her, politiske beslutninger og retninger formes og forhandles. Hvor politikerne kommer med løfter, som de kan holdes op på senere. Og hvor der er en særlig åbenhed for dialog og påvirkning udefra – bl.a. fra organisationer som os i Kræftens Bekæmpelse. Den offentlige debat, som også er en del af valgkampen, giver gode muligheder for at opnå folkelig opbakning til vores sag.

God valgkamp!

*Denne vejledning er udarbejdet af Patientstøtte & Frivillig Indsats i Kræftens Bekæmpelse*

# Indhold

1. Vores budskab: Kræft sætter spor	4
2. Tilgange og metoder	5
3. Hvem skal vi i dialog med?	7
4. Værktøjskassen	8

På [frivillig.dk](https://www.frivillig.dk) finder du alle bilag til denne vejledning, som du kan bruge i valgkampen. Det gælder både budskabspapirer, faktaark, læserbrevskabeloner, dialogguide og meget mere.

Kontakt dit områdekontor, hvis du har spørgsmål og ønsker hjælp til at komme i gang.

God arbejdslyst.

# 1.

## Vores budskab: Kræft sætter spor

Vores tema for kommunal- og regionsrådsvalget 2025 er senfølger efter kræft. Budskabet er, at kræft sætter spor, og at alle mennesker med senfølger efter kræft skal mødes af forståelse, hjælp og støtte.

70% af de cirka 396.000 personer, som lever med eller efter kræft i Danmark, har oplevet senfølger. Det er mere end en kvart million mennesker.

Helt konkret arbejder vi for:

- Generelle senfølgeklinikker med tydelige henvisningskriterier og tilstrækkelig kapacitet i alle regioner.
- At alle kommuner har hjælp til mennesker med senfølger.
- At ingen mennesker med senfølger skal presses tilbage i job, før de er klar.
- At de nye sundhedsråd indgår aftaler om senfølger efter kræft.

### De nye sundhedsråd

Som et led i den nye sundhedsreform etableres 17 sundhedsråd rundt om de største sygehuse og hospitaler<sup>1</sup>. De erstatter de sundhedsklynger, man har i dag. Sundhedsrådene består af regionsrådsmedlemmer og sundhedsudvalgsformænd mv. fra områdets kommuner. Sammen skal de sikre, at der bliver samarbejdet på tværs, så sundhedsvæsenet bliver mere sammenhængende og nært. Det får de en betydelig økonomisk ramme til.

Mere end en kvart million danskere har senfølger efter kræft. Og området går på tværs af kommuner og hospitaler, det nære og det specialiserede sundhedsvæsen. Derfor er det oplagt, at alle sundhedsråd indgår en aftale om, hvordan man sikrer god og koordineret hjælp og støtte til mennesker med senfølger efter kræft.

I bilagssamlingen finder I budskabspapirer målrettet hhv. kandidater til regions- og byråd og et understøttende fakta-ark.



Se mere i bilag 1.1:  
Budskabspapir (kommunalt)



Se mere i bilag 1.2:  
Budskabspapir (regionalt)



Se mere i bilag 1.3: Fakta-ark

<sup>1</sup> Læs mere om sundhedsreformen og om de nye sundhedsråd her: [ism.dk/publikationer-sundhed/2024/november/aftale-om-sundhedsreform-2024](https://ism.dk/publikationer-sundhed/2024/november/aftale-om-sundhedsreform-2024)

## 2. Tilgange og metoder

Vi har nedenfor samlet en række værktøjer, som I sammen med jeres områdekonsulent kan gribe til, hvis I synes, at det er svært at komme i gang med valgkampen. Det er også værktøjer, som I kan tage ned fra hylden, hvis I mangler inspiration til jeres arbejde eller bare synes, at det er spændende at snuse til. Værktøjerne kan I bruge

enkeltvis eller sammenhængende, som det giver mening for jer.

Der findes ikke en god opskrift på, hvordan valgkampsarbejde kan planlægges eller udvikles, men vi håber, at I kan finde inspiration i værktøjerne.

### Hvis valgkampen var en bil...

Valgkampen kan skæres til, så det passer til jer og jeres tid. Her kommer tre modeller, som I kan overveje. En lille indsats er altid bedre end ingen indsats.

#### Den lille hurtige



Debatindlæg

Opslag på  
Sociale  
medier

#### Den sikre og solide



Kaffemøder

Deltage i  
vælgermøder

Events og uddelings-  
aktiviteter

#### Fuld kraft frem!



Arrangere egen  
vælgermøder

Alliancer og  
ælles udtalelser



## Den lille hurtige

Måske fylder patientstøtteamarbejdet eller andre gode lokale initiativer. Måske har I ikke så mange ressourcer i bestyrelsen i øjeblikket. Hvis tiden er knap, men I alligevel gerne vil udnytte det særlige vindue, en valgkamp er, kan I vælge "Den lille hurtige":

- Tilpas læserbrevsskabelonen, som er vedlagt som bilag 9, og indsend det til en lokal avis.
- Eller del opslagene fra bilag 10 på jeres Facebookside.

En god times arbejde eller to, og I er godt med.



## Den sikre og solide

Hvis I kan mere og vil mere, er "Den sikre og solide" måske noget for jer: Inviter jeres områdekonsulent med til et bestyrelsesmøde.

- Orientér jer bredt i denne vejledning og udvælg nogle lokale politikere, som I skal invitere jer selv til kaffe hos.
- Måske er der også lokale vælgermøder, hvor I kan deltage og stille spørgsmål til kandidaterne.
- Kan I tænke Stafet for Livet eller andre lokale events ind for at skabe synlighed om vores budskaber og dele materialer ud?



## Fuld kraft frem

Den sidste model, sportsvognen, som har "Fuld kraft frem", kræver flere ressourcer. Udover de nævnte aktiviteter i de andre modeller, er der følgende at arbejde med i den store model:

- Her planlægger og arrangerer I selv vælgermøder.
- Måske indgår I alliancer med andre organisationer lokalt for sammen at kunne sætte mere tryk på påvirkningsarbejdet.

Det kræver tid og ressourcer. Men det er sjovt. Og så er det ofte en investering i et netværk og gode kontakter, som I kan drage nytte af fremover.

Hvis I vælger en af de to sidste modeller, vil det være relevant for jer at orientere jer i disse bilag:



Se mere i bilag 2.1:  
Redskaber til processtyring



Se mere i bilag 2.3:  
Skabelon til en kommunikationsplan



Se mere i bilag 2.2: Tidsplan

### 3. Hvem skal vi i dialog med?

Når I udvælger, hvilke kandidater I vil kommunikere eller gå i dialog med, kan det være godt at overveje, hvor indflydelsesrig kandidaten er, hvor interesseret kandidaten er i vores mærkesager og i sundhedsområdet generelt, og om kandidaten har brug for en profil eller mærkesag, som I kan hjælpe med.

Men den lovende, helt nye kandidat kan også være relevant. Måske kan vores budskaber og mærkesager være noget af det, som vedkommende kan slå sig op på.



Se mere i bilag 3: Interessentkort – hvilke kandidater skal vi tage fat i?



Se mere i Politisk Håndbog (på [frivillig.dk](http://frivillig.dk))



# 4. Værktøjskassen



## 4.1. Debatindlæg

Debatindlæg eller læserbrev - et kært barn har mange navne, men dette er et relevant redskab til at nå bredt ud i lokale medier med jeres budskaber. Det er vigtigt, at I er opmærksomme på, hvordan I bruger et debatindlæg, da dette redskab også kan være en måde at sende et bestemt signal på.

Hvis I går i gang med at skrive et debatindlæg, så anbefaler vi, at I har en opmærksomhed på, at:

- **Fange læserens opmærksomhed:** Det er vigtigt, at I skriver debatindlægget på en let og forståelig måde, men også, at I får jeres budskab op øverst i debatindlægget, evt. I overskriften.
- **Sætte et problem til debat:** Hvordan sætter I jeres problem eller budskab til debat på en god måde, uden at I peger fingre ad politikere eller andre beslutningstagere?
- **Tale til hjertet og hjernen:** Det gode budskab eller den gode historie underbygges bedst, hvis I inddrager en case fx en person, som oplever de problemer, som I ønsker løst. Det handler om at få hjertefortællingen frem her – hvad har problemet af betydning for personen?

Det kan I understøtte med fakta, og dermed taler I til hjernen. Husk – et godt debatindlæg er det, som rører noget ved folks følelser.

- **Fremsette et løsningsforslag:** Det anbefales, at I ikke blot udsender et debatindlæg for at skabe en debat, men at I kommer med konkrete løsningsforslag til, hvordan man kan løse problemet eller, at I bruger anledningen til at gøre opmærksom på, at I ønsker en dialog med de relevante beslutningstagere.

Med jeres debatindlæg kan I nå langt ud med jeres budskaber, hvis I bruger det på en god måde. I kan finde eksempler på læserbreve i bilagsmaterialet.



Se mere i bilag 4.1.1: Læserbrevsskabelon, kommunalt læserbrev



Se mere i bilag 4.1.2: Læserbrevsskabelon, regionalt læserbrev (Sjælland, Syd, Midt og Nord)



Se mere i bilag 4.1.3: Læserbrevsskabelon, regionalt læserbrev (Hovedstaden)





## 4.2 Opslag på sociale medier

Sociale medier som Facebook, X (tidligere Twitter) og LinkedIn kan være nyttige redskaber i jeres valgkamp. Her kan I både gå i dialog med politikerne og udbrede jeres budskaber.

Sociale medier er på en særlig måde oplagt til at tale til hjertet. Brug gerne billeder og video, når I deler jeres budskab. Har I holdt møde med en politiker, er det oplagt at dele et billede og "tagge" politikerens.



Se mere i bilag 4.2: Forslag til opslag på sociale medier



## 4.3 Kaffemøder

Et kaffemøde med kandidater til kommunal- og regionsrådsvalget er jeres mulighed for at præsentere politikere for jeres budskab – og inspirere kandidaten til at gøre budskabet til sit eget. Foruden politiske budskaber kan I hjælpe kandidaten med viden, personhistorier og profilering. Og møderne er med til at opbygge en relation, som både I og politikerens også kan trække på senere.

Det gode kaffemøde er uformelt og hyggeligt – men velforberedt, så I skarpt og velargumenteret kan kommunikere, hvorfor I har inviteret, og hvad I vil med mødet. Nysgerrighed og lytten, vilje og evnen til at skære til og ændre kurs undervejs og evnen til at tale til hjertet – og ikke kun til hjernen - er også vigtige kendetegn.



Se mere i bilag 4.3: Dialogguide - gode råd til mødet med kandidaten



Se mere i Politisk Håndbog (på frivillig.dk)





#### 4.4 Deltage i andres vælgermøder

Det er selvfølgelig en mulighed at arrangere sine egne vælgermøder i forbindelse med valgkampen (- se mere om det nedenfor). Men man kan også deltage i nogle af de andre paneldebatter, som lokale medier, uddannelsesinstitutioner eller organisationer mv. arrangerer. De større lokale aviser har ofte et overblik, man kan orientere sig i.

På mødet kan I, når det passer med det tema, som panelet drøfter, tage ordet, præsentere jer med jeres Kræftens Bekæmpelse-titel og spørge paneldeltagerne, hvordan de forholder sig til vores centrale budskaber. Tag gerne udgangspunkt i listen over *Forslag til spørgsmål til paneldebatter* fra bilag 4.4.

Husk, at vi er (kræft-)politiske – men aldrig partipolitiske.

Når I stiller spørgsmål til et vælgermøde, er I med til at sætte vores budskab på dagsordenen. Og måske inspirere paneldeltagerne til at komme med løfter, som de senere kan holdes op på.



Se mere i bilag 4.4: Forslag til spørgsmål til paneldebatter



#### 4.5 Brug forskellige arenaer

Det handler ikke kun om, hvad vi gør – men også hvor vi gør det. Forskellige arenaer kan være med til at give vores budskab mere nerve og nærvær.

Når det drejer sig om at få kandidaternes opmærksomhed for vores sag, kan I fx overveje at arrangere et lyttemøde i forbindelse med kræftrehabiliteringen, hvor politikerne kan høre direkte fra mennesker med senfølger. I kan også inddrage den lokale patientstøttecafé. Eller invitere politikere med på walk'n'talk.

Stafet for Livet eller bytorvet kan være ramme om events, som giver viden om senfølger og indbyder til dialog. I kan også dele flyers ud. Eller bede om forslag til, hvordan vi kan løfte indsatsen for mennesker med senfølger. Det er en god dialogstarter.

I bilag 4.5 finder du et helt katalog af ideer til, hvordan I kan bruge forskellige arenaer for at skabe opmærksomhed om senfølgesagen.



Se mere i bilag 4.5: Brug af forskellige arenaer



#### 4.6 Arrangere egne vælgermøder

I bilagene finder I redskaber til, hvordan I kan gribe planlægningen af jeres egne vælgermøder an. Et vælgermøde er en rigtig god anledning til at sætte et fokus på jeres dagsorden både over for politikere og befolkningen. Vi håber, at I med vejledningen kan komme godt fra start – det er godt givet ud.



Se mere i bilag 4.6: Vejledning  
– egne vælgermøder



#### 4.7 Alliancer og fælles udtalelser

Ved at gå sammen med andre sygdomsorganisationer og patientforeninger kan vi lægge større vægt bag vores budskab. Vi er sværere at komme udenom for by- og regionsråds kandidaterne, hvis vi står sammen med andre.

Samtidig skal man ikke være blind for, at det kræver en vis investering: Fælles møder med samarbejdspartnere, koordinering og afstemning af budskaberne. Og at processerne bliver tungere og længere. Men en positiv sidegevinst er ofte, at man får opbygget et netværk, som man også kan trække på i andre sammenhænge.



Se mere i bilag 4.7: Vejledning til alliancer  
og fælles udtalelser



Patientstøtte & Frivillig Indsats  
Kræftens Bekæmpelse  
Strandboulevarden 49  
2100 København Ø  
Telefon 35 25 75 00

