

Delstrategi for rekruttering til valg

Dokumentinformasjon

Strategien omfatter:	Gjennomføring av rekrutteringsarbeidet og -prosessene til valg
Målgruppe:	VK, SRU, AU og andre som arbeider med rekruttering
Mål i styrende dokumenter:	OM7 og OM8 – OS4 og OS6
Tilknyttet rutiner:	Rutine for urnevalg, rutine for personvalg (inkl innstillingsprosessen), og rutine for rekruttering, rutine for utdeling av priser, fordeler og gaver
Dokumenteier/godkjent av:	/OU-arbeidsgruppa

Dokumenthistorikk

Versjonsnr:	Forfatter:	Dato:	Kommentar:	Godkjent av:
1	OU-arbeidsgruppa	01.07.2022		OU-arbeidsgruppa
2				
3				

1 Hva skal man oppnå?

- 2 Rekrutteringsarbeidet skal medføre at det er et variert utvalg av kompetente og egnede kandidater
- 3 som stiller til valg StInn gjennomfører.
- 4 Rekrutteringsprosessene skal bidra til at man har et variert utvalg studenter, med et balansert utvalg
- 5 av kjønn, bakgrunn, erfaring og utdanning.
- 6 Det er et mål om at så mange kandidater som mulig skal stille sitt kandidatur så tidlig at
- 7 Valgkomiteen rekker å innstille på så mange kandidater som mulig.
- 8 Rekrutteringsprosessen i sin helhet skal bidra til at det er de beste kandidatene som blir valgt til de
- 9 posisjonene de passer best til i, i StInn.

2 Hvordan skal man oppnå det?

- 11 Rekrutteringsarbeidet og -prosessene skal koordineres og ha fokus på helheten. Det er viktig at de
- 12 som arbeider med rekruttering har et bevisst forhold til at tiltaket de driver med er et av mange
- 13 tiltak, og at alle tiltakene skal passe sammen og ikke være motstridende med hverandre.
- 14 Rekrutteringstiltakene kan utøves i flere former og gjennom flere forskjellige kanaler, og de som
- 15 planlegger rekrutteringsarbeidet bør tilpasse budskap og kommunikasjonsform til den enkelte
- 16 kulturen og tiden man opererer i.
- 17 Allikevel skal følgende tiltak alltid gjennomføres hvis det ikke er vesentlige faktorer som gjør tiltaket
- 18 svært utfordrende å gjennomføre:
- 19
 - Koordinert oppsøkende virksomhet

- 20 - Informasjonsarbeid og utlysninger
- 21 - Insentivsystem som belønner de som fullfører vervperioden og som har verv over flere
- 22 perioder

23 Tiltakene kan, og bør, utføres i varierende former. Samtidig skal visuelle aspekter i stor grad være så
24 likt at det er gjenkjennbart for studentmassen, og at man forstår at det er rekruttering til det
25 samme. På denne måten kan tiltakene spille på hverandre hos kandidatene, og kampanjen vil få en
26 større effekt enn summene av tiltakene.

27 2.1 Koordinert oppsøkende virksomhet

28 2.1.1 Headhunting

29 Det som ofte har vist seg å være en av de mest effektive virkemidlene i StInn gjennom tiden har vært
30 oppsøkende virksomhet. Dette er når enkeltpersoner blir direkte utfordret av tillitsvalgte til å stille til
31 valg. Noen vurderer ikke å stille til valg uten at noen har oppfordret de til å gjøre dette først.

32 Det er viktig at dette arbeidet oppleves som genuint av studentene som blir oppfordret til å stille,
33 samtidig som at det er viktig at arbeidet gjøres koordinert slik at det ikke er potensielle kandidater
34 som aldri får en henvendelse. En forutsetning for at dette tiltaket skal fungere er at de som driver
35 rekrutteringsarbeid i god tid før rekrutteringskampanjene starter, har dannet seg et bilde av hvem
36 som vil være gode kandidater til vervene. Det er spesielt viktig at dette gjøres om nøkkelposisjonene
37 i StInn, som for eksempel de forskjellige ledervervene. De som driver rekrutteringsarbeid, bør starte
38 denne prosessen allerede kort tid etter at man har startet en ny periode.

39 Oppsøkende virksomhet kan gjøres på stands, via private meldinger, i velkomsttaler på interne
40 arrangementer, eller i taler og/eller dialog i møte med klasser. Alle metoder bør gjennomføres, men
41 man skal prioritere å gjøre disse oppfordringene i en-til-en-samtaler.

42 Man skal avholde stands på alle studiestedene. Standene skal følge prinsippene som legges i
43 *Delstrategi for profilering*, og målet er at studentene man snakker med på stand skal fylle ut et
44 kandidatskjema der og da.

45 2.1.2 Klasseromsbesøk og samarbeid med fagansvarlige i klasserom

46 Klasseromsbesøk brukes som et supplement til oppsøkende virksomhet og stands for å rekruttere og
47 informere om lokale og sentrale valg. Dette gjennomføres av lokale og/eller sentrale tillitsvalgte
48 etter avtale med emneansvarlige eller faglærere. Klasseromsbesøk bør gjennomføres i klassens time,
49 hvor det er mulig å sette av god tid til å informere og besvare eventuelle spørsmål. Informasjonen
50 som blir gitt skal være relevant og godt gjennomtenkt, og bør ikke overstige 15-20 minutter.

51 På klasseromsbesøk bør klær med StInns visuelle uttrykk benyttes. De tillitsvalgte skal også ta med
52 seg brosjyrer og andre profileringsartikler som kan deles ut til studentene.

53 Det er viktig at det holdes en god og åpen dialog med emneansvarlige og/eller fagansvarlige i
54 forbindelse med rekruttering til valg. Videre bør sentrale tillitsvalgte følge opp dette i relevante fora.
55 Emneansvarlige og fagansvarlige skal ha den informasjonen de trenger til å kunne informere om og
56 videreformidle informasjon fra studentorganisasjonen.

57 2.2 Informasjonsarbeid og utlysninger

58 Selv om oppsøkende virksomhet er viktig, er det her stor sjanse for at man ikke når ut til alle
59 potensielle kandidater til valgene. Det er derfor viktig at man gjør informasjon rundt valgene og
60 hvordan man stiller som kandidater tilgjengelig for offentligheten. Dette skal gjøres i flere kanaler og
61 på forskjellige måter for å nå ut til en større gruppe mennesker.

62 Metodene for å dele denne informasjonen vil ha forskjellige grader av underholdningsverdi, noen
63 tiltak krever at potensielle kandidater oppsøker informasjonen selv, mens andre tiltak i større grad
64 oppsøker kandidatene.

65 I henhold til *Delstrategi for profilering* legges all informasjon ut på nettsiden. Informasjonen legges
66 ut på respektive sider, og deles videre i sosiale medier i håp om at informasjonen i større grad
67 eksponeres for potensielle kandidater.

68 Budskapet skal også deles som plakater, via gangskjermer, brosjyrer og andre kanaler som benyttes i
69 *Delstrategi for profilering*.

70 Innleggene/produktene som lages må tilpasses den kanalen som det publiseres i, som innebærer at
71 man i sosiale medier bør prioritere å produsere videoklipp som inneholder informasjon om hvordan
72 man kan stille til valgene. Videoklipp i sosiale medier er lavterskel for publikum å observere. For å
73 øke sjansen for at publikum husker budskapet bør man gi innholdet underholdningsverdi.

74 2.3 Arrangementer for å skape blest

75 2.3.1 StInn stream

76 For å skape mer oppmerksomhet og ståhei rundt rekrutteringen til valgene som skal utføres av
77 Studenttinget på vårsemesteret, så arrangeres det digitale arrangementet «StInn stream» 1-2 uker
78 før fristen til å stille går ut. Den skal vare mellom 30 og 60 minutter, og sendes via YouTube. Den bør
79 være forhåndsinnspilt for å unngå tekniske problemer under sendingen.

80 Innholdet skal gi all den nødvendige informasjonen om hvilke verv som er ledige, hvordan man
81 stiller, og hvilke frister som finnes. Samtidig skal det også informeres om hva StInn er og gjør, hvorfor
82 en burde ha et frivillig verv, og fordelene med et studentdemokrati. Dette kan komme frem
83 igjennom intervjuer med nåværende tillitsvalgte og autoritetspersoner, og montasjer av StInn-
84 aktiviteter fra det siste året.

85 Planleggingen av StInn streamen bør begynne i januar. En bør samarbeide med HINN og SINN for å få
86 informert studentene om streamen, og eventuelt ha live visning av den på studiestedene. Etter
87 premieren skal videoen av streamen ligge tilgjengelig på StInns YouTube-kanal. Klipp fra streamen
88 bør brukes i informasjonskampanjen på sosiale medier og gangskjermene.

89 2.3.2 Fysiske arrangementer

90 Studentrådsutvalgene skal arrangere fysiske arrangementer der Studentrådsutvalget og
91 Arbeidsutvalget deler programansvaret. Disse arrangementene skal være åpne for alle studenter,
92 ansatte og andre interessenter slik at de får innsikt i StInns virksomhet og politiske arbeid. Disse
93 arrangementene har som hensikt å skape interesse og engasjement for studentdemokratiet og
94 studentpolitisk arbeid. Det skal opprettes en egen side for arrangementet på Facebook, og det skal

95 komme tydelig frem at arrangementet er åpent for alle studenter. Det er viktig at informasjon om
96 åpne StInn-arrangementer er lett tilgjengelig og promoteres godt i StInns kanaler.

97 Debattturneringer er et eksempel på et fysisk arrangement som bør gjennomføres på lokalt nivå. I
98 forkant av debattturneringen skal arrangementet promoteres på StInns kanaler, slik at flest mulige
99 studenter får med seg hendelsen. Slike arrangementer bør gjennomføres etter undervisningstid, slik
100 at flest mulige studenter har mulighet til å delta på arrangementet. Dersom det ikke kan legges til
101 rette for stor fysisk deltakelse bør man vurdere å streame debattturneringen.

102 Her inviteres lokale og sentrale tillitsvalgte, ansatte, politikere eller andre sentrale aktører til debatt,
103 for å skape engasjement rundt (student)politikk gjennom useriøse og morsomme temaer. Det skal
104 ha en underholdningsverdi for publikum. Debattturneringen åpnes først med debatt mellom
105 tillitsvalgte i studentorganisasjonen for å sette stemningen, før debatten åpnes opp for publikum.
106 Hver debatt bør ikke vare noe lengre enn fem minutter.

107 Et annet eksempel er StInn-dag, hvor hvert utvalg står på hver sin stand slik at potensielle kandidater
108 kan bli bedre kjent med hvert enkelt utvalg. Det er her viktig at hvert utvalg stiller med sine
109 tillitsvalgte, så kandidatene kan få en best mulig innføring i arbeidet det gjeldende vervet har.
110 Standene bør være interaktive og skal forsøke å treffe de kandidatene som passer best til vervet.
111 Standene skal være flinke til å sende kandidatene rundt, og bør gi dem tips om hvilke verv de burde
112 oppsøke og høre mer om. Det bør holdes en form for aktivitet med premieutdeling mot slutten av
113 arrangementet for å holde kandidatene på stands så lenge som mulig. Ballongslipp med loddtrekning
114 eller quiz hvor hver stand stiller et spørsmål, er et par idéer.

115 2.4 Insentivsystemet som virkemiddel

116 Nyvalgte tillitsvalgte i StInn får en velkomstpakke med StInn-artikler, slik som beskrevet i Rutine for
117 utdeling av priser, fordeler og gaver. Denne, samt andre frynsegoder som følger med et verv i StInn,
118 kan brukes som en gulrot i rekrutteringen til verv.

119 3 Hvordan operasjonaliseres dette?

120 3.1 Hvem har ansvaret, og hvem jobber med dette?

121 Valgkomiteen og PR- og profileringsutvalget har hovedansvaret for å jobbe med denne strategien.
122 Studentrådsutvalgene og Arbeidsutvalget har arrangøransvar for arrangementene, men PR- og
123 profileringsutvalget har koordineringsansvar.

124 3.2 Prioriteringer i handlingsplaner

125 Det må settes av nok ressurser som gjelder personer og tid til planlegging og gjennomføring av disse
126 arrangementene. StInn-stream er et komplisert prosjekt som trenger minst 6 måneder
127 planleggingstid for at man skal oppnå et godt produkt.

128 Det er også viktig at PR- og profileringsutvalget har et eget kapittel om rekruttering i sin
129 handlingsplan, for å sikre at aktivitetene og tiltakene gjennomføres på en helhetlig måte.

130 **3.3 Relevante enkelttiltak**

131 Det er viktig at Valgkomiteen benytter enhver anledning til å oppsøke og følge opp aktuelle
132 kandidater til sentrale verv i organisasjonen, samt råd og utvalg. PR- og profileringsutvalget skal
133 utlyse, informere og promotere på nettsiden og sosiale medier.

134 Det skal arrangeres debattturnering, StInn-stream og StInn-dag. Det skal også gjennomføres
135 klasseromsbesøk.

136 StInn skal ha et Incentivsystem som belønner de som fullfører vervperioden og som har verv over
137 flere perioder. Velkomstpakke med StInn-artikler deles ut til nyvalgte tillitsvalgte, og andre
138 frynsegoder som følger med vervet.

139 **3.4 Budsjettprioriteringer**

140 I arbeidet med rekruttering til valg skal det settes av penger til StInn-stream og andre fysiske
141 arrangementer (f.eks. debattturneringer), samt velkomstpakke med StInn-artikler til nyvalgte
142 tillitsvalgte i StInn. Det bør også settes av midler til at Valgkomiteen kan reise og besøke
143 studiestedene, for å promotere og rekruttere til sentrale valg.

144 Det er også viktig at man setter av nok penger til reise for å gjennomføre tiltakene