For præcis 2 måneder og 4 dage siden var der fuld gang i valglokaleme ude over hele landet. Klokken 20 lukkede valgstederne. Og så begyndte en valgaften, der i den grad blev mere tæt og spændende, end selv de mest optimistiske medier og kommentatorer havde forventet.

Kun få mandater afgjorde, at rød blok kunne danne regering. Socialdemokraterne fik det dårligste valg i 100 år og Socialistisk Folkeparti endte under 10 % og det endda efter en valgperiode, hvor de i størstedelen af perioden stod til massiv fremgang.

Med 26,7 % af stemmerne og en fremgang på 1 mandat fik Venstre et bedre valg end i 2007 - og for 10. år i træk er Venstre Danmarks største parti. Det er et imponerende flot resultat i betragtning af de mange års regeringsansvar.

Det er samtidig vigtigt at huske udgangspunktet. Må jeg minde om, at midt i marts måned - her i år - var der meningsmålinger, hvor Venstre var under 20 % af stemmerne. Og ja, selv i de målinger, der blev offentliggjort på valgdagen, var der ingen, der var i nærheden af at give fremgang til Venstre.

Når det alligevel gik, som det gik, så skyldes det i høj grad Venstres kampagne.

Kampagne gennem et helt år

En kampagne, der har været planlagt længe. Og som i hele det år, der er gået, siden vi sidst var samlet til landsmøde, er blevet foldet ud som én lang kampagne.

Allerede umiddelbart efter landsmødet sidste år begyndte vi at annoncere. Med målrettede budskaber udvalgte vi nøje de medier, som vi annoncerede i. Der var f.eks. annoncer om folkeskole, den nye 24-års regel og de mange skattestigninger i S og SFs økonomiske politik.

I statsministerens nytårstale lørdag den 1. januar 2011 lancerede Venstres formand Lars Løkke Rasmussen som bekendt tankerne om en tilbagetrækningsreform. I den forbindelse gennemførte Venstre een af de største kampagner uden for en valgkamp, som vi nogensinde har gennemført.

Der var massiv annoncering både før og efter nytårstalen - i dagblade, lokalaviser og elektronisk. Der var telefonmøde for Venstres Hovedbestyrelse og kandidater lørdag den 1. januar - indkaldt med få timers varsel. Og Venstres kandidater gik på gaden med løbeseddel-aktioner overalt i landet.

Vi satte helt nye standarder for aktualitet. De netbaserede bannerreklamer, hvor Lars Løkke Rasmussen i videoform beskrev behov for reformer, skiftede indhold til det nye konkrete budskab i samme sekund lørdag aften, hvor talen blev holdt.

På samme måde blev Venstres hjemmeside opdateret på minuttet, og der var i tusindvis af folk, der var inde og se på Venstres hjemmeside. Det er nogen flere, end vi er vant til en lørdag aften på årets første dag.
Den store opmærksomhed forud for talen bevirkede, at 1,8 mio. danskere så nytårstalen. Det er 300.000 flere end normalt. Og dermed et seertal helt på højde med en X-factor finale eller en vigtig fodboldlandskamp. Og jeg tror roligt, Venstre kan tage den største del af æren for det høje seertal.
Nytårstalen satte dagsorden og flyttede fokus over på økonomisk ansvarlighed. Vi fik derved sat et fokus, der er blevet fastholdt i hele perioden op til valget, under valget og efter valget. Økonomisk ansvarlighed blev det afgørende tema for de fleste danskere.
Foråret blev brugt på at forhandle en stribe forlig på plads, herunder ikke mindst tilbagetrækningsreformen. Claus Hjort Frederiksen ydede en formidabel præstation og landede aftaler om den ene store reform efter den anden. Derved blev det sikret, at der var troværdighed bag vores økonomiske politik. Det var ikke bare smarte overskrifter og løse tanker. Vores reformer byggede på konkrete aftaler, der havde flertal bag i Folketinget.
Efterhånden som arbejdet skred frem i løbet af foråret, fulgte vi op med annoncering. Og i perioden op til sommerferien udvidede vi annonceringen med personlige klummer, hvor Venstres formand gav udtryk for sin holdning til en række centrale emmer.
Samtidig brugte vi foråret til at få hele Venstres organisation op i gear. Der har været møder og seminarer i et enormt omfang. Kandidatbestyrelser og folketingskandidaterne har pudset og pudset og finjusteret de lokale kampagneplaner. Der er blevet bestilt materialer og forberedt plakatophængning, så det var en fryd at følge.
Det har været en fantastisk oplevelse at se, at når vi sendte mail ud til folketingskandidaterne med tilbud om at få løbesedler med et aktuelt indhold - så gik der kun få minutter, får bestillingerne tikkede ind.
Jo, allerede i foråret var hele Venstres store organisation i højeste beredskab. Der blev sovet med støvlerne på.
Bag Facaden
Efter sommerferien var det igen Venstre, der satte dagsordenen i den politiske debat.

Først med Venstres sommergruppemøde på Bornholm og umiddelbart derefter med kampagnen Bag Facaden.
Jeg vil gerne sige et par ord om baggrunden for denne kampagne. Gennem nogen tid havde vi i Venstre oplevet, at den økonomiske debat sjældent nåede særligt dybt. Når Venstre og de konservative fremlagde fuldt finansierede og gennemtænkt reformer og planer, så kunne oppositionen nøjes med et par smarte overskrifter, lidt sort snak og så et par stærkt forskønnede beregninger fra Arbejderbevægelsens Erhvervsråd. ”Hvor skal pengene komme fra” tordnede Claus Hjort Frederiksen. Og oppositionen hidsede sig op og lod som om de blev fly forbandet over, at vi kunne finde på at påstå, at deres økonomiske politik ikke hang sammen.
Med kampagnen Bag Facaden ønskede vi at sætte fokus på, hvad oppositionens luftige planer egentlig ville komme til at betyde for helt almindelige mennesker.
Og ja, hvis man virkelig skal trænge igennem, så kan det være nødvendigt at slå på hvepseboet med en kæp - og vi brugte en tilstrækkelig stor kæp til, at kampagnen i den grad slog igennem.
Og hvad gik kampagnen så egentlig ud på? Jo, vi spurgte såmænd bare ind til, hvad meningen med Helle og Villys plan egentlig var. Og hvad den ville betyde for den enkelte dansker.
Hvorfor skulle f.eks. 978.824 danskere betale ekstra i skat, bare fordi de går op i deres egen og familiens sundhed og har tegnet en sundhedsforsikring?
Hvordan ville S og SF sikre tryghed og velfærd ved at forøge gælden med mange, mange mia.?
Hvorfor skulle nordjyderne betale 49,7 mio. kr. ekstra om året i flyafgift for at flyve ud af Nordjylland?
Hvorfor skulle unge betale op til 170.000 kr. tilbage, hvis de ønskede at tage til udlandet efter endt studie?
Eller hvorfor skulle de, der arbejder i København, betale over 18.000 kr. om året for at passere betalingsringen - blot for at passe deres arbejde?
Vi valgte at stille en række helt naturlige spørgsmål, som vi syntes befolkningen havde krav på at få svar på, inden vi nåede frem til valgdagen.
Og vi valgt samtidig at gå målrettet til værks. Således stillede vi f.eks. spørgsmål om uddannelsespant i de medier, som unge studerende bruger, spørgsmål om flyafgift i Nordjylland i de nordjyske medier og spørgsmål om betalingsringen i

hovedstadsområdet.
Reaktionerne var på sin vis tankevækkende og afslørende. For virkeligheden var, at oppositionen slet ikke havde gennemtænkt deres egne forslag. På grund af vores kampagne forsøgte man f.eks. på få dage at komme med svar om betalingsringen. Man lancerede et forslag, hvor det ganske vist ikke ville koste 18.000 kr. årligt for en helt almindelig dansker at komme på arbejde, men kun 13.400 kr. om året. Det rettede vi så naturligvis i vores kampagne - men jeg tror, mange var enige med os i, at det er fortsat rigtig mange penge at betale bare for at køre på arbejde. Nu er S og SF så kommet i regering. Og nu er vi tilbage ved start. Ingen ved, hvad det kommer til at koste den enkelte dansker. Transportministeren vil nemlig kun sige, at betalingsringen skal give 2 mia. i kassen og at den skal vedtages, inden Folketinget går på sommerferie.
Spørgsmålet om flyafgift fandt man hurtigt ud af, alligevel ikke skulle omfatte Bornholm. Og så blev socialdemokraterne i Nordjylland sure over, at Aalborg ikke blev undtaget.
Og uddannelsespanten skulle jeg hilse og sige, at mange Socialdemokrater og folkesocialister havde det rigtig, rigtig svært med ude på de mange debatmøder på gymnasier og andre uddannelsesinstitutioner.
Reaktionen viste med al tydelighed, at når man så bag ved facaden på oppositionens forslag, så var der ingen sammenhæng. Det hele var smarte reklameslogans og urealistiske finansieringskilder. Det var kejserens nye klæder. Og Bag Facaden kampagnen var den stemme, der afslørede bluffnummeret.
Der er ingen tvivl om, at Bag Facaden kampagnen var med til at sætte et kolossalt stort præg på den efterfølgende valgkamp. Det var temaerne fra Bag Facaden kampagnen, der satte dagsordenen i valgkampen. Og det var Bag Facaden kampagnen, der afslørede bluffnummeret og den hulhed i oppositionens økonomiske politik, der i høj grad banede vejen for S og SFs katastrofalt dårlige valgresultat.
Bag Facaden kampagnen vil gå over i historien som én af de politiske kampagner, der har udløst de største ændringer i det politiske landskab. Det kan vi kun være stolte af.
Valget
Fredag den 26. august blev folketingsvalget så udskrevet til afholdelse torsdag den 15. september. Og 20 dages hektisk valgkamp tog sin begyndelse.

I Venstre var vi godt forberedt. Vi ville føre en kampagne, der var seriøs, menneskelig, moderne og ægte. Og vi ville være fokuserede, målrettede og fleksible. Og så ville vi kunne reagere lynhurtigt efterhånden som valgkampen skred frem. Det betød især meget i valgkampens hektiske slutspurt.

Og det lykkedes i den grad.

Vi kørte en valgkamp med Venstres politik som hovedspor og en række sidekampagner målrettet forskellige politiske og vælgermæssige segmenter.

Venstre førte vel nok den mest målrettede, fleksible og differentierede politiske kampagne nogensinde her i landet. Det betyder bl.a., at der ikke er nogen, der bare tilnærmelsesvis har set Venstres fulde kampagne. Men det betød også, at vi nåede ud til over 80 % af alle landets vælgere - det vil sige over 3,2 mio. danskere - på mindst 4 forskellige måder i løbet af valgkampen.

Vi brugte hele paletten af platforme og virkemidler til at føre kampagne.

Vi valgte at lægge annoncemæssigt massivt fra land. Med dagbladsannoncer, dobbeltopslag og omslag. Da pengene jo ikke er uendelige, så gearede vi ned i midten af valgkampen - for så igen at give fuld skrue i valgkampens slutspurt og især på selve valgdagen.

Vi valgte stil og tone afhængig af det politiske indhold. F.eks. med store politiske annoncer med Venstres formand som afsender. Men også ved f.eks. at fortsætte Bag Facaden stilen, når vi stillede spørgsmål til S og SF. Og vi havde endda en helt særlig annonce henvendt til Politikens læsere.

Lynhurtig reaktion

På nettet foldede vi ligeledes Venstres politik ud. Og ikke mindst brugte vi nettet til at være aktuelle og målrettede. Vi havde bygget et system op, så vi selv kunne styre samtlige vores intemet- annonceringer og selv skifte bannerannoncer på minutter, når der var behov for det.

Må jeg bare give et enkelt eksempel:

Som I kan huske, så gav Lars Løkke Rasmussen under én af tv-duellerne Helle Thorning en gul seddel med nogle ting, hun burde huske på. Det system, som vi havde bygget op, gav os mulighed for blot minutter efter den gule seddel var blevet overrakt, at ændre alle vores bannerannoncer på nyhedsmediernes hjemmesider, så de viste den gule seddel og budskabet bagved. Og så blev budskabet i øvrigt også spredt via Facebook med en hast, der fik netforbindelserne til at gløde. Ved at være

superaktuel og bruge mange platforme, fik vi en kolossal gennemslagskraft i vores politiske kommunikation.
Vi brugte naturligvis også en række traditionelle kampagnemidler. I hvert fald dem, der virker. Vi producerede en valgpjece i et kæmpe oplag og seks mærkesagspjecer, der nøje beskrev, hvad Venstres politik gik ud på. Vi brugte dagbladsannoncer og outdoor i den udstrækning, muligheder
og pengepung tillod det. Og der blev hængt plakater op. Mange plakater. Vi kom over 100.000 ophængte plakater. Og vi gav det særlig prioritet, fordi vi ved, det virker.
Differentieret og målrettet
Som sagt førte Venstre vel nok danmarkshistoriens mest differentierede og målrettede valgkampagne. En kampagne skræddersyet til at kommunikere målrettet til forskellige målgrupper, de rigtige steder, på de rigtige tidspunkter.
I Nordjylland optrådte Christian Mejdahl, flankeret af Bertel Haarder og Hans Chr. Schmidt, f.eks. som afsender på en annonce om det positive i lempelsen af Planloven, der har stor betydning for en række nordjyske kommuner.
I Sønderjylland kunne man på nettet se Venstres efterlysning af svar på, hvad konsekvenserne for det sønderjyske område ville være af S og SFs forslag om en flyskat.
På Facebook og MSN blev der annonceret til førstegangsvælgere med mulighed for at se film og budskaber med fokus på uddannelse og forskning.
Sådan målrettede vi budskaberne i forhold til indhold og målgrupper.
Venstre mødte danskerne i valgkampen
Men annoncering gør det ikke alene. Den personlige kontakt er utrolig vigtig. Venstres kandidater var massivt til stede ude blandt danskerne og vælgerne. På gader og torve, ved møder og debatarrangementer, ved at ringe på døre og besøge folk.
Ind i mellem de store tv-dueller og partilederrunder, var Lars Løkke Rasmussen også rundt i hele landet på valgkampstumé. Lars nåede flere end 46 besøg, hvor han gav sig tid til at tale med danskerne og svare på deres spørgsmål. På skoler, på gader, på udstillinger, på møder og i aviser. Når Venstres formand kom på besøg, så blev der ikke bare delt blomster ud og taget billeder. Så blev der talt og lyttet til de ting, som folk er optaget af.
Kristian Jensen gennemførte ligeledes en landsdækkende valgkampstumé, hvor

Venstres folketingskandidater fik tilbudt besøg og fik opbakning fra Venstres næstformand. Samlet set nåede Venstres formand og næstformand i løbet af valgkampen 90 kampagnebesøg ud over hele landet.
Godt gået på bare 20 dages kampagne.
Involverende og nytænkende
De sociale medier fik deres gennembrud ved dette folketingsvalg. Venstre havde i valgkampen fokus på at involvere vælgere og Venstre-støtter gennem de sociale medier. Særligt Facebook blev brugt aktivt i kampagnen. Og Venstre var eet af de partier, der var allermest aktive på Facebook.
Ved at integrere Facebook i den omfangsrige kampagne på nettet, og særligt på nyhedsmediernes hjemmesider, lykkedes det Venstre at involvere mange vælgere, der ellers ikke var en del af Venstres kampagne. Flere end 200.000 danskere fik således tilsendt en af Venstres mærkesager elektronisk fra én af deres venner. Og over 800 helt almindelige danskere fortalte gennem Facebook applikationen ”Jeg stemmer Venstre fordi”, hvorfor netop de stemte på Venstre. En del af disse blev brugt i Venstres præsentationsvideo på Danmarks Radio og i bannerannoncering på nettet.
Derved blev der skabt en helt ny sammenhæng mellem sociale medier, bannerannoncering på de store nyhedssider på nettet og de lidt mere traditionelle kampagneformer.
Også her satte Venstre helt nye standarder.
Valgkamp helt til stregen
Vi ved, at rigtig mange vælgere er i tvivl og først tager endelig stilling i de allersidste dage i valgkampen - ja, ofte endda først, når de står inde i stemmeboksen og krydset skal sættes. Vi havde derfor tilrettelagt en kampagne, der i særlig grad skulle hjælpe de mange tvivlere med at sætte krydset. Og vi gjorde det ved at respektere deres tvivl og samtidig lægge vægt på det, der betyder noget.
I valgets slutfase henvendte Lars Løkke Rasmussen sig derfor gennem avisannoncer og film på nettet direkte og personligt til de mange tvivlere. Se lige med her:
/valgfilm - det er sundt at være i tvivl/
... sikre et samfund, hvor vi også fremover har råd til alt det, der betyder noget! Det var hovedbudskabet til de mange, der var i tvivl. Og da valgdagen oprandt og mange stod inde i stemmeboksen, så var det præcist, hvad de gjorde. De valgte til sidst at

stemme på dem, der også fremover vil sikre, at vi har råd til alt det, der betyder noget. De valgte at stemme på Venstre, og det banede vejen for Venstres fremgang.
Og så betød det også noget, at vi denne gang førte valgkamp helt frem til valgsteder lukkede den 15. september kl. 20. Så længe der var vælgere, der ikke havde afgivet deres stemme, så fortsatte vi i Venstre med at føre valgkamp. Det skete med massiv annoncering i aviser og på nettet. Og samtidig var hele Venstres organisation ude på gader og stræder for at møde vælgerne. Alene Venstres ministre havde godt 40 arrangementer på valgdagen. Man kunne bl.a. vinke til Peter Christensen på vejen mellem Aabenraa og Sønderborg, hvor han stod på vogne med kæmpebannere og ønskede god valgdag. Eller man kunne få en speed-date med Gitte Lillelund Bech foran valgstedet.
I København blev der iværksat en særlig aktion på valgdagen mod betalingsringen. Medlemmer, VUere, kandidater og medarbejdere stod på selve valgdagen på 13 store indfaldsveje og flere steder i omegnskommunerne med plakater på pinde for at give myldretidstrafikanteme det sidste budskab med på vejen til stemmelokalet: ”Nej til betalingsringen. Stem Venstre.”
Jo, der blev kæmpet til det sidste. Vi gjorde alle spådomme til skamme og sikrede Venstre en fremgang og et ekstra mandat.
Vi kan være utrolig stolte af Venstres kampagne. Det var helt enestående at se den enighed og fælles kampvilje, der kendetegnede Venstres kandidater, organisationsfolk, folkevalgte og frivillige under hele valgkampen.
En ekstra stor tak til Venstres Ungdom. I var bare så gode denne gang. I kløede bare på og skabte opbakning og begejstring. Til det indledende valgrally i København, til debatmøder ud over hele landet og til det store arrangement i Fredericia den sidste lørdag før valget. Tusind tak til alle jer i VU for en fremragende indsats.
Der er i det hele taget grund til at rette en varm tak til alle i Venstre for en imponerende flot indsats og opbakning gennem hele valgkampen.
Jeg oplevede denne gang en disciplin og en opbakning, som jeg aldrig nogensinde før har mødt.
Alle trak med - og alle ydede det optimale på hver deres områder. Kandidaterne, ministrene, kandidatbestyrelser, Venstres folkevalgte og organisationsfolk, Venstres ansatte på Christiansborg og i Søllerød. Der var ikke så meget pjat og ballade. Alle ydede det optimale og trak på samme hammel.

Formanden i særklasse

Venstre førte en fantastisk kampagne. Og det var en kæmpe oplevelse og fornøjelse at opleve, hvordan hele Venstre stod sammen og kæmpede skulder ved skulder.

Der er dog en enkelt, som jeg synes, vi her i dag på Venstres landsmødet bør rette en særlig tak til.

En person, som mere end nogen anden kæmpede og kæmpede helt frem til målstregen. Og en person som med sit personlige engagement, sit menneskelige væsen og ægthed og ikke mindst sin politiske troværdighed - om nogen - har æren for, at Venstre fik fremgang og kom styrket ud af valget.

Kære Lars Løkke. Du fik os til at være stolte af at være Venstrefolk. Vi skylder dig stor tak.

Nye medlemmer

Venstre fik et flot valg. Og det gjorde vi ikke mindst, fordi vores mange medlemmer og vælgerforeninger var utrolig aktive.

Valgkampen gav Venstre mange nye medlemmer. Både under og særligt efter valgkampen har tusindvis af danskere meldt sig ind i Venstre for at markere deres støtte til vores politik og vores formand. Og det er ikke slut endnu. Venstre oplever fortsat opbakning og medvind - og det gælder om at bruge dette til at få endnu flere medlemmer.

Jeg vil derfor opfordre jer alle og alle de andre aktive i jeres foreninger til at være synlige i den kommende tid. Kom ud på gader og torve. Vær med på julemarkeder og andre steder, hvor der er mange mennesker i den kommende tid.

Vi modtager meldinger fra alle dele af landet, der viser, at alene Venstrefolks tilstedeværelse får folk til uopfordret at melde sig ind i Venstre i ønsket om, at den nuværende regering kun bliver en overgangsregering. Derfor skal vi være synlige - og husk. Det handler bare om at turde spørge: Vil du være medlem af Venstre?

Og er du i tvivl om, hvem du skal spørge, ja så viser meningsmålingerne i øjeblikket, at det er ret enkelt - man skal bare spørge hver tredje, man møder!

De mange nye medlemmer er en styrke, men de er også et stort ansvar for både landsorganisationen og Venstres mange lokale vælgerforeninger. I Venstre er det nemlig vælgerforeningerne, der er omdrejningspunktet for medlemskabet. Det betyder, at det er i vælgerforeningerne, I skal sikre, at der bliver taget godt imod de mange nye medlemmer. En god velkomst er den bedste måde at sikre, at

medlemmerne fortsætter, bliver aktive og dermed bliver en styrke frem mod bl.a. kommunalvalget i 2013, Europa-Parlamentsvalget i 2014 og folketingsvalget senest i 2015.

Landsorganisationen har ekstraordinært taget initiativ til at invitere de nye medlemmer til et møde med et lokalt folketingsmedlem og enten den politiske ordfører eller gruppeformanden i Venstres folketingsgruppe. Møderækken er i fuld gang. Men allerede nu kan vi mærke, at nogle medlemmer efterspørger en mere aktiv modtagelse fra deres lokale vælgerforening. Mange medlemmer har fået en god velkomst og er meget tilfredse. Jeg vil opfordre til, at alle vælgerforeninger vil sikre, at de nye medlemmer personligt bliver budt velkommen i Venstre.

Til slut

15. september sluttede danmarkshistoriens foreløbige længste periode med en Venstre-ledet regering. Vi har rigtig, rigtig mange politiske resultater at være stolte af. Mere valgfrihed. Store reformer. Økonomisk ansvarlighed.

Nu begynder så en periode som opposition. Venstre vil være kontant og konstruktiv. Og vi vil stå klippefast på, at det ikke skal blive dyrere at være dansker.

Venstre gik frem ved valget den 15. september. Vi kan være stolte i Venstre. Og kampen for at generobre regeringsmagten er allerede begyndt.