



Running for Office

Political Participation of LGBTI
Persons in the Western Balkans

September 2015

www.KarakoyunStrategies.com



www.KarakoyunStrategies.com



kwilfore





Eurasia

*Ukraine, Georgia, Belarus,
Russia, Moldova*

Middle East/Central Asia

*Saudi Arabia, Kuwait, Egypt,
Afghanistan, Turkey*

Increasing
women's
political
participation

Grassroots
organizing for
political parties,
elections, and
civic activists

Polling, research
and strategic
communications

Western Europe

*Sweden, Finland, Spain,
Netherlands*

Balkans

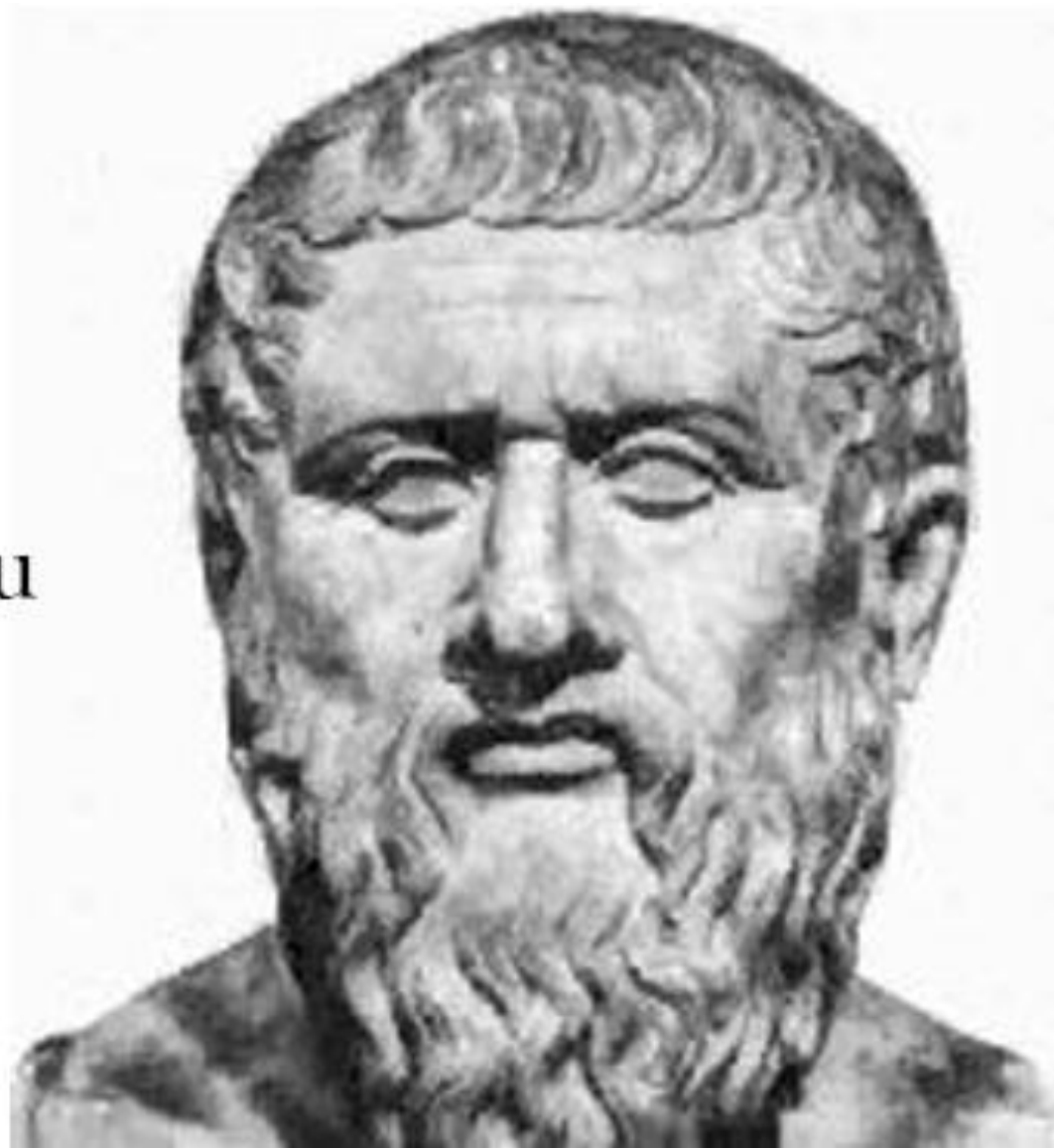
Albania, Serbia, Kosovo



What is Power?

One of the
penalties for
refusing to
participate in
politics, is that you
end up being
governed by your
inferiors.

Plato



Considerations for Running

Specific to being LGBTI

Considerations: LGBTI candidates

- **Risk factors**
 - To your well being
 - Your safety and security
 - Your family and friends

Openly LGBT people being visible in society affects societal attitudes toward homosexuality, bisexuality, and the transgender community on a wider level.

One commonly cited example is Harvey Milk, the first openly gay person to be elected to political office in California, becoming the most visible LGBT politician in the world in the 1970s after decades of resistance to LGBT people by mainstream culture. Milk encouraged LGBT people to come out during his speeches. As a result of his work and assassination along with San Francisco mayor George Moscone, thousands of ordinary people did. In 2002, Milk was called "the most famous and most significantly open LGBT official ever elected in the United States".



A CONGRESS OF FIRSTS

The 113th Congress will be the most diverse in US History.
A look at some of the new faces of our federal government.

LGBT

FIRST BISEXUAL REPRESENTATIVE

FRESHMEN LGBT CONGRESSPEOPLE

FIRST LGBT CONGRESSMAN OF COLOR

RACE

ASIAN-AMERICAN CONGRESSPEOPLE

AFRICAN-AMERICAN CONGRESSPEOPLE

LATINO CONGRESSPEOPLE

 <small>REP. SEAN MALONEY DEMOCRAT, NY</small>	 <small>REP. MARK POCAN DEMOCRAT, WI</small>	 <small>SEN. TAMMY BALDWIN DEMOCRAT, WI</small>	 <small>REP. KYRSTEN SINEMA DEMOCRAT, AZ</small>
 <small>REP. DONALD PAYNE JR. DEMOCRAT, NJ</small>	 <small>REP. STEVEN HORSFORD DEMOCRAT, NV</small>	 <small>REP. MARC VEASEY DEMOCRAT, TX</small>	 <small>REP. MARK TAKANO DEMOCRAT, CA</small>
 <small>REP. HAKEEM JEFFRIES DEMOCRAT, NY</small>	 <small>REP. JOAQUIN CASTRO DEMOCRAT, TX</small>	 <small>REP. RAUL RUIZ DEMOCRAT, CA</small>	 <small>REP. MICHELLE LUJAN-GRISHAM DEMOCRAT, NM</small>
 <small>REP. FILEMON VELA DEMOCRAT, TX</small>	 <small>REP. PETE GALLEGO DEMOCRAT, TX</small>	 <small>REP. JUAN VARGAS DEMOCRAT, CA</small>	 <small>REP. JOE GARCIA DEMOCRAT, FL</small>
 <small>SEN. TED CRUZ* REPUBLICAN, TX</small>	 <small>REP. GLORIA NEGRETE MCLEOD DEMOCRAT, CA</small>	 <small>REP. TONY CARDENAS DEMOCRAT, CA</small>	 <small>REP. AMI BERA DEMOCRAT, CA</small>
 <small>REP. TULSI GABBARD DEMOCRAT, HI</small>	 <small>REP. GRACE MENG DEMOCRAT, NY</small>	 <small>REP. MARK TAKANO DEMOCRAT, CA</small>	 <small>SEN. MAZIE HIRONO DEMOCRAT, HI</small>

*AMI BERA LEADS HIS RACE THOUGH
IT HAS NOT BEEN CALLED YET.

WOMEN

 <small>REP. TULSI GABBARD DEMOCRAT, HI</small>	 <small>SEN. MAZIE HIRONO DEMOCRAT, HI</small>	 <small>REP. GRACE MENG DEMOCRAT, NY</small>	 <small>REP. JACKIE WALORSKI REPUBLICAN, IN</small>	 <small>SEN. HEIDI HEITKAMP DEMOCRAT, ND</small>	 <small>REP. KYRSTEN SINEMA DEMOCRAT, AZ</small>
 <small>REP. SUZAN DILBENE DEMOCRAT, WA</small>	 <small>REP. ANN KIRKPATRICK DEMOCRAT, AZ</small>	 <small>REP. ELIZABETH ESTY DEMOCRAT, CT</small>	 <small>SEN. DEB FISCHER REPUBLICAN, NE</small>	 <small>REP. DINA TITUS DEMOCRAT, NV</small>	 <small>SEN. ELIZABETH WARREN DEMOCRAT, MA</small>
 <small>REP. SUSAN BROOKS REPUBLICAN, IN</small>	 <small>SEN. TAMMY BALDWIN DEMOCRAT, WI</small>	 <small>REP. CAROL SHEA-PORTER DEMOCRAT, CA</small>	 <small>REP. ANN KUSTER DEMOCRAT, NH</small>	 <small>REP. MICHELLE LUJAN-GRISHAM DEMOCRAT, NM</small>	 <small>REP. ANN WAGNER REPUBLICAN, MO</small>
 <small>REP. CHERI BUSTOS DEMOCRAT, IL</small>	 <small>REP. GLORIA NEGRETE MCLEOD DEMOCRAT, CA</small>	 <small>SEN. TAMMY DUCKWORTH DEMOCRAT, IL</small>	 <small>REP. JOYCE BEATTY DEMOCRAT, OH</small>	 <small>REP. LOIS FRANKEL DEMOCRAT, FL</small>	 <small>REP. JULIA BROWNLEY DEMOCRAT, CA</small>

AGE

BORN IN THE 1980.

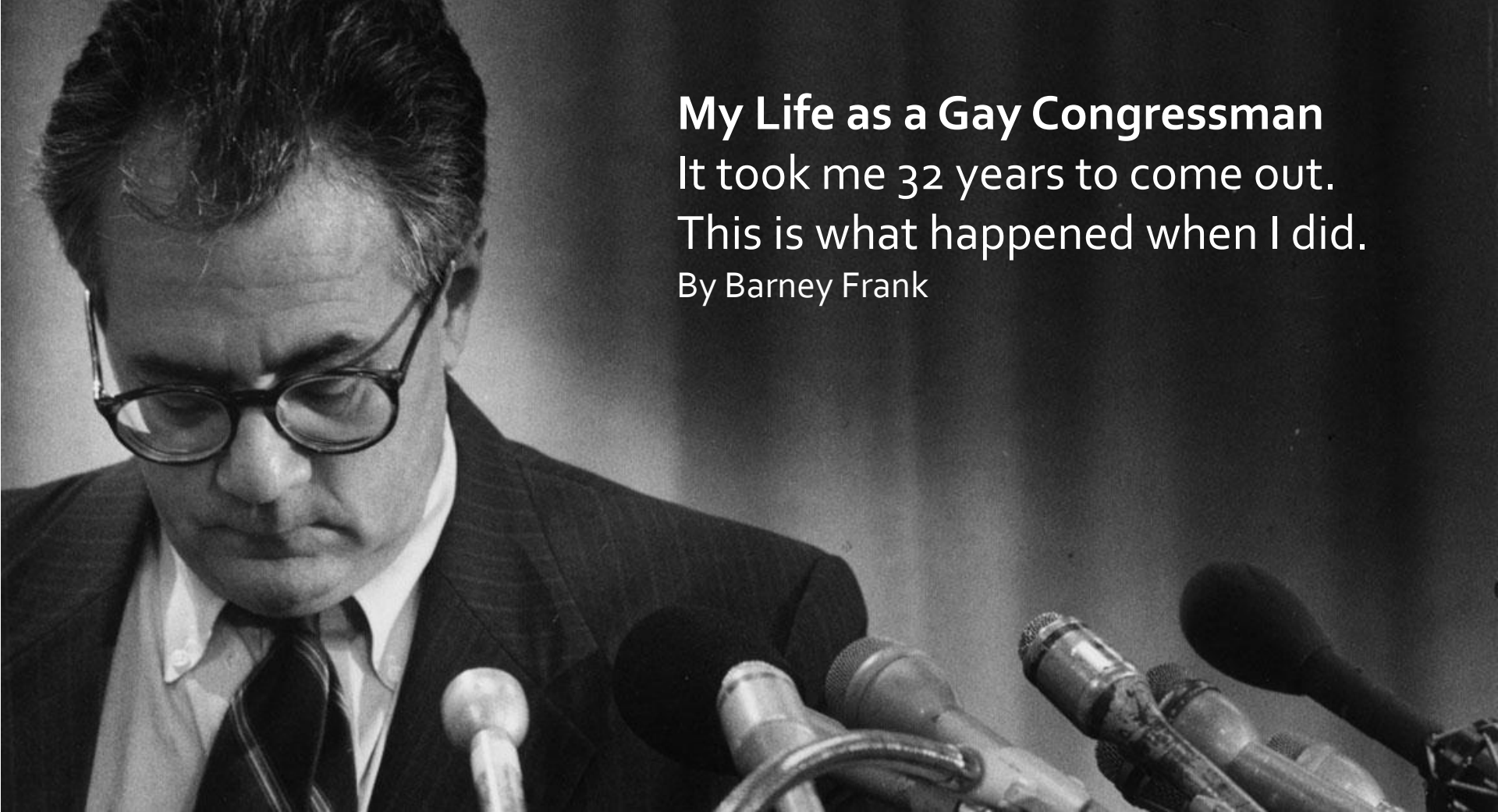
 <small>REP. JOSEPH KENNEDY DEMOCRAT, MA</small>	 <small>REP. PATRICK MURPHY DEMOCRAT, FL</small>
 <small>REP. TULSI GABBARD DEMOCRAT, HI</small>	 <small>REP. ERIC SWALWELL DEMOCRAT, CA</small>

RELIGION

 <small>REP. KYRSTEN SINEMA DEMOCRAT, AZ</small>	 <small>SEN. MAZIE HIRONO DEMOCRAT, HI</small>
 <small>REP. TULSI GABBARD DEMOCRAT, HI</small>	 <small>REP. AMI BERA* DEMOCRAT, CA</small>

- FIRST BUDDHIST SENATOR**
- FIRST HINDU REPRESENTATIVES**
- ONLY NON-THEIST**

**THINK
PROGRESS**



My Life as a Gay Congressman

It took me 32 years to come out.
This is what happened when I did.
By Barney Frank

Read
more: <http://www.politico.com/magazine/story/2015/03/barney-frank-life-as-gay-congressman-116027#ixzz3lpwkdfJk>

Considerations: LGBTI candidates

- **Be open.** If you can't connect with people in a real tangible way, you should not be running for office. Successful LGBTI candidates are willing to talk to people about who they love and be open about it. If you let people into your life, you develop a level of connection that all candidates should envy.
- **Be honest.** The honest politician in some places might not seem to exist, but if you are willing to share with people and bring them into your life, you are more likely to be honest about what is going on in your city government or Parliament, about issues that people care about. It's this honesty that we need more of from elected officials.

Come up with answers to questions you may be asked

- “How long have you been gay?”
- “How long has your family known?”
- Bring it back to what the public can agree on,
*Despite deep prejudice and stereotypes
violence is not acceptable and if MADE
KNOWN, boosts empathy!*

Considerations for Running

In General

GETS BORED IN MID-LIFE

FUCK IT I'LL RUN FOR OFFICE

quickmeme.com

Self Assessment

- Does your family support you?
- *Are you willing to ask friends and family for help?*
- Do you have potential negatives?
- Are you qualified?

Time to build a connection with the public

The average LGBT candidate in the US is on their second or third career. They have much to offer their community, and have already served their community in various ways prior to getting elected.



Self Assessment

- **What are your strengths and weaknesses?**
- **Do you have a public profile?**
- **What is your motivation for running?**
 - Has a particular issue spurred you to action?
 - Do you want to achieve specific outcomes for your community?
 - Do you have aspirations for higher office?
 - Understanding your own motivations will help you determine which political opportunity is your best, and ultimately help you define your message.

In the rest of Europe...

- **Can you raise the money you need to win?** Make a list of every person you will ask for money and assign a dollar amount you assume they will give. Include funds you can reasonable expect from interest groups, your local party, and community organizations that will support you. Can you see your way to raising the money you'll need to win? If not, reexamine your list or reconsider your options.

THE CAMPAIGN WORKSHOP

ARE YOU READY TO RUN?



NEXT STEP: FIND THE BEST OPPORTUNITY FOR YOU TO WIN!

BEST OF LUCK! IF YOU HAVE ANY OTHER QUESTIONS ABOUT RUNNING FOR OFFICE, CONTACT US.

THE CAMPAIGN WORKSHOP
BUILDING BETTER CAMPAIGNS

Campaign Phases

Three Main Phases of Elections

Phase 1: Pre-election Phase

Begins when the candidate decides to run—
Ends when campaign is officially called.

A time to:

- Build your plan and organize team
- Get out your message through related voter communications
- Raise money
- Collect Feedback from the public

Phase 2: Campaign Phase

Begins on election commission schedule ends on election day.

A time to:

- Final Full Push – communicate your message with volunteers and by all possible means

Phase 3: GOTV

Strategies to ensure your voters get to the polls,
get their friends and family to the polls.

Post-Election Phase

Begins after the election and can continue until...

- **Short term**
 - Communicate with voters, supporters, volunteers about what happened in elections (what was achieved)
 - Send thank you notes to people – reiterate first point
 - Reinforce message from campaign
 - Perhaps call to action – join us in next phase
- **Long term**
 - Collect and add lists of supporters to database
 - Follow up with voters
 - Determine plan following the elections – what will you do to build the party
 - Continue reinforcing and refining your message (don't re-create the wheel – use the one you have)

Campaign Basics



Political Parties: Two Basic Approaches



**TOP
DOWN**

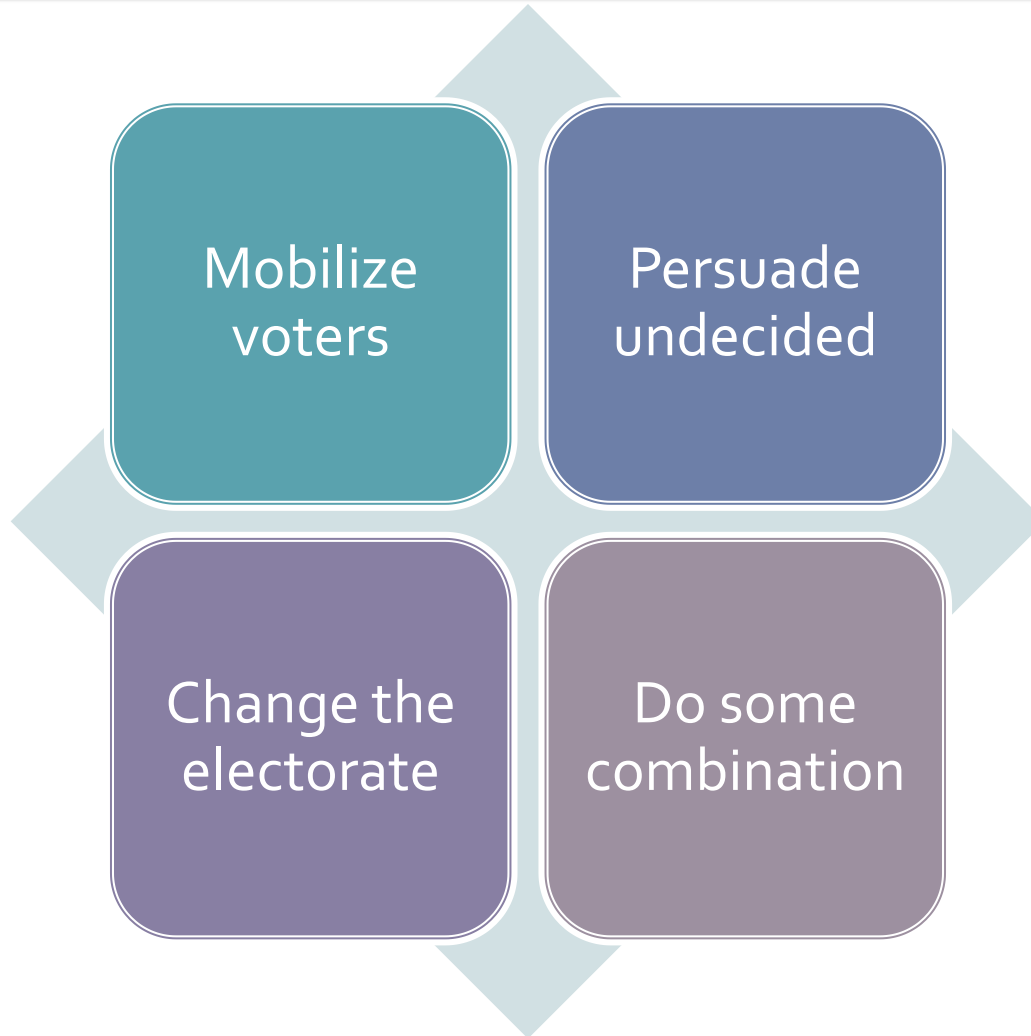
**Seek to influence voters by
getting endorsements of
opinion leaders, leaders of
organizations and those that
can convince theirs “followers”
to vote a certain way**

**Seek to contact voters directly
through town meetings,
canvassing, rallies or other direct
communication approaches**



**BOTTOM
UP**

Four Strategic Choices to Winning



Targeting

Voter contact, and all forms of political communication, is focused entirely on the voters who live in A, B, and C areas and the demographic groups you have identified as supportive. All of your efforts should be focused solely on these voters.

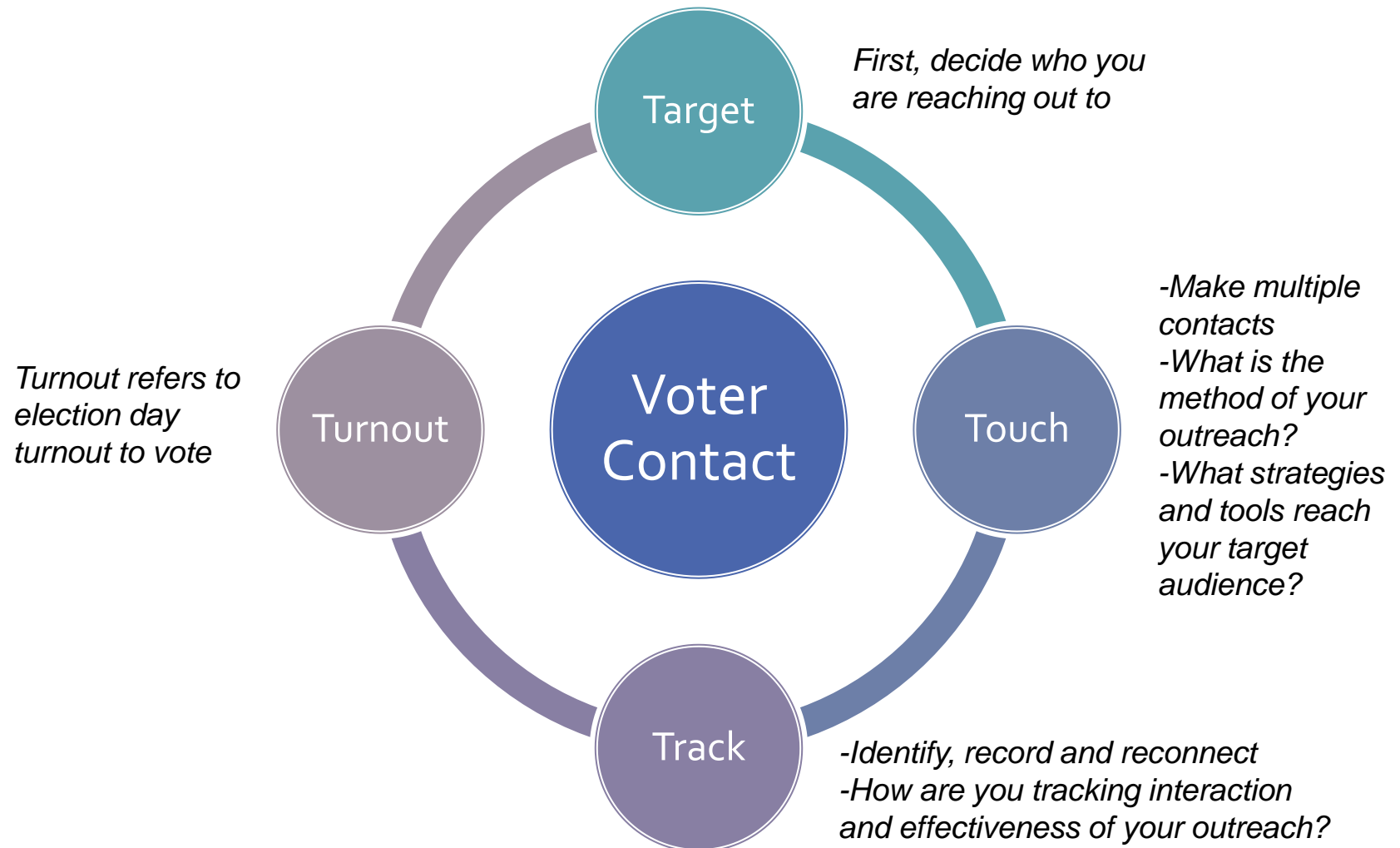
A. “Saints”	B. C. “Those who can be saved”	D. “Sinners”
Universe of likely supporters		
Base supporters	Both sides will pursue them	You will likely never have these supporters

Questions to ask...

- Who are my main group of supporters?
- How many persuadable voters are there?
 - **Where do they live?**
 - **How do I reach them?**
- Do persuadable voters care about different issues than my supporters?



4 Elements of Voter Contact



Engagement strategy?

- Every voter outreach technique is either Hot or Cold. Hot and cold are terms used to measure the effectiveness of an outreach technique.



Hot techniques have a lasting impact on the voter.

They may be thinking about it even hours later. They might discuss it with their spouse over dinner. They may call a family member to tell them about it.



Cold techniques have a fleeting impact on the voter.

They are forgotten about quickly. Voters quickly move back to their busy lives after this type of engagement.

Voter Contact - *Hot* Activities

- Door to Door with candidate – activity with the greatest impact
- Door to Door with party members and supporters (volunteers)
- Small, personal events such as coffees
- Phone banks
- Town meetings, rallies and larger events



Voter Contact - *Cold* Activities

- Mail / Targeted literature distribution
- Blanket literature distribution
- Visibility events/pickets (interactive)
- Posters and billboards



Campaign Message



What is a Message?



A **limited body** of **truthful information** which is **consistently conveyed** by a campaign in order to provide the **persuasive reasons** for an audience to choose our candidate.

A good positive message answers 3 questions

Why are you running for office?

What will you do when you get there?

Why are you the most qualified candidate?

Message Delivery through Campaign Literature:

Introducing the Candidate

COURAGE EXPERIENCE COMMITMENT



“ Pam is the only candidate with **criminal prosecuting experience**. She has **fought for public safety in both the courtroom and the halls of the capitol** and has earned tremendous respect along the way. ”

—John Parker, Cascade County Attorney & former State Legislator

ATTORNEY GENERAL

PAM BUCY

WWW.PAMBUCY.COM

PAID FOR BY PAM BUCY FOR ATTORNEY GENERAL Chief Troy McGee, Treasurer PO Box 999 Helena, MT 59624



**ESTABLISHED
MONTANA OFFICE
OF CONSUMER
PROTECTION**

RANKING ASSISTANT ATTORNEY GENERAL

- Co-wrote MT Public Defender law
- Argued landmark cases before the MT Supreme Court
- Defended integrity of MT elections

PRIVATE PRACTICE

- Represented labor unions, public employees, law enforcement
farmers and ranchers, and businesses

AWARD WINNING PRO BONO ATTORNEY

CHIEF COUNSEL, DEPARTMENT OF LABOR

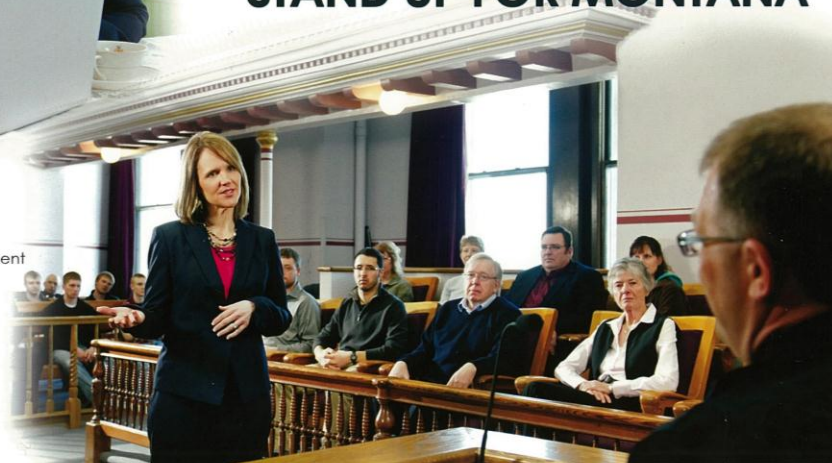
- Defended MT Unemployment Insurance
- Negotiated historic Work Comp reform bill

DEPUTY COUNTY ATTORNEY

- Prosecuted violent offenders
- Put child predators behind bars

ATTORNEY GENERAL
PAM BUCY

**AN EXPERIENCED PROSECUTOR WE CAN COUNT ON TO
STAND UP FOR MONTANA**



Too much text.
Pictures don't help
the message. No
voter will read this
literature.

СТАРОСКОЛЬЦЕВА Анастасия **представитель**

ОБЪЕДИНЕННОЙ ОППОЗИЦИИ

Совсем недавно, участвуя в телепередачах, автором и ведущей которых была Анастасия Староскольцева, боялись представители местной власти и партии власти, ведь там говорилась правда в глаза. После последних выборов в местные советы, именно представители этой политической силы узурпировали все местные телеканалы. И сейчас свобода слова, как и свобода вообще, в Днепропетровске перестала существовать. Но сегодня, к счастью, ситуация может измениться. Объединенная оппозиция дает возможность выбрать в Верховную Раду молодых и незапятнанных политиков. Сегодня мы хотим познакомить вас с Анастасией Староскольцевой.



Она родилась 30 апреля 1982 года в Днепропетровске в семье актеров. Не мудрено, что с самых малых лет Настя была окружена атмосферой творчества. Именно тогда мама Галина Алексеевна и отец Александр Кимович воспитали в дочке трудолюбие и научили ее простым человеческим истинам – не терпеть предательства, уважать людей, блюсти порядочность и честность в отношениях.

Настя закончила Днепропетровскую среднюю школу №71 и после получения Аттестата зрелости для юной днепропетровчанки с выбором профессии все было ясно – факультет журналистики Днепропетровского национального университета. В университете, не отрываясь от учебы, молодая журналистка начинает набирать опыт и «оттачивать перо» в небольших телевизионных проектах экономической, экологической, аграрной и культурологической тематик. После окончания журфака ДНУ Анастасия получает диплом магистра журналистики.

В 2002 году, после стажировки в Киеве на телеканале Интер, Анастасия начинает работать на 34 канале, она принимает участие в создании ежедневных городских новостей Днепропетровска.

В 2005 году начинается публичная карьера Анастасии Староскольцевой – вместе с переходом на работу журналистки на 9 телеканал, она становится одним из лиц ежедневной информационной программы, став ведущей и ответственной за наполнение новостей.

2007 год оказался богатым на события в биографии Анастасии. Во-первых, она создает свою первую и единственную семью. Во-вторых, она возглавила Независимый Медиа профсоюз. А, в-третьих, опыт, талант и профессиональные успехи открыли перед Анастасией новые перспективы. Она возглавляет творческое объединение «Тема дня» на 51 телеканале. Там вместе с коллективом талантливых, инициативных и креативных людей создала целый ряд ежедневных аналитических проектов. Тогда под ее началом работало более 50 сотрудников. В рамках этих телепроектов обсуждались самые актуальные проблемы Днепропетровщины. В то время для многих телезрителей Анастасия Староскольцева стала последней надеждой на защиту от произвола чиновников.



ОБЪЕДИНЕННАЯ ОППОЗИЦИЯ

“Я хочу сделать Украину
процветающей и безопасной.
Мы, наши дети и внуки
должны быть счастливыми и
обеспеченными в собственной
стране.”

Анастасия СТАРОСКОЛЬЦЕВА

кандидат в народные депутаты
Украины

ОБ'ЄДНАНА ОПОЗИЦІЯ

ВО БАТЬКІВЩИНА



Too much text. Headlines are too small and can not be read.
Picture does not deliver message.

БІОГРАФІЯ НАТАЛІЇ КОРОЛЕВСЬКОЇ



Я народилася в маленькому шахтарському місті. Я виросла поміж сильних та мужніх людей. Я - дочка шахтаря та вчительки. Мене вчили батьки:

- ставити перед собою високі цілі та досягати їх;
- завжди нести відповідальність за свої вчинки та за свою команду;
- завжди чинити за сумлінням, а не за обставинами;
- і ніколи не здаватися!

Це те, що принесло мені успіх.



— Наталія Королевська

НАТАЛІЯ КОРОЛЕВСЬКА - ЛІДЕР ПАРТІЇ «УКРАЇНА - ВПЕРЕД!».

Народилася в 1975 році в місті Красний Луч Луганської області. Мати - вчитель, батько - шахтар. Закінчила школу у 1991 році зі срібною медаллю. З 17 років почала працювати. Пройшла шлях від менеджера до комерційного директора компанії "Мега".

У 23 роки заснувала підприємство, на якому за 10 років створила 10 000 робочих місць. Має 2 економічні освіти. Написала понад 20 наукових праць з питань економіки.

У 36 років стала кандидатом депутатом у мажоритарному окрузі до Луганської обласної ради як безпартійний кандидат.

У 2002 році була обрана депутатом у мажоритарному окрузі до Луганської обласної ради як безпартійний кандидат.

З 2006 року - народний депутат України. На даний час - голова парламентського Комітету з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва.

У 2011 р. разом з громадськими лідерами створила та очолила Громадянський рух "Вперед!", який об'єднав понад 200 громадських організацій і профспілок, та став на захист прав підприємців, соціально незахищених груп (чорнобильці, діти війни, пенсіонери та ін.).

У грудні 2011 року очолила партію «Україна - Вперед!».

Заміжня, виховує двох синів (Ростислав, 11 років та Ярослав, 4 роки).

Наталія Королевська - найрезультативніший депутат Верховної Ради VI скликання за поданими та прийнятим законопроектами:

- за 5 років у ВР подала 168 законопроектів, 23 з яких були чинними;
- Комітет ВРУ під її керівництвом був головним за 211 законопроектами, 53 з яких прийнято;



- Розробила спільно з громадськими організаціями пакет законопроектів «Народні реформи» та подала на розгляд парламенту.
- Законопроекти Наталії Королевської спрямовані на підтримку національного товаровиробника, захист малого бізнесу, поліпшення інвестиційного клімату, підвищення рівня життя та соціального захисту людей.

Деякі чинні закони Наталії Королевської:

- «Про підвищення престижності шахтарської праці» - підвищує рівень життя шахтарських сімей та престижність праці гірників;
- «Про державно-приватне партнерство» - сприяє надходженню інвестицій в державний сектор;
- два революційних для малого бізнесу закони, що запроваджують «декларативний принцип» та «принцип мовчазної згоди». Ці європейські принципи, спрямовані на зменшення можливостей для корупції, спростили та здешевили започаткування і ведення бізнесу;
- два закони про вдосконалення законодавства щодо заборони ігорного бізнесу - активно протидіють нелегальному гральному бізнесу, що як наркотик руйнує українські сім'ї;
- закон щодо обмеження споживання та продажу слабоалкогольних напоїв - спрямований на зменшення рівня підліткового алкоголізму в країні.

НОВІ ЛІДЕРИ – НОВА КРАЇНА

ПАРТІЯ НАТАЛІЇ КОРОЛЕВСЬКОЇ
УКРАЇНА – ВПЕРЕД!

Picture works – too much text, headlines are too small.

ПРОГРАМА ДІЙ УДАРУ ДЛЯ КИЄВА:

✓ ГАРАНТУВАТИ КИЯНАМ РІВНІ МОЖЛИВОСТІ

- Установити контроль за цінами на комунальні послуги та продукти харчування.
- Забезпечити в повному обсязі виконання всіх соціальних програм на підтримку пенсіонерів, сиріт, інвалідів, матерів, студентів.
- Повернути киянам дитсадки, які перепрофілювала команда Черновецького.
- Посилити законодавчі стимули для працевлаштування молоді та справедливої оплати праці молодих спеціалістів.
- Гарантувати захист коштів інвесторів від недобросовісних забудовників.

✓ НАДАТИ ВЛАДУ КИЇВСЬКІЙ ГРОМАДІ

- Повернути обраному киянами меру повноваження голови Київської міської державної адміністрації та запровадити вибори мера Києва у два тури.
- Залишити в Києві 100% податку на доходи фізичних осіб. Зараз близько 7 млрд грн. влада забирає в держбюджет.
- Забезпечити відкритість роботи Київради та депутатських комісій, вільний доступ киян до всіх рішень та проектів Київради.

✓ ДОСЯГТИ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ ЖИТТЯ

- Гарантувати базовий набір безкоштовних медичних послуг для всіх мешканців столиці та запровадити дієву систему медичного страхування.
- Запровадити систему контролю якості житлово-комунальних послуг та впроваджувати ефективні енерго та ресурсо зберігаючі технології.
- Упорядкувати дитячі майданчики та спортивно-оздоровчі об'єкти.
- Запровадити кримінальну відповідальність за руйнування пам'яток історії та культури, незаконну забудову історичного центру міста.
- Розв'язати екологічні проблеми, зокрема реконструювати Бортницьку станцію аерації, побудувати сучасні сміттєпереробні заводи.
- Розвивати громадський транспорт та пришвидшити будівництво метро на Троєщині.

ПЕРЕМОЖЕМО В КИЄВІ – ПЕРЕМОЖЕМО В УКРАЇНІ!

Громадська приймальня «УДАРУ» в Києві:

тел.: +380 (044) 383 88 39

mail: kylv_udar@ukr.net, www.klichko.org



ПАРТІЯ

УДАР

ВІТАЛІЯ КЛИЧКА

КИЯНИ, ЧАС НАСТАВ!

№17 У ВИБОРЧОМУ БЮЛЕТЕНІ



"Українська молодь матиме перспективи самореалізації у власній країні!"

Володимир Гринчиш



ПАРТІЯ
УДАР
ВІТАЛІЯ КЛИЧКА

ШАНС ДЛЯ МОЛОДІ



Освіта

Українська молодь здобуватиме якісну, європейського рівня освіту без поборів та хабарів.

Гарантуємо обов'язковість і безоплатність повної середньої освіти, безоплатність професійно-технічної освіти. Здібні діти отримають державну підтримку у навчанні.

Започаткуємо прозору програму державних грантів для навчання обдарованих молодих людей у найкращих вищих навчальних закладах України і світу – із гарантованим працевлаштуванням в Україні.



Робота

Гарантуємо, що кожен молодий спеціаліст після закінчення ВНЗу отримає роботу за фахом і з рівнем доходів, достатнім для гідного життя. Держава стимулюватиме підприємства, які братимуть на роботу і навчатимуть молодих людей.



Здоров'я

Щорічно збільшуватимемо бюджетну підтримку інфраструктури здорового способу життя, фізичної культури і спорту.



Житло

Партія УДАР забезпечить на законодавчому рівні отримання молодими родинами житла. Ті роботодавці, які інвестують в житло для молоді, отримуватимуть державну підтримку.



Участь

Забезпечимо право голосування на місцевих виборах громадянам, яким на день голосування виповнилося 16 років.



Перспективи

Українська молодь матиме перспективу самореалізації у своїй країні. Жодна молода людина не шукатиме кращого життя за межами України.



ПАРТІЯ
УДАР
ВІТАЛІЯ КЛИЧКА

НАСТАВ ЧАС УДАРУ

Persuasion

An illustration of a man in a dark suit, white shirt, and green tie. Instead of a head, he has a thick stack of 100 Euro banknotes. The top bill is clearly visible, showing the number '100' and the word 'EURO'. The background is a textured blue and white wash.

conversations

...are the new currency.

General follow up – Highlighted words try to make it clear, but too much text. The pictures have to be “fair” for voters to consider the text “fair.”

STEVE BULLOCK



- ▶ Montana's Attorney General
- ▶ Protected small businesses and working families from scam artists
- ▶ Led the effort to increase Montana's minimum wage

- ▶ Has a **comprehensive jobs plan** that will strengthen a diverse economy
- ▶ Supports responsible natural resource development
- ▶ Believes investing in education is critical to a strong economy

- ▶ Would **invest in public education**
- ▶ Sends his children to public schools
- ▶ Would help public schools innovate and improve

- ▶ **Opposes a sales tax**
- ▶ Would provide a \$400 property tax rebate to Montana homeowners
- ▶ Would eliminate the business equipment tax for 11,000 small businesses

- ▶ **Would fight** attempts to allow health insurance companies to charge women more for health insurance

COMPARE:

EXPERIENCE

JOBS

EDUCATION

TAXES

WOMEN'S RIGHTS

RICK HILL



- ▶ Insurance Executive
- ▶ Lobbyist
- ▶ Former member of U.S. Congress

- ▶ His proposals to create jobs benefit **Wall Street** at the expense Main Street Montana
WWW.HILLFORGOVERNOR.COM

- ▶ Would **privatize public education**
MEA E-MAIL, 9/29/12
- ▶ Called Montana teachers the **second worst** in the nation
BITTERROOT STAR, HILL CAMPAIGNS IN BITTERROOT, 7/10/12
- ▶ Education plan would send tax money to private and religious schools
KMMS, 3/9/12

- ▶ **Supports a sales tax**
VOICES OF MONTANA 9/18/11; HOMETOWN HELENA, 6/2/11
- ▶ Would blow Montana's entire budget surplus on **tax giveaways**, focused on out-of-state corporations
MONTANA TAXPAYER ASSOCIATION 9/12/12

- ▶ Would allow insurance companies to **discriminate based on gender** and charge women more for health insurance
HELENA INDEPENDENT RECORD 4/19/12
- ▶ Would make abortion illegal even in cases of rape and incest
RAVALLI CO. PACHYDERM 1/6/12

A voter needs only a quick look to know who is better. The design is simple to make it look like a school report card.

Montana Report Card

Mark O'Keefe



Judy Martz



Reduce Class Sizes in K-5	A	F
School Safety	A	D
Teacher Salaries	A	F
Tough Academic Standards	A	C-
State Investment in K-12	A	F
Technology in the Classroom	A	C-

*Comments: Mr. O'Keefe has clearly mastered these subjects.
Mrs. Martz doesn't do her homework!*

P.O. Box 2136
Lexington, KY 40588

PRSRT STD
U.S. Postage
PAID
Lexington, KY
Permit #1042

This is Lexington.



GHV1004 | Paid for by Jim Gray for Mayor

Core message
addressed
here

Issue-based
message



An avoidable mistake

CentrePointe was a big, avoidable mistake. Not only did it lack a sound business plan, but Jim Newberry and friends didn't allow for public input. The current administration put together a recipe for failure that's left us with a giant hole in our downtown.

A plan for the future

I've devoted the last 36 years to building a family construction business. I believe in seeking public input to be sure building projects enhance what's unique and special about the community. As your Mayor, I won't make the same mistakes that led to CentrePointe and I'll fight to correct the mistakes that were made by Mayor Newberry.

Give Lexington a fresh start.

Vote in the Primary on May 18th.

Visit www.JimGray.org or call (859) 523-4729.

Jim Gray Mayor

Considerations for Running

Why Run and Can You Win?

Political Assessment

- **Is the race winnable?** Understanding the basic details of your race such as the historical party performance in your district, the partisan split of your registered voters, voter turnout in the last similar election, and the cost of the last campaign will help you make an informed decision about if and when to run and what it will take to win.
- **Does this particular race present your best opportunity?** Is the race an open seat? If not, is the incumbent vulnerable? Are you the best messenger on the issues that will define this race? Would waiting until the next election cycle, or choosing to run for a different office, be a better fit?

- **Have you done your politics?** Have you reached out to party leaders, local elected officials, key civic leaders and activists, major donors and others to discuss your plans to run and to solicit their advice and support? Your decision to run shouldn't come as a surprise to those whose help you will need in order to win.
- **What external factors will influence your race?** What other elections and initiatives will appear on the ballot on Election Day? Do you expect your district to be a focus of intense activity by other candidates? Are specific hot-button issues expected to drive turnout? Will the state and/or local party poll, organize or distribute literature on your behalf? Understand your race within the overall context in which it will be run and develop your plan accordingly.

Building your leadership profile

What is Your Story?



- Who are you?
- What **life choices** have shaped who you are?
- How does your story, your personal experience, **shape your perspective?**
- What **change** do you want to see and how can you contribute?
- **Who** can help you?



Hillary Clinton ✓

@HillaryClinton

Wife, mom, lawyer, women & kids advocate, FLOAR, FLOTUS, US
Senator, SecState, author, dog owner, hair icon, pantsuit aficionado,
glass ceiling cracker, TBD...

New York · clintonfoundation.org

© DIANA WALKER

Take control

- Recognizing your passions
- Developing vision, goals and objectives
- Delivering your personal message
 - Writing a bio
 - Develop your public narrative
 - Personal image and appearance

Recognize Your Passions

- **Assess Your Current Involvement**
- What issues do you know a lot about?
- What issues do you want to know more about?
- What issues do you want to get involved in?

What is your Life Mission?

Create a Personal Mission & Vision

Just as an organization has a mission, so to must each individual leader.

- What do you want people to remember you for?
- What would be the headline of your life story?
- How do you balance your personal and professional life?



Developing your own

BIO

Delivering Your Personal Message

Guidelines:

- One page
- Cover the highlights
- Write in third person
- Who you work for & who you work with
- And the winner is...
- Organizations?
- Published?
- Media ready?
- 1-2 personal things OKAY
- Call me anytime!
- Social media connections

Public Narrative



What's the difference?



I'm eating a donut right now



Hey everybody, I like donuts



This is where I eat donuts



Here's a vintage photo of my donut



Here's a video of me eating a donut



My skills include donut eating



Here's a pretty donut recipe



I'm a Google employee who eats donuts

How do you choose?

twitter

facebook

foursquare

Instagram

You Tube

Linked in

Pinterest

Google+

- Don't try to boil the ocean
- If you are intimidated by social media, instead of tackling everything at once, begin with a single platform
- It's better to be active on a single channel than to have a sporadic presence across several platforms

Where do you
come in?

**START WHERE
YOU ARE.
USE WHAT
YOU HAVE.
DO WHAT
YOU CAN.**

ARTHUR ASHE