



INHALTSVERZEICHNIS

- 1. Europa ist die Antwort
- 2. Ziele
- 3. Meinungsforschung
- 4. Wahlprogramm
- 5. Europa-Kampa

- 6. Service
- 7. Online-Wahlkampf
- 8. Finanzen
- 9. Corporate Design
- 10. Werbemittel





EUROPA IST DIE ANTWORT

Liebe Genossinnen und Genossen,

die kommenden Jahre werden entscheidend dafür sein, ob wir die großen Aufgaben der Zeit gemeinsam anpacken – und bewältigen. Ob wir der europäischen Idee neuen Schub geben. Oder ob der Weg zurück führt in nationalstaatliches Klein-Klein – und wir die Weltpolitik der anderen nur an der Seitenlinie kommentieren und erdulden. Um nichts weniger geht es bei der Europawahl.

Und wir sind klar: Wir wollen nicht zurück. Wir wollen auch nicht stehen bleiben, sondern vorankommen. Die europäische Politik wird von den Menschen daran gemessen, was sie für die Zukunft anzubieten hat und was sie durchsetzt. Ob sie die nötige Haltung mitbringt, Klarheit und Moral, Inhalt und Emotion.

Europa muss wieder für gemeinsame Ziele stehen.

Menschlichkeit und Menschenrechte, soziale Steuerung der Globalisierung und Schutz vor ihren negativen

Wirkungen, Begrenzung der Macht der international agierenden Wirtschaft, konsequenter Klimaschutz und Schutz unserer Demokratie vor Manipulationen in der digitalen Welt: All das sind Herausforderungen, die von Nationalstaaten schon lange nicht mehr alleine bewältigt werden können. Auch für Deutschland gibt es nur eine gute Zukunft, wenn es eine europäische ist. Ein starkes Land in einem starken Europa: Eines geht nicht ohne das andere.

Das starke und einige Europa.

Wir wollen ein Europa für alle.

Und das heißt für uns:

Wir wollen mehr Europa wagen, überall dort, wo es sinnvoll ist: Durch gemeinsame Investitionen in unser Europa von morgen. Durch eine dem Frieden verpflichtete europäische Außenpolitik. Durch eine gemeinsame Geflüchtetenpolitik, die unseren Werten von Freiheit und Humanität entspricht. Durch faire Regeln und starke Arbeitnehmerrechte, gerade auch in Zeiten der Digitalisierung und des technologischen Wandels. Durch eine Politik, die es endlich schafft, die Finanzmärkte dauerhaft zu bändigen. Und durch den Schutz der Umwelt, um unsere Lebensgrundlagen zu bewahren.

Wir wollen Impulse für **mehr europäische Solidarität** geben. Und die politische und soziale Integration Europas weiter vorantreiben. Um wirtschaftliche Ungleichgewichte und soziale Ungleichheiten in Europa abzubauen. Wir wollen den Austausch und die Begegnungen fördern, gerade für junge Menschen. Wir wollen die Demokratie und den europäischen Parlamentarismus stärken.

Wir sind bereit, in den **Zusammenhalt Europas** zu investieren. Ja, das kann auch etwas kosten. So ist das bei Investments. Aber es lohnt sich. Ein starkes und einiges Europa ist die beste Grundlage für eine gute Zukunft auch in Deutschland.

Wir sind Vorbild und wir haben eine Verantwortung. Vor allem für die Zukunft unserer Kinder. Ihnen wollen wir ein Europa übergeben, das einig ist und stark. Das gerecht ist und das zusammenhält. Dem Frieden verpflichtet. Und das anderen ein Beispiel sein kann, wie aus ehemaligen Feinden enge Freunde werden können. Die gemeinsam mehr erreichen.

Wir wissen, unsere Vision von Europa ist eine Herausforderung. Manche, die resigniert haben, glauben an die Rückkehr zu Egoismus und Nationalismus. Wir blicken nach vorne, wir glauben an ein Europa der Werte, der Menschlichkeit und der Gegenseitigkeit.

Wir wollen diesen Weg gemeinsam mit Euch gehen mit Leidenschaft und guten Argumenten überzeugen.

EUROPA IST DIE ANTWORT.

Caranine Valey f. isill



Liebe Wahlkämpferinnen und Wahlkämpfer,

pünktlich zur Europa-Delegiertenkonferenz liegt unser Wahlkampf-Handbuch für die Europawahl 2019 vor. Damit geben wir Euch schon jetzt einen ersten Überblick über die Planungen der Kampagne und Ansprechpartnerinnen und -partner. Das ist der Auftakt.

Ab Anfang 2019 werden die Themen dieses Wahlkampf-Handbuchs und weitere Angebote, Werkzeuge, Materialien, Arbeitshilfen in unserer Kampagnenplattform "kampagne.spd.de" laufend aktualisiert. Und vieles mehr.

In der EUROPA-KAMPA arbeitet ein hoch motiviertes Team. Lasst uns gemeinsam in den Wahlkampf starten.

Lasst uns zeigen, was in uns steckt. Lasst uns begeistern und in diesem Wahlkampf gemeinsam neue Wege gehen. Lasst uns für ein freies, starkes und soziales Europa kämpfen. Denn Europa ist die Antwort!

Herzliche Grüße

Euer Lars Klingbeil



Die europäische Idee bleibt der bedeutendste politische und zivilisatorische Fortschritt des vergangenen Jahrhunderts: Freiheit, Demokratie, wirtschaftliche Zusammenarbeit und politische Partnerschaft über nationale Grenzen hinweg. Ein lang anhaltender Frieden auf unserem von Jahrhunderten der Kriege erschütterten Kontinent. Die europäische Idee ist auch die Antwort auf die großen Aufgaben der Gegenwart und Zukunft.

Europa ist die Antwort

für mehr Frieden und Sicherheit in der Welt

Europa muss sich seiner eigenen Kraft besinnen – und seine Eigenständigkeit unter Beweis stellen. Wenn heute der Multilateralismus in der Welt unter Druck gerät, muss sich Europa für das internationale Recht, für gemeinsame Lösungen, für Frieden auch in anderen Regionen der Welt stark machen.

Darum wollen wir ein Europa, das auf Abrüstung, Entspannung und auf friedliche Lösungen von Konflikten setzt. Wir erkennen, dass Europas Verantwortung in der Welt steigt angesichts von Kriegsgefahren, Kriegen und Krisen. Hinzu kommen asymmetrische Bedrohungen, die unsere freie Gesellschaft ins Visier genommen haben. Für uns stehen weiterhin zivile Instrumente der Konfliktprävention und -regelungen im Mittelpunkt internationaler Politik. Nicht nur in Europa, sondern auch darüber hinaus. Dabei spielen natürlich faire Handelsbeziehungen und Entwicklungszusammenarbeit eine wichtige Rolle. Europa steht jedoch auch vor der Herausforderung, seine Sicherheit neu zu organisieren und die knappen Ressourcen effektiver und, wo möglich, gemeinsam zu nutzen.

Europa profitiert insgesamt zwar von der wirtschaftlichen Globalisierung. Allerdings sind die Vorteile sehr ungleich verteilt. Viele Menschen konnten nicht an den Erfolgen teilhaben. Einige Regionen leiden stark unter

dem Strukturwandel. In anderen Regionen der Welt hat die ungerechte Verteilung drastische Folgen, vor allem auf dem afrikanischen Kontinent. Ungerechte Verteilung innerhalb der Länder, wie auch das Gefälle zwischen armen und reichen Ländern, gefährden erheblich den Frieden auf der Welt.

Hinzu kommt, dass die klimatischen Folgen unseres Wirtschaftens und unserer Lebensweise besonders in den armen Ländern mit voller Wucht spürbar werden. Neben Defiziten in den Ländern selbst ist dies der Grund, warum Menschen millionenfach ihre Heimat verlassen. Es liegt in unserem eigenen Interesse, nachhaltige Entwicklung in allen Ländern zu fördern und die Regeln der Weltwirtschaft entsprechend umzugestalten.

Europa ist die Antwort für mehr Freiheit und Rechtsstaatlichkeit

Für uns Sozialdemokratinnen und Sozialdemokraten ist Europa der Garant für Freiheit, wie wir sie uns vorstellen: Die Möglichkeit, selbstbestimmt leben zu können, frei von Not und Furcht, in Sicherheit und im Schutz eines funktionierenden Rechtssystems. Mit der Chance für jede Frau und jeden Mann, ihre Fähigkeiten zu entfalten und in Gesellschaft und Politik verantwortlich mitzuwirken.

Die Freiheit der Menschen zeigt sich nirgendwo so eindrücklich wie an einem Europa ohne Schlagbäume. Offene Binnengrenzen bringen die Menschen zusammen – persönliche Freiheit und Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg. Freiheit bedeutet nicht Kontrollverlust, weder im Finanzsektor, noch bei der Kriminalitätsbekämpfung oder im Bereich der Migration und Freizügigkeit.

Für uns ist klar: Freiheit nutzen zu können, heißt auch, abgesichert zu sein gegen die großen sozialen Lebensrisiken. Freiheit setzt einen Rechtsstaat und die Achtung der Grundrechte voraus. Europas große Errungenschaft ist die universelle Anerkennung dieser Grundrechte in allen Mitgliedstaaten. Egal, ob es um die Unabhängigkeit der Justiz, die Freizügigkeit von Bürgerinnen und Bürgern oder die Medienfreiheit geht: Das Recht muss durch starke europäische Institutionen eingefordert, wenn nötig eingeklagt und am Ende auch durchgesetzt werden.

Europa ist die Antwort

für Gerechtigkeit, wirtschaftlichen Erfolg und Wohlstand

Wir Sozialdemokratinnen und Sozialdemokraten wollen ein Europa, in dem es gerecht zugeht. Gerechtigkeit bedeutet für uns, dass alle ihren Beitrag leisten und alle ihren Anteil bekommen. Europa ist der einzige Kontinent, der Gerechtigkeit, wirtschaftlichen Erfolg und Wohlstand verbunden hat. Jetzt, im Zeitalter des digitalen Kapitalismus, ist die große Aufgabe, diese Verbindung für die Zukunft unseres Kontinents zu erneuern.

Es ist unser Ziel, die Gerechtigkeitstradition Europas auch im Bereich des Arbeitsmarktes zu stärken und weiter zu entwickeln. Wir wollen, dass wesentlich mehr Bürgerinnen und Bürger einen gerechten Anteil für ihren Beitrag zur wirtschaftlichen Stärke Europas erhalten. Und, dass sich große Konzerne nicht mehr den Steuern und Beiträgen an die Gemeinschaft entziehen können. Wer Milliardenerträge erwirtschaftet, muss auch angemessen besteuert werden.

Bisher leidet besonders die Jugend unter den Unzulänglichkeiten des Wirtschaftssystems. Vor allem in Südeuropa fehlt es an Ausbildungs- und Arbeitsplätzen,

aber auch in vielen anderen Mitgliedstaaten. Ein Sechstel der Jugendlichen sind europaweit trotz guter Konjunkturlage arbeitslos gemeldet. Diesen Missstand wollen wir beseitigen, denn alle Jugendlichen brauchen gute Zukunftsperspektiven.

Europa ist die Antwort für mehr Solidarität

Wir wollen ein Europa, das die Globalisierung solidarisch und ökologisch gestaltet. Unser Ziel ist es, alle Menschen, sowohl hier bei uns in Europa als auch anderswo auf der Welt, an den Vorteilen der Globalisierung teilhaben zu lassen – und sie vor negativen Auswirkungen zu schützen. Wir sind der Überzeugung, dass wir nur durch gemeinsames Handeln, mit Kompromissbereitschaft und gegenseitiger Unterstützung die großen Herausforderungen unserer Zeit lösen können: den inneren Zusammenhalt unserer eigenen Gesellschaften, den Klimawandel, die Migration.

Deshalb wollen wir in Europa den Wandel zur Wirtschaft der Zukunft vorantreiben – ohne soziale und gesellschaftliche Verwerfungen. Der internationale Handel darf nicht ausschließlich am kurzfristigen Profit ausgerichtet sein. Wo dies der Fall ist, müssen wir ihn entsprechend regeln. Weltweiter Handel kann auch ein Instrument sein, um für globale Gerechtigkeit und internationale Kooperationen zu sorgen. Zum Beispiel beim Klima- und Umweltschutz, bei Arbeitnehmerrechten und bei der Steuerregulierung. Wenn durch unfaire Handelsabkommen und rücksichtsloses Profitstreben die natürlichen, sozialen und gesellschaftlichen Grundlagen in anderen Regionen und Ländern ruiniert werden, so werden wir am Ende alle darunter leiden. Gerade in der aktuellen Handelsauseinandersetzung mit den USA brauchen wir eine gemeinsame und klare Haltung. Es geht um unsere Prinzipien der Gegenseitigkeit, den Schutz von Arbeitnehmerrechten und Sozial- und Umweltstandards.

Europa ist die Antwort

für mehr Vertrauen in eine starke Demokratie

Europa braucht das Vertrauen der Bürgerinnen und Bürger in eine starke, funktionierende Demokratie. Dieses Vertrauen gewinnen wir nur, wenn das europäische System mehr Mitsprache ermöglicht und politisch handlungsfähig ist.

Wir wollen deshalb die europäische Demokratie und die Gemeinschaftsinstitutionen stärken – und damit auch das Verständnis einer europäischen Demokratie. Sie sind die Garanten dafür, dass nicht nationale Egoismen, sondern das gemeinsame europäische Interesse im Vordergrund steht. Die Gemeinschaftsmethode ist das Herzstück der europäischen Politik. Sie muss gestärkt und an ihren Defiziten muss gearbeitet werden. Wir bekennen uns zu der Perspektive eines föderalen Europas im Sinne der Vereinigten Staaten von Europa.

Trotz der immer größer werdenden Bedeutung der Europäischen Union werden Europawahlen von den meisten Wählerinnen und Wählern nach wie vor als Nebenwahlen wahrgenommen. Nationale Trends und Themen werden von den Wählern und Wählerinnen als rein europapolitische Themen bewertet.

Auch die geringe Wahlbeteiligung bei Europawahlen ist ein Anzeichen dafür, dass deren Bedeutung eher gering eingeschätzt wird. Bei den beiden letzten Wahlen zum Europäischen Parlament lag die Beteiligung europaweit bei rund 43 Prozent. Bei der Wahl 2009 entsprach das auch der Wahlbeteiligung in Deutschland. 2014 stieg sie hierzulande zwar auf knapp 48 Prozent an, lag damit aber noch immer deutlich unterhalb sämtlicher Bundes- und fast aller Landtagswahlen.

Aufgrund des Nebenwahlcharakters profitieren deswegen bei einer Europawahl häufig Oppositions-

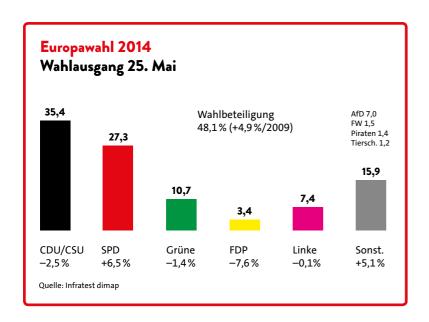
parteien und populistische Parteien, während Regierungsparteien und Parteien mit moderaten Positionen abgestraft werden.

Welche Lehren bietet die Europawahl 2014?

Die SPD konnte 2014 nicht nur ihr Ergebnis im Vergleich zur Europawahl 2009 steigern, sie erzielte auch 1,5 Prozentpunkte mehr als bei der Bundestagswahl 2013. Wegen der deutlich niedrigeren Wahlbeteiligung wurde dieses Ergebnis mit nur 71 Prozent der Stimmenanzahl der Bundestagswahl erzielt (rund 3,2 Millionen Stimmen weniger).

CDU/CSU erhielten sogar fast 8 Millionen Stimmen weniger als bei der Bundestagswahl. Daraus wird deutlich, dass bei der Europawahl die **Mobilisierung** die zentrale Herausforderung für einen erfolgreichen Wahlkampf ist.





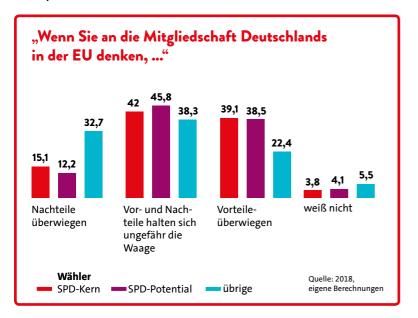
Mit welchen Themen und Schwerpunkten gelang die Mobilisierung?

Wie bei früheren Europawahlen standen auch 2014 bei der Wahl zum Europäischen Parlament eher bundespolitische Belange im Vordergrund: 54 Prozent der Wählerinnen und Wähler gaben an, sich an bundespolitischen Fragen orientiert zu haben, 39 Prozent ließen sich von europapolitischen Aspekten leiten. Im Vergleich zu früheren Europawahlen hatte damit die Europapolitik für die EU-Wahlentscheidung leicht an Bedeutung gewonnen. Die wichtigsten Themen für die Wahlentscheidung waren Soziale Sicherheit (48 Prozent), Friedenssicherung (42 Prozent), Stabilität der Währung (29 Prozent), Wirtschaftswachstum (24 Prozent), Umweltschutz (20 Prozent), Verbraucherschutz (15 Prozent) und Zuwanderung (13 Prozent).

Aktuelle Entwicklungen und Stimmungen

Die gegenwärtigen bundespolitischen Umfragen stellen einerseits für die SPD eine komplexe Herausforderung dar und die Ausgangslage ist nicht optimal. Andererseits ist die Themenlage derzeit von vielen europäischen und internationalen Fragen geprägt. In den letzten zehn Jahren waren die

Mitgliedsstaaten der Europäischen Union mit einer Reihe von krisenhaften Ereignissen (u. a. der Finanzund Wirtschaftskrise, der Euro-Krise, Flucht und Migration sowie dem britischen Referendum über die EU-Mitgliedschaft) konfrontiert. Trotz aller Unkenrufe hat die Brexit-Entscheidung die Unterstützung für die Europäische Union in den anderen Ländern eher

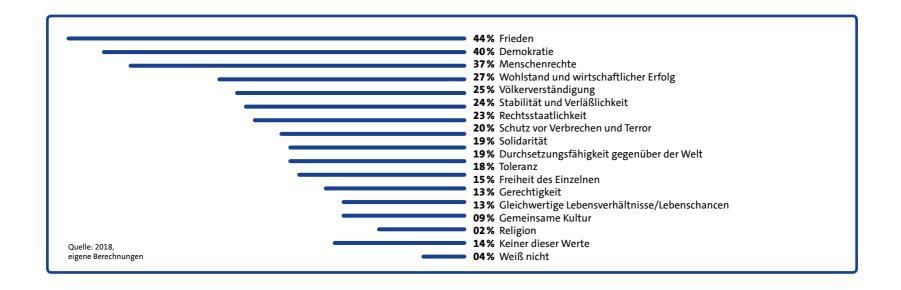


gefördert. So wies das Eurobarometer im September 2018 den höchsten je gemessenen Wert für die Zustimmung zur EU aus. In Deutschland halten 79 Prozent die EU-Mitgliedschaft für eine gute Sache. In einer Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung aus dem Oktober 2018 zeigte sich ein etwas unschärferes Bild. Demnach sind es vor allem die SPD-Kernwählerschaft und potenzielle SPD-Wählerinnen und -Wähler, die der Meinung sind, dass die Vorteile der EU-Mitgliedschaft die Nachteile überwiegen. Unter den Wählerinnen und Wählern anderer Parteien (mit Ausnahme der Grünen) ist der Anteil von EU-Skeptikerinnen und -Skeptikern hingegen größer und beträgt insgesamt rund 32 Prozent.

Die gestiegene Relevanz von europapolitischen und internationalen Themen und die pro-europäischen Einstellungen unserer Zielgruppen bieten also gute Anknüpfungspunkte. Die Haltung der SPD zu Europa ist so eindeutig und ohne Brüche, wie in nahezu keinem anderen Politikfeld.

Wofür steht die EU?

Die Europäische Union steht nach Meinung der meisten Menschen vor allem für Frieden, Demokratie und Menschenrechte. Angesichts des Erstarkens von rechtspopulistischen und europakritischen Parteien in Europa und darüber hinaus sind diese Werte jedoch keine Selbstverständlichkeiten mehr. Die nationalistisch-aggressive Handelspolitik von Donald Trump bedeutet zudem eine Gefahr für die wirtschaftliche Stabilität und unseren Wohlstand. Es sind also genau jene Werte in Gefahr, die die Menschen am stärksten mit der Idee der Europäischen Union in Verbindung bringen.

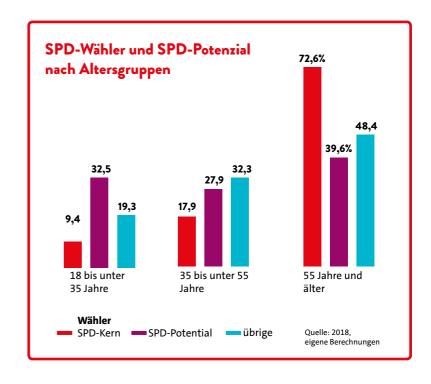


Zielgruppe und Kernwählerschaft

Das Profil der SPD-Kernwählerschaft unterscheidet sich relativ deutlich von dem der potenziellen Wählerinnen und Wähler. Auf der einen Seite haben wir eine Kernwählerschaft, die zu rund 70 Prozent 55 Jahre und älter ist sowie etwas mehr Männer als Frauen aufweist.

Demgegenüber sind die potenziellen SPD-Wählerinnen und -Wähler deutlich jünger und weisen etwas mehr Frauen als Männer auf. Rund 60 Prozent der potenziellen Wählerschaft sind unter 55 Jahre alt und sogar 32,5 Prozent sind zwischen 18 und 35 Jahren.

Eine der Aufgaben des Wahlkampfes wird sein, neben der Mobilisierung der Kernwählerschaft auch gezielt das jüngere SPD-Potenzial anzusprechen und zu überzeugen. Eine Aufgabe, die über die aktuelle Europawahl hinausreicht, denn die problematische Altersstruktur der SPD-Wählerschaft ist keine europaspezifische Herausforderung.



4. WAHLPROGRAMM

Das Wahlprogramm zur Europawahl wird ein kurzes, prägnantes und präzise auf Zielgruppenrelevanz orientiertes Dokument.

Es wird Antworten auf die zentralen europäischen Herausforderungen für die kommenden fünf Jahre liefern – und darüber hinaus die richtigen Weichenstellungen für die Zukunft vornehmen. Wir werden dem zu erwartenden europakritischen und auf Abschottung zielenden Wahlkampf der Rechtspopulisten eine wirkmächtige Erzählung und die richtigen Themen mit überzeugenden Maßnahmen entgegensetzen.

27. August: Vorstellung Verfahren zur Erstellung des Wahlprogramms Oktober bis März: 3-4 Programmforen plus Online-Foren Call for Papers 10./11. November: Debattencamp

7./8. Dezember: SPE-Kongress Lissabon 23. März: Beschluss und Präsentation des Programms

2018

Angebote für Gliederungen und KandidatInnen:

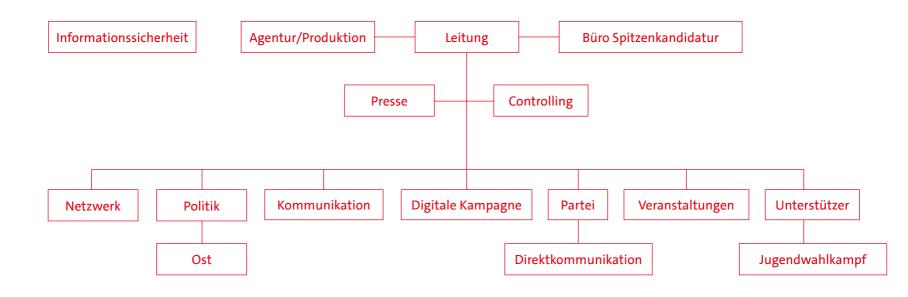
- TzT
- Standaktionen
- Gespräche/Aktionen mit Zivilgesellschaft

bis Ende März 2019: 16 Europawerkstätten 9. Dezember: Europa-Delegiertenkonferenz Eckpunkte des Programms werden vorgestellt Online-Mitgliederbefragung Februar:
Jahresauftaktklausur
Parteivorstand

26. Mai: Europawahl

2019

PROJEKTSTRUKTUR



ANSPRECHPARTNER, ANSPRECHPARTNERINNEN, KONTAKTE

Mediaplanung und Großflächen

Mark Wilkendorf mark.wilkendorf@spd.de aussenwerbung@spd.de (030) 25 991-414

Strategischer Kalender

kalender@spd.de

Direktkommunikation

parteivorstand@spd.de

Gestaltungsportal

Die Materialien der KandidatInnen können im Gestaltungsportal gestaltet und in Produktion gegeben werden.
www.spd.de > Europa Druckportal
www.spd.de > Mein Bereich
>Gestaltungsportal
Laura Giannini
laura.giannini@spd.de

Download Vorlagen

Auf spd.de > Mein Bereich > Material > Gestaltung&Layout stehen viele Anwendungen von Musterseiten zum Download bereit. produktion@spd.de

Bilddatenbank

www.shop.spd.de → Bilddatenbank Laura Giannini laura.giannini@spd.de

Internet

Nachfragen zu unserem Internetauftritt newsdesk@spd.de

Infos / Fragen zum Europa-Wahlkampf 2019

Hotline: +49 (0)30 25991-500 parteivorstand@spd.de

Pressearbeit

Für eure Fragen steht euch die Pressestelle im Willy-Brandt-Haus zur Verfügung. pressestelle@spd.de

Spenden

Für eure Fragen könnt ihr euch direkt an den Parteivorstand wenden spenden@spd.de

Juso-Bundesbüro

jusos@spd.de +49 (0)30 25991-366

Veranstaltungsteam

veranstaltungsorganisation@spd.de

Europa-Kampa

europawahl@spd.de

MEDIAPLANUNG

Der Gesamt-Media-Mix ist noch nicht endgültig festgelegt. Sicher ist, dass wir – wie bei der letzten Europawahl – über 9.000 mobile Großflächen aufstellen werden. Diese werden rund 6 Wochen stehen. Darüber hinaus wird es kommerzielle Großflächen ab Mitte Mai geben. Der Schwerpunkt liegt hier auf der 14. Dekade mit einigen tausend Flächen. Berücksichtigt werden vor allem Orte, in denen keine mobilen Flächen wegen parteiübergreifender kommunaler Beschlüsse eingesetzt werden dürfen. Und Gebiete mit besonderem Potenzial.

Außer den uns zugewiesenen Sendezeiten in den öffentlich-rechtlichen Sendern verzichten wir auf die Buchung von TV-Spots in privaten Sendern. Stattdessen konzentrieren wir uns insbesondere auf Online und Social Media. Mit Richel / Stauss haben wir eine Agentur, die die neuen Medien von Anfang an mitdenkt.

Ergänzt wird der Media-Mix voraussichtlich durch Werbung in regionalen Tageszeitungen und im Radio.



STRATEGISCHER KALENDER UND DIREKTE KOMMUNIKATION



Strategischer Kalender

Der Strategische Kalender für die Europawahl hilft dabei, politische und organisatorische Entscheidungen sowie die Kommunikation zu planen. Der Kalender gibt einen Überblick über die Inhalte und Aktivitäten der Kampagne und des politischen und gesellschaftlichen Umfeldes.

Im Kalender sind alle zentralen Termine der Wahlkampagne eingetragen, des Spitzenkandidatenduos, der SPD von der Bundes- bis zur Landesebene sowie der Konkurrenz. Der strategische Kalender kann ganz einfach über die Funktionalitäten von Outlook genutzt werden und ist allen hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zugänglich.

Direkte Kommunikation

Bei diesem Wahlkampf setzen wir gezielt auf direkte Kommunikation. Die SPD soll wieder sichtbar und ansprechbar für die Bürgerinnen und Bürger sein.

- Mit innovativen Veranstaltungsformaten soll dieses Ziel erreicht werden.
- Es soll deutlich gemacht werden, dass die SPD die Europa-Partei mit einer klaren positiven Haltung zu Europa ist.
- Uns ist die Nähe zu den Menschen und ihren wirklichen Themen wichtig.

GESTALTUNGSPORTAL

Bei der Europawahl könnt ihr die Materialien für die Kandidierenden im Länderbereich "Europa" des SPD-Shops gestalten und produzieren. Neu ist, dass das Gestaltungsportal jetzt im SPD-Shop integriert ist. So könnt ihr eure Materialien und Give-aways in einem Rutsch bestellen. Es wird einen geschlossenen Bereich für Kandidierende geben. Wenn ihr euch bereits im SPD-Shop bzw. auf kampagne.spd.de registriert habt, meldet euch ganz einfach mit euren Zugangsdaten an. Alle anderen können sich ganz einfach auf kampagne. spd.de oder shop.spd.de registrieren.

Im SPD-Shop finden sich verschiedene Materialvorlagen im aktuellen Europa-Design, wie z.B. Plakate, Flyer, Visitenkarten, etc., die ihr individualisieren und direkt bestellen könnt.

Die einfach zu bedienende Benutzeroberfläche ermöglicht es, das Gestaltungsportal ohne Vorkenntnisse zu nutzen und Materialien zu erstellen.

→ Es werden lediglich ein Internetzugang und Adobe Flash benötigt. Letzteres könnt ihr euch kostenlos unter https://get.adobe.com/de/ flashplayer/ herunterladen.



BILDDATENBANK

In der Bilddatenbank im SPD-Shop stehen euch Themenbilder zur freien Nutzung zur Verfügung. Der Parteivorstand hat sie so eingekauft, dass ihr sie kostenlos für Publikationen oder Online-Werbung nutzen könnt. Einzige Bedingung: Sie dürfen nur im SPD-Kontext verwendet werden, eine Weitergabe an kommerzielle Dritte ist nicht gestattet.

In der Bilddatenbank werdet ihr später auch das fertig bearbeitete Foto-Shooting-Bild eurer Kandidierenden finden. Ihr könnt es dort in passender Größe herunterladen und für eure Zwecke verwenden. Bitte beachtet, dass die Nutzungsrechte beim Parteivorstand liegen und nicht an Dritte abgegeben werden dürfen. Ebenso ist die Fotografin bzw. der Fotograf zu nennen. Außerdem könnt ihr eigene Fotos in die Bilddatenbank hochladen. Bitte beachtet hier, dass das Urheberrecht geklärt ist und dass ihr die schriftliche Zustimmung der abgebildeten Personen habt. Zu der Rechtefrage bei Bildern gibt es eine Handreichung in der Bilddatenbank.



PORTAL-SCHULUNGEN

Für alle Wahlkämpferinnen und Wahlkämpfer bietet der Parteivorstand Online-Schulungen an, in denen das Gestaltungsportal und die Individualisierungsmöglichkeiten der Materialien erklärt werden und ihr Fragen stellen könnt.

Um Haupt- und Ehrenamtlichen gerecht zu werden, finden die Termine sowohl vormittags, als auch am späten Nachmittag statt.

Folgende Termine haben wir dafür vorgesehen: Dienstag, 08.01.2019, 10 Uhr Dienstag, 08.01.2019, 18.30 Uhr Donnerstag, 17.01.2019, 9 Uhr Donnerstag, 17.01.2019, 18.30 Uhr Je nach Bedarf kommen noch weitere Termine dazu. Die Zugangsdaten werden ein bis zwei Tage vor Schulungstermin an die Kandidierenden verschickt. Die Dauer der Schulung beträgt ca. 45 Minuten.





PLAKATIERUNG GROSS-/KLEINFLÄCHE

Die zentralen Kampagnenthemen werden bundesweit wieder auf vielen tausend Großflächenplakaten zu sehen sein (siehe Mediaplanung).

Im Gestaltungsportal findet ihr die passenden Vorlagen sowohl für die Europawahl, als auch für die in manchen Bundesländern zeitgleich stattfindenden Kommunalwahlen.

Auch Kleinflächen (Papier-, Pappe- und Hohlkammerplakate) können über das Gestaltungsportal erstellt und produziert werden. Prüft bitte vor der Bestellung, ob die Hängung in der geplanten Menge und Art (z. B. Anbringung an Lichtmasten) genehmigungsfähig ist.



Für Kandidierende zur Europawahl sowie Kandidierende zu Kommunalwahlen bietet die Firma Wesselmann ein Angebot für mobile **Großflächen** analog zur Bundestagswahl 2017 an:

 Aufbau in der sechsten Woche vor der Wahl im Format DIN 18/1 quer (239,50 € netto/285,00 € brutto), Auf- und Abbau einschließlich der Grundklebung und einer Umklebung

- Aufbau in der vierten Woche vor der Wahl im Format DIN 18/1 quer (228,57 € netto/272,00 € brutto),
 Auf- und Abbau einschließlich der Grundklebung und einer Umklebung
- Jede zusätzliche Umklebung (21,50 € netto/
 25,60 € brutto)
- Standzeitverlängerung zur Stichwahl bei Wahlen auf kommunaler Ebene inkl. Umklebung (25,50 € netto)
 30,00 € brutto

Zusätzlich fallen Druckkosten für die benötigten Großflächenplakate an. Es werden mindestens zwei, besser drei Plakate pro Tafel benötigt. Die Reserve ist wichtig, um im Fall von Beschädigungen nicht neu drucken zu müssen. Bei Buchungen von Motiven der bundesweiten Gesamtkampagne entfallen die Druckkosten.

Großflächenplakat	
AUFLAGE	PREIS 18/1
1	52,36 €
3	159,46 €
5	261,50 €
10	366,52 €
15	421,26 €
20	476,00€
25	546,21€
30	604,52€
40	721,14 €
50	838,95€

Preis inkl. MwSt., Fracht, Verpackung und Handling





Im Gestaltungsportal findet ihr die passende Grundgestaltung für die Europawahl und die Kommunalwahlen.

Die Standorte für die mobilen Kandidierenden-Flächen müssen mit den örtlichen SPD-Geschäftsstellen abgesprochen werden, denn die notwendigen Genehmigungen für die Standorte der Tafeln werden von den örtlichen SPD-Geschäftsstellen bei den kommunalen Ämtern eingeholt.

Geplanter Standzeitraum der Wesselmann-Tafel: **Aufbau ab Mitte April bis Ende Mai 2019.**

Der Aufbau kann auch in der Woche vor dem 15. April erfolgen, wenn die Ämter dies erlauben. Der Abbau erfolgt in der Woche nach dem Wahltermin.

Bestellungen bitte direkt über die örtlichen Geschäftsstellen. Diese verfügen über einen Zugang zum Portal der Firma Wesselmann. Mit der Bestätigung der Buchung erhaltet ihr dann weitere Informationen zur Erstellung der Druckdaten, zum Druckunterlagenschluss und zur Lieferadresse des regionalen Aufstellers.

Auch bei der Beauftragung anderer Dienstleister zur Aufstellung von mobilen Großflächen kann das Gestaltungsportal zur Produktion der benötigten Plakate genutzt werden.



6. SERVICE

MOBILISIERUNG IST ALLES – JEDE STIMME ZÄHLT

INFOS, ANREGUNGEN UND ANFRAGEN PER E-MAIL AN:

aktiv@spd.de

Der Arbeitsbereich Mobilisierung versorgt euch mit allen wichtigen Wahlkampfinformationen, Materialhinweisen, Aktionstipps und Best-Practice-Beispielen. Ziel ist es, mit möglichst vielen Menschen direkt in Kontakt zu kommen.

Ab Februar 2019 findet ihr in unserer internen Kampagnenplattform kampagne.spd.de Materialien, Flugblätter, Aktionsideen, Themenflyer, Argumentationskarten sowie Kurzanalysen zu wichtigen Themen.

Wir werden in regelmäßigen Mailings über aktuelle Themen, Materialien, Botschaften, Hintergründe und Argumentationen informieren.

Politische Partner ansprechen

Ein Wahlkampf ist kein Selbstläufer. Wir müssen uns gemeinsam anstrengen. Deshalb beziehen wir die Organisationen, die der SPD nahe stehen, in unsere Kampagne ein. Gewerkschaften, Europa-Union, SPD-Aktivistinnen und -Aktivisten, Jugend-und Sozialverbände wie die Falken und die Arbeiterwohlfahrt sind starke Partner.

Die EUROPA-KAMPA wird deshalb die Aktiven vor Ort mit allen Argumenten, Handreichungen und Hilfestellungen versorgen, die für die Zusammenarbeit mit befreundeten Organisationen wichtig sind.

International mobilisieren

Die internationale Wahlkampagne hat zwei Aspekte:

6. SERVICE

Erstens müssen die bei uns lebenden EU-Bürgerinnen und -Bürger für die SPD gewonnen werden. Zweitens müssen wir die im Ausland lebenden Deutschen erreichen. Hier arbeitet die EUROPA-KAMPA eng mit den SPD-Auslandsorganisationen zusammen.

Wahlberechtigte EU-Bürgerinnen und EU-Bürger

In Deutschland lebende EU-Angehörige sind bei der Europawahl **und bei den Kommunalwahlen** wahlberechtigt. Um in Deutschland wählen zu können, müssen sie die Eintragung im Wählerverzeichnis ihrer Heimatgemeinde beantragen. Sie sind für die SPD eine wichtige Zielgruppe. Hierfür stellen wir alle wichtigen Informationen bereit, um sie anzusprechen und zu mobilisieren. Hierzu zählen Hinweise zu den Migrantenorganisationen, die uns nahestehen, Tipps zur Kontaktaufnahme, Wahlkampfmaterial in verschiedenen Sprachen und Handreichungen zum Wahlrecht.

Wahlkampf im Ausland

Über die SPD-Auslandsfreundeskreise und -ortsvereine wollen wir in der EUROPA-KAMPA die im EU-Ausland lebenden deutschen Wahlberechtigten ansprechen und zur Wahl mobilisieren.

Schlussspurt

Zum Ende des Wahlkampfs werden wir einen starken Schlussspurt hinlegen. Denn der Ausgang der Europawahl hängt entscheidend von der Wahlbeteiligung ab. Gerade in den letzten Tagen und Stunden des Wahlkampfs kommt es darauf an, als selbstbewusste und entschlossene Partei mit einer Vielzahl von – häufig auch ganz kleinen – Aktionen Menschen zum Wählen zu bringen. Schwerpunkt des Schlussspurts soll die unmittelbare Umgebung unserer Wahlkämpferinnen und Wahlkämpfer sein: der Kollegenkreis, die Nachbarschaft, die Verwandtschaft und der Freundeskreis. Dort kann man mit wenig Aufwand viel erreichen!

6. SERVICE

WAHLKAMPF MIT DEN JUSOS

Die Jusos sind gemeinsam mit den Juso-Hochschulgruppen für den Jugendwahlkampf der SPD zuständig. Sie führen eine eigenständige bundesweite Kampagne durch, die sich besonders an die junge Zielgruppe wendet. Ziel ist es, junge Wählerinnen und Wähler zu mobilisieren und von der SPD zu überzeugen. Der Schwerpunkt des Jugendwahlkampfs liegt auf Themen und Politikbereichen, die diese Zielgruppe besonders mit Europa verbindet und an denen in dieser Zielgruppe ein hohes Interesse besteht. Wir streiten für ein junges, gerechtes, nachhaltiges und offenes Europa.

Neben einer intensiven Online-Kampagne sind Aktionstage und -pakete zu unterschiedlichen Themen ein wichtiges Element der Juso-Kampagne. Diese enthalten aktionsspezifische Materialien sowie konkrete Vorschläge für kreative Wahlkampfaktionen. Weitere Materialien für den Jugendwahlkampf werden zu Jahresbeginn im SPD-Shop bestellbar sein.

Wir empfehlen, die örtlichen Jusos frühzeitig in die Kampagnenplanung einzubinden. Die Jusos sollten möglichst bald wissen, wo und wie sie vor Ort im Wahlkampf am besten unterstützen können. Und ihr solltet rechtzeitig mit den Jusos ins Gespräch kommen, damit sie ihre Ideen für Aktionen zur Ansprache junger Menschen und ihr Wissen, z.B. zu Social Media, in die Kampagne einbringen können. Wir empfehlen, die Juso-Vorsitzenden oder Juso-Wahlkampfbeauftragten (und eventuell die Hochschulgruppe) in eure Wahlkampf-

6. SERVICE

teams aufzunehmen. Nur ein reger Informationsaustausch kann dafür sorgen, dass der Jugendwahlkampf zu einer echten Stütze der SPD-Kampagne wird.

Für den erfolgreichen Jugendwahlkampf empfehlen wir, den örtlichen Juso-Gliederungen ein **eigenes Budget für den Wahlkampf** zur Verfügung zu stellen.

So kann sichergestellt werden, dass auch spontane

Wahlkampfideen schnell und eigenständig von den Jusos umgesetzt werden können und nicht durch bürokratische Prozesse aufgehalten werden.



6. SERVICE

VERANSTALTUNGEN

Ihr plant eine Veranstaltung mit eurer Kandidatin, eurem Kandidaten oder dem Spitzenduo zur Europawahl? Wir stellen euch zwei Formate vor, die langweilige und angestaubte Veranstaltungen in lebendige, interaktive Ereignisse verwandeln.

Fishbowl

Das Prinzip: Eine mittlere bis große Gruppe an Besucherinnen und Besuchern, Kandidierende und mutige Zuhörerinnen und Zuhörer, die den Schritt aus der Zuhörerschaft in die Diskussionsrunde wagen. Das ist die Basis für eine Diskussionsrunde nach der Fishbowl-Methode.

Die Methode: Die eingeladenen Kandidierenden und die Moderation nehmen auf dem Podium Platz. Ein bis zwei weitere Stühle auf dem Podium sind frei. Diese freien Plätze sind für das Publikum gedacht: für diejenigen, die sich in die Gesprächsrunde einbringen wollen. Die Stühle können solange besetzt bleiben bis ein anderer Gast durch "Abklopfen" signalisiert, dass er nun seinen Beitrag zum Thema einbringen möchte. Oder der Gast gibt nach seiner Frage bzw. seines Statements von sich aus den Platz frei.

Tipps: Erklärt das Format am Anfang der Veranstaltung und stellt die Kandidierenden vor. Zum "warm werden" stellt die Moderation zwei oder drei Fragen an die Kandidierenden. Dann ist das Publikum an der Reihe.

6. SERVICE

Der politische Bierdeckel: Maria Musterfrau stellt sich Euren Fragen

Das Prinzip: Eine Gruppe an Besucherinnen und Besuchern, Kandidierende und neugierige Fragestellerinnen und Fragesteller, die mehr über die/den Kandidatin/Kandidaten wissen wollen. Das ist die Basis für eine Kennenlernrunde nach der Bierdeckel-Methode.

Die Methode: Bei diesem Format wird auf eine lange Eröffnungsrede und Vorträge verzichtet. Vielmehr werden Interessierte eingeladen, ihre Fragen – ob persönlich oder politisch – per Bierdeckelnotiz an die Kandidierenden zu richten. Das "Bierdeckel-Kreuzverhör" setzt auf Information und Unterhaltung. Überraschung, Spaß und Vergnügen stehen im Vordergrund.

Tipps: Erklärt das Format am Anfang der Veranstaltung und stellt die Kandidierenden vor.

Zum "warm werden" stellt die Moderation ein oder zwei Fragen an die Kandidierenden. Dann werden die Fragen des Publikums gestellt.



7. ONLINE-WAHLKAMPF

ONLINE-WAHLKAMPF

Ziele

- Effektives Agenda-Setting
- Kampf gegen Fake-News in der digitalen Öffentlichkeit
- Enge Kommunikation mit Partei und Interessierten,
- Mobilisierung von und Informationen für Mitglieder, Unterstützerinnen und Unterstützer

Onlinekommunikation wird eine wichtige Säule des Europawahlkampfs werden. Ziel ist es, die Meinungshoheit im Netz zurückzuerlangen. Wir Demokratinnen und Demokraten werden uns nicht gefallen lassen, dass die Rechten die Kommentarspalten und Onlinedebatten für sich beanspruchen. Dies muss und wird von uns entschieden beantwortet werden. Unsere Kampagne wird deshalb zwei Hauptstränge bedienen, die sich gegenseitig stützen: informieren und mobilisieren!

SPD.de ist und bleibt der zentrale Anlaufpunkt für alle: Funktionäre, Unterstützerinnen und Unterstützer sowie Interessierte finden auf unserer Webseite Informationen zu unseren Zielen, Terminen und Kandidierenden.

Auf kampagne.spd.de werden zudem exklusive Informationen und Zugänge zu Tools zur Verfügung gestellt: vom Share-Pic-Generator, mit dem ihr eigene Social-Media-Motive im Stil der Europakampagne erstellen könnt bis zu Aktionspaketen, Informationen zur Kampagne und Argumentationshilfen. Hier findet ihr alles, was ihr braucht, um einen erfolgreichen Wahlkampf durchzuführen.

7. ONLINE-WAHLKAMPF

WEITERE INFORMATIONEN AUF

spd.de/digital-debating-team

INFOS, ANREGUNGEN ANFRAGEN newsdesk@spd.de

Den entsprechenden Zugang könnt ihr euch ganz leicht einrichten. Wichtig: Solltet ihr Ämter in eurem Bezirk oder Ortsverein ausüben, sollte dies in der Mavis vermerkt sein. Denn nur dann könnt ihr auf die entsprechenden Tools und Bereiche zugreifen. Falls ihr Probleme habt, wendet euch bitte an euren (Unter-) Bezirk oder Landesverband.

Meinungen werden heute besonders in den sozialen Netzwerken gemacht und verbreitet. Deshalb werden wir auch in diesem Wahlkampf unsere Positionen und Haltungen anschaulich, emotional und verständlich in den sozialen Medien verbreiten. Und mit den Menschen in den Dialog gehen. Im Vergleich zu vergangenen Kampagnen gibt es zwei zentrale Neuerungen, auf die wir uns einstellen müssen: Zum einen ist Facebook für uns nur noch

dann wirksam und reichweitenstark, wenn wir unsere Postings und Beiträge bewerben, also mit gekaufter Werbung anstoßen. Nur so erreichen unsere Inhalte die Menschen, die sie interessieren. Zum anderen ist die gesamte Mediennutzung nun endgültig mobil geworden. Das bedeutet: Wir müssen Videos und Postings vor allem für die optimale Nutzung auf dem Smartphone konzipieren: hochkant, unterwegs konsumierbar und kurzweilig.

Neben den Aktivitäten auf unseren eigenen Kanälen werden wir auch stärker in Debatten einsteigen. Dazu organisieren wir das "Digital-Debating-Team". Eine Gruppe von Menschen, die sich gemeinsam zum Ziel setzen, die Ideen eines sozialen und demokratischen Europas zu verteidigen: in sozialen Netzwerken, auf Medienseiten, überall dort, wo es notwendig ist.

8. FINANZEN

EINNAHMEN STEIGERN UND AUSGABEN SENKEN IM WAHLKAMPF

Die Erfahrung zeigt: Gerade in Wahlkämpfen sind mehr Menschen als sonst bereit, der SPD zu spenden. Und Veranstaltungen und Aktionen bieten einen attraktiven Rahmen, um Sponsorinnen und Sponsoren zu gewinnen.

Der feine Unterschied: Spende ist nicht gleich Sponsoring!

Eine **Spende** ist eine freiwillige Geld-, Sachzuwendung oder auch Dienstleistung. Es darf dabei keinerlei Gegenleistung geben.

Sponsoring ist eine besondere Form der Werbung, die auf Leistung und Gegenleistung beruht. Beide Seiten

gehen ein Geschäft ein, von dem das Unternehmen in Form eines Image- oder Kundengewinns profitieren will.

Ebenfalls wichtig: Sogenannte "Natürliche Personen" können Spenden an politische Parteien steuerlich absetzen. Für "Juristische Personen" (z.B. GmbHs oder Aktiengesellschaften) gibt es diese Möglichkeit nicht. Ausgaben für ein Sponsoring aber sind für Unternehmen Betriebskosten, die sie steuerlich geltend machen können.

Sponsoring in Kürze: "Mit freundlicher Unterstützung"

Zielgruppe: Sprecht Unternehmen und Einzelhändlerinnen und Einzelhändler aus eurer Region an.

8. FINANZEN



Was könnt ihr anbieten?

 Fläche für einen Werbestand auf einer Veranstaltung, Verteilung von Give-aways oder Wertgutscheinen, Logos auf Plakaten oder Einladungsflyern, Kooperation bei einer Preisvergabe für einen Wettbewerb oder ein Turnier.

Welche Form der Gegenleistung dürfen wir annehmen?

- Finanzielles Sponsoring: Das Unternehmen überweist einen vereinbarten Betrag an die Partei.
- Sach- und Dienstleistungen, die Ausgaben "ersparen" für Bier, Softdrinks, Würstchen, Brötchen, Kuchen, Blumen, "Preise", Verstärker, Mikrofone, Veranstaltungsräume, Druckerzeugnisse, Fahrzeuge etc.

Spendenwerbung in Kürze:

Zielgruppen: Die Genossinnen und Genossen. Aber auch euch bekannte mit der Partei sympathisierende Menschen, Unternehmerinnen und Unternehmer Selbständige, Handwerkerinnen und Handwerker, Geschäftsleute etc.

Instrumente: Das Gespräch, die persönliche Ansprache – traut euch, nichts funktioniert besser! Daneben: Immer noch das Mailing, also der persönliche Brief an ausgewählte Zielgruppen.

Veranstaltungen: Stellt bei allen Terminen – intern und extern – eine Spendenbox auf und macht darauf aufmerksam!

8. FINANZEN

Das Internet: Für große Wahlkreise und Landesverbände kann es sinnvoll sein, mit professionellen Tools zu arbeiten. Kleinere Gliederungen und Kandidaten-Seiten sollten eine Spendenseite haben, auf der die Bankverbindung des Spendenkontos steht und vielleicht ein einfaches Response-Formular, mit dem eine Einzugsermächtigung erteilt oder ein Überweisungsformular angefordert werden kann.

Für beide Einnahmeformen gilt: Spenden und Sponsoring müssen an eine Gliederung der Partei gehen, also auf ein Parteikonto! Kandidierende der SPD nehmen weder Spenden an, noch lassen sie sich sponsern.

Sponsoring und Spendenwerbung müssen rechtlich einwandfrei sein. Es gibt eine Reihe von gesetzlichen Regelungen, die unbedingt beachtet werden müssen. Hier Fehler zu machen, kann politisch und finanziell teuer werden. Sprecht mit eurer Kassiererin oder eurem Kassierer.

→ Die Regelungen dazu sind im "Handbuch Finanzen" aufgeführt, das ihr auf kampagne.spd.de (unter "Materialien für die Parteiarbeit") findet.



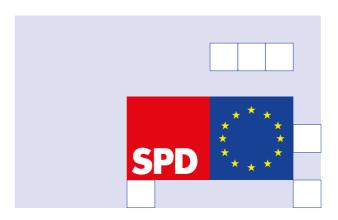


9. DAS LOGO

SPD-Logo und die Europaflagge werden direkt nebeneinander in gleicher Größe abgebildet.

Der Sicherheitsabstand des Logoblocks beträgt 1/3 vom einzelnen Logo.







Das Logo darf aufgrund der Lesbarkeit nicht kleiner als 3 cm in der Breite gesetzt werden.

9. DAS LOGO IM LAYOUT

Symbolansicht 18/1 (Großflächenformat quer)



Symbolansicht A0 hoch



Das Wahlkampflogo wird oben links platziert.

9. AM BEISPIEL KANDIDATENPLAKAT

Kandidatenplakat A0 hoch



9. DIE SCHRIFT

Es werden ausschließlich die Schriftschnitte aus der Familie der Schriftart **SPD TheSans** und **Brandon Grotesque** verwendet.

Schriftanwendung

DIE HEADLINE STEHT IN DER BRANDON GROTESQUE BLACK UND WIRD IN VERSALIEN GESETZT.

Subheadlines und Zwischenüberschriften stehen in der Brandon Grotesque Black.

Fließtexte werden auschließlich in der Hausschrift der SPD gesetzt.

Die Kampagnenschrift Brandon Grotesque ist kostenpflichtig. Wir empfehlen, die Josefin Sans als Freefont-Alternative für die Mitglieder und Aktivisten, die das Druckportal nicht nutzen können. https://fonts.google.com/specimen/Josefin+Sans

Die Hausschrift SPD TheSans steht für alle SPD-Landesverbände und -Gliederungen kostenfrei zur Verfügung. Sie kann unter produktion@spd.de bestellt werden. Bei der Bestellung ist die Angabe der eigenen SPD-Mailadresse und/oder die Angabe der eigenen Mitgliedsnummer notwendig. Nur so kann eine kostenfreie Zusendung erfolgen!

9. DIE FARBEN

Das SPD-Rot und das Europa-Blau sind die dominierenden Farben.

be SPD-Rot: HKS 14 • CMYK= 0/100/100/0 • RGB=227/0/15 • WEB=#E3000F



Europa-Blau: HKS 42 • CMYK= 100/80/0/0 • RGB=22/65/148 • WEB= #164194



Europa-Gelb: HKS 3 • CMYK= 0/0/100/0 • RGB=255/237/0 • WEB= #ffed00

9. DIE HEADLINE

Die Headline (idealerweise nur ein Wort) steht mittig in einem umrandeten Kasten auf dem Motiv. Die Eckenrundung sowie die Strichstärke ist an der Schrift angelehnt. Die Abstände links und rechts, oben und unten sind gleich.



9. DER HASHTAG

Der Hashtag für die Kampagne steht auf den Plakaten immer auf einem roten Kasten und wird komplett in Grossbuchstaben geschrieben. Der Hashtag steht als Download auf KAMPAGNE.SPD.DE bereit.

#HIERSTEHTDERHASHTAG

Die Schrift ist die Brandon Grotesque Black mit 60 Laufweite.

#HIERSTEHTDERHASHTAG

Die Schrift ist im Kasten mittig ausgerichtet und die Abstände links und rechts gleich sowie oben und unten.



WAHLKAMPFMATERIALIEN

Neben den individualisierbaren Kandidierenden-Materialien steht euch ein umfangreiches Sortiment an Themenplakaten, Themenflyern, Pledgecards und Streuartikeln zur Verfügung.

Das Wahlprogramm wird es in Kurz- und Langfassung sowie in sieben Sprachen geben.

All diese Produkte werden ab sofort schrittweise erstellt und im SPD-Shop bestellbar sein.

Schaut regelmäßig in die Rubrik "Europa" unter shop.spd.de!

Preisgestaltung

Bei der Auswahl der Druckereien und Lieferanten achten wir stets sorgsam darauf, den für euch günstigsten Preis anzubieten. Trotzdem müssen neben den Druckkosten auch die Nebenkosten wie Lagerung, Verpackung, Handling und Serviceleistungen für die Abwicklung eurer Bestellungen berücksichtigt werden.

Um Lieferengpässe zu vermeiden, werden wir Themenund SpitzenkandidatIn-Plakate sowie Themenflyer und Pledgecard vorproduzieren und für einen schnellen Abruf einlagern. Diese Maßnahme erhöht zwar den Verkaufspreis marginal, stellt jedoch sicher, dass die Materialien jederzeit für euch verfügbar sind! Bei Druck "on demand" (individualisierbare Produkte) entfallen

Themen- und Spitzenkandidierendenplakate

die Lagerkosten. Die Verkaufspreise sind dadurch in hohen Auflagen günstiger als die vergleichbare Lagerware. Dafür sind "on demand"- Artikel jedoch nicht sofort, sondern erst nach entsprechender Produktionszeit von bis zu 14 Arbeitstagen lieferbar.

Themen- und	Snitzenkan	didieren	dennlakat
Themen- und	Spitzelikali	ululereni	Jenpiakat

	THEMEN- PLAKAT	SPITZENKANDI- DATIN
HK A1	2,25 €	1,87€
Verpackungseinheit	56,25 € (25 St.)	46,75€
HK A0	4,45€	4,35€
Verpackungseinheit	111,25 € (25 St.)	108,75€
AW A1	2,55€	2,25€
Verpackungseinheit	63,75 € (25 St.)	56,25€
AW A0	4,40 €	4,25€

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer und zzgl. Versandkosten gemäß unserer AGB.



Themenplakat



Spitzen kandidieren den plakat

PRODUKT	PREIS
Pledgecard	4,00 € (100 Stück)
Mini-Bonbons	62,40 € (240 Boxen)
Banner-Pen	26,50 € (100 Stück)
Luftballons	37,50 € (500 Stück)
Ansteck-Pin	27,50 € (50 Stück)

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer und zzgl. Versandkosten gemäß unserer AGB.

FÜR EURE FRAGEN:

+49 (0)30 25993-650 info@imageshop.de shop.spd.de

KandidatInnenlinie



Europa-EinzelkandidatInnenplakat A1/A0



Doppelplakat A1 – Kombination Europa- und Kommunalwahl



Doppelplakat A1 – Kombination Europa- und Kommunalwahl



Europa-EinzelkandidatInnenplakat 18/1 Großfläche

Preise für Europakandidierenden- und Kommunalwahlmaterial

KandidatInnenplakat A1/A0 Papier

AUFLAGE	PREIS A1	PREIS A0
100	108,30 €	222,90 €
200	138,80 €	273,80 €
300	169,35€	350,40 €
500	197,15 €	394,25€
600	212,40 €	424,20 €
700	235,90 €	454,30 €
1.000	280,20 €	543,20 €
1.500	346,10 €	692,25€
2.000	420,60 €	841,20 €
3.000	569,55€	1.139,10 €
5.000	867,50 €	1.735,00€

DIN A1/A0,

4/0-farbig, 115 g Superaffichen mit blauer Rückseite, Lieferung frei Haus an eine Anschrift, inkl. MwSt., innerhalb von 8 Arbeitstagen nach Freigabe

Großflächenplakat

AUFLAGE	PREIS 18/1
1	56,90 €
3	170,70 €
5	280,15€
10	392,20 €
15	450,75€
20	509,40€
25	584,50€
50	897,70 €

18/1

4/0-farbig Lieferung frei Haus an eine Anschrift, inkl. MwSt., innerhalb von 10–14 Arbeitstagen nach Freigabe

KandidatInnenpl	akat A1/A0 Allwetter
-----------------	----------------------

AUFLAGE	PREIS A1 DOPPEL	PREIS A1 EINZEL	PREIS AO EINZEL
100	718,15 €	431,65 €	647,95€
150	934,35€	612,60 €	887,25€
200	1.186,00€	780,60€	1.182,90 €
300	1.574,55 €	893,40 €	1.429,20 €
400	2.008,00€	1.130,80 €	1.840,00€
500	2.348,45€	1.292,40 €	2.168,50 €
600	2.676,50 €	1.444,20 €	2.522,40 €
700	3.004,40 €	1.604,40 €	2.875,15 €
800	3.314,40 €	1.772,80 €	3.234,40 €
1.000	4.109,60 €	2.100,95 €	4.016,00 €
1.500	5.737,20 €	3.055,95 €	5.546,10 €
2.000	7.298,30 €	3.969,00€	7.057,40 €
3.000	10.146,90 €	5.695,20 €	10.013,70 €
5.000	16.230,00€	9.382,95€	16.227,25€

DIN A1/DIN A0 als Einzelplakat und als Doppelplakat A1,

4/0-farbig, 4/4-farbig, 450 g FSC zertifizierter Karton, inkl. Bohrung und Kabelbinder Lieferung frei Haus an eine Anschrift, inkl. MwSt., innerhalb von 10–14 Arbeitstagen nach Freigabe

Preise für Europakandidierenden- und Kommunalwahlmaterial

KandidatInnenplakat A1/A0 Hohlkammer	

	<u>'</u>		
AUFLAGE	PREIS A1 DOPPEL	PREIS A1 EINZEL	PREIS AO EINZEL
100	635,40 €	250,70 €	563,00€
150	859,50 €	368,55€	844,20 €
200	1.041,60 €	462,50 €	1.048,00€
300	1.409,55€	691,80 €	1.352,25 €
400	1.772,80 €	922,40 €	1.795,60 €
500	2.113,70 €	1.266,95 €	2.177,35 €
600	2.529,00€	1.482,60 €	2.545,80 €
700	2.888,20 €	1.684,90 €	2.772,00€
800	3.199,20 €	1.844,00€	3.066,40 €
1.000	3.819,90 €	2.100,95 €	3.667,20 €
1.500	5.367,00€	2.941,35 €	5.462,55€
2.000	6.901,40 €	3.641,80 €	7.003,20 €
3.000	9.931,80 €	5.080,50€	10.084,80 €
5.000	15.980,00€	7.831,00 €	16.235,00 €

DIN A1/DIN A0 als Einzelplakat 4/0-farbig, 450 g Hohlkammer, inkl. Bohrung 10fach und Kabelbinder

Doppelplakat A1

4/4-farbig, 450 g Hohlkammer, inkl. Bohrung 8fach und Kabelbinder Lieferung frei Haus an eine Anschrift, inkl. MwSt., innerhalb von 10–14 Arbeitstagen nach Freigabe

Visitenkarten mit KandidatInnenbild

AUFLAGE	PREIS
250	19,00€
500	19,25 €
1.000	22,00€

85 x 55 mm

2-seitig, 4/4-farbig, 350 g Bilderdruck matt Lieferung frei Haus an eine Anschrift, inkl. MwSt., innerhalb von 5 Arbeitstagen nach Freigabe

KandidatInnenflyer

AUFLAGE	PREIS DL
5.000	204,00€
7.500	306,00€
10.000	311,00 €
15.000	466,50 €
20.000	622,00€
30.000	933,00€
40.000	1.244,00 €

Postkarte	
AUFLAGE	PREIS A6
2.000	41,30 €
3.000	51,30 €
4.000	60,80€
5.000	75,50 €
7.500	104,85€
10.000	127,60 €
20.000	254,20 €

DIN A6

2-seitig, 4/4-farbig, 300 g, Bilderdruck matt Lieferung frei Haus an eine Anschrift, inkl. MwSt., innerhalb von 5 Arbeitstagen nach Freigabe

DIN Lang

6-seitig, 4/4-farbig, 170 g Bilderdruck, im Zickzackfalz Lieferung frei Haus an eine Anschrift, inkl. MwSt., innerhalb von 7 Arbeitstagen nach Freigabe

Einzel-, Doppel-, Gruppen- und Veranstaltungsplakat



Kommunalwahlplakat A1/A0



Doppelplakat A1 – Kombination Europa- und Kommunalwahl



Doppelplakat A1 – Kombination Europa- und Kommunalwahl

18/1 Großflächen



Kommunalwahlplakat 18/1 Großfläche mit regionalem SPD-Logo



Kommunalwahlplakat 18/1 Großfläche mit regionalem SPD-Logo in Kombination mit dem Europasignet und optionalem Störer

Visitenkarte mit KandidatInnenbild



mit Europasignet und hervorgehobener Telefonnummer



mit Europasignet und hervorgehobener E-Mail-Adresse



mit hervorgehobener Telefonnummer



Exemplarische Abbildungen

mit hervorgehobener E-Mail-Adresse

Visitenkarte





mit Europasignet und hervorgehobener Telefonnummer

mit Europasignet und hervorgehobener E-Mail-Adresse





mit hervorgehobener Telefonnummer

Rückseite

Postkarte

Exemplarische Abbildungen





KandidatInnen-Postkarte A6, Rückseite

Flyer DIN Lang, 6-seitig



KandidatInnen Flyer DIN Lang, Zickzackfalz



Den Flyer bieten wir Euch in DIN lang, 6-seitig, in hochwertiger Papierqualität an. Im Gestaltungsportal habt Ihr die Möglichkeit, über einen Seitenbaukasten individuell die Seiten im Flyer zusammenzustellen, der Eure Inhalte und KandidatInnenabbildungen berücksichtigt.

weitere kombinierbare Beispielseiten











HOTLINE

Montags bis freitags von 9 bis 18 Uhr An Wochenenden von 12 bis 18 Uhr

Telefon: (030) 25991-500

Fax: (030) 25991-375

E-Mail: parteivorstand@spd.de

www.spd.de

Impressum:

Herausgeber SPD-Parteivorstand, Willy-Brandt-Haus, Wilhelmstraße 141, 10963 Berlin Fotos: Susie Knoll, Thomas Imo/Photothek, Meyrick Villarica/EyeEm, Tawanlubfah/Colourbox, Todor Tsvetkov/GettyImages Druckerei: Dräger+Wullenwever print+media Lübeck GmbH & Co. KG, Grapengießerstraße 30, 23556 Lübeck