



SPD

**DIE KAMPAGNE ZUR
BUNDESTAGSWAHL 2005.**

Vertrauen in Deutschland.

Herausgeber:

SPD-Partei Vorstand, Wilhelmstraße 141, 10963 Berlin, Telefon: (030) 2 59 91-0,
E-Mail: partei.vorstand@spd.de, Internet: www.spd.de

Konzeption und Gestaltung:

B U T T E R ■

November 2005

Seite 4	VORWORT
Seite 6	ORGANIGRAMM
Seite 7	DIE KAMPA 2005
Seite 8	DIE AUSGANGSLAGE
Seite 10	DIE KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE
Seite 25	DIE WAHLKAMPFMATERIALIEN
Seite 34	DIE WAHLKAMPFTOUR
Seite 36	UNTERSTÜTZER/WAHLINITIATIVEN UND TESTIMONIALS
Seite 37	DER ONLINE-WAHLKAMPF
Seite 40	INFORMATION UND MOBILISIERUNG
Seite 42	DAS ERGEBNIS



Liebe Genossinnen und Genossen, liebe Leserinnen und Leser!

Dies war ein wilder Bundestagswahlkampf, und dies in mehrfacher Hinsicht:

Er kam zunächst aus dem toten Winkel. Die Entscheidung von Gerhard Schröder und Franz Müntefering nach der verlorenen Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen, ein Votum der Wählerinnen und Wähler zu suchen, war mutig und im Interesse Deutschlands zugleich. Aber weder die Öffentlichkeit noch die Partei noch wir im Willy-Brandt-Haus waren auf einen Bundestagswahlkampf vorbereitet.

Mit der Ankündigung von Franz Müntefering und Gerhard Schröder am Wahlabend der Nordrhein-Westfalen-Wahl, Neuwahlen zu suchen, hatten wir für alle Arbeiten, die mit einem Bundestagswahlkampf verbunden sind, insgesamt nur 119 Tage Zeit.

Dieser Wahlkampf war aber auch in anderer Hinsicht äußerst ungewöhnlich, weil wir als SPD aus einer fast hoffnungslosen demoskopischen Situation starten mussten. Stimmungswerte von knapp 25%, nach Meinung der Demoskopien ein Verlust von der Hälfte der Wählerinnen und Wähler von 2002 – das waren nur einige Zahlen, die uns Woche für Woche erreichten und mit denen die Wahlkämpferinnen und Wahlkämpfer der SPD tagtäglich auch medial eingedeckt wurden.

Und dieser Wahlkampf war auch deswegen ungewöhnlich, weil wir in einer völlig veränderten Konkurrenzsituation die Kampagne aufbauen mussten: Die erweiterte PDS stellte nicht nur die SPD in den neuen Bundesländern vor neue Herausforderungen.

Die Ergebnisse unseres Wahlkampfes sind bekannt und müssen nicht wiederholt werden, sie sind ein relativer Erfolg. Diese Dokumentation soll einen Überblick über verschiedene Wahlkampfinstrumente geben und auch ein wenig von der Denk- und Arbeitsweise vermitteln, die wir in der Kampa im WBH genutzt haben.

„Vertrauen in Deutschland.“ war eine zentrale argumentative Achse unserer Kampagne. Gegen die Stimmungsmache und das Schlechtrede des Landes setzten wir von Anfang an eine optimistische und positive Grundbotschaft. Der Vertrauensbegriff war natürlich gerade im engen zeitlichen Zusammenhang mit der Vertrauensfrage im Deutschen Bundestag provokativ, und das war auch so gemeint. Es gibt den philosophischen Grundsatz, dass man immer an der stärksten Stelle der opponierenden Argumentation ansetzen muss, und dies ist mit dem Reklamieren des Vertrauensbegriffs für die SPD verbunden. Es verbindet sich auch mit unserer Grundhaltung als Sozialdemokratinnen und Sozialdemokraten: Wir sind fest davon überzeugt und haben dies im Wahlkampf immer wieder deutlich gemacht, dass dieses Land stark ist und nur durch eine Aktivierung seiner Erfahrungen die kommenden Herausforderungen bewältigen kann.

Eine wesentliche Grundlage für den relativen Erfolg im Bundestagswahlkampf war die richtige Positionierung der Kampa im WBH als Parteizentrale inmitten der SPD, eine intensive Verzahnung von dezentralen und zentralen Wahlkampfaktivitäten und die Grundentscheidung, keinen Top-down-Wahlkampf zu führen.

Franz Müntefering hat sehr früh darauf hingewiesen, dass der Bundestagswahlkampf 2005 „keine Inszenierung der Inszenierung“ sein wird. Sicherlich: Moderne Wahlkämpfe sind auch Medienwahlkämpfe und gegen die Medien kann man sich nicht durchsetzen.

Aber allein durch die Medien kann man auch keinen Wahlkampf gewinnen, und eine wesentliche Erfahrung dieser Monate war für mich, dass unser stärkstes Pfund überzeugte Sozialdemokratinnen und Sozialdemokraten in den 299 Wahlkreisen sind, die in ihrer Freizeit am Feierabend, am Wochenende für unsere Grundwerte argumentieren und die Meinungsbildung in Millionen Gesprächen vorantreiben.

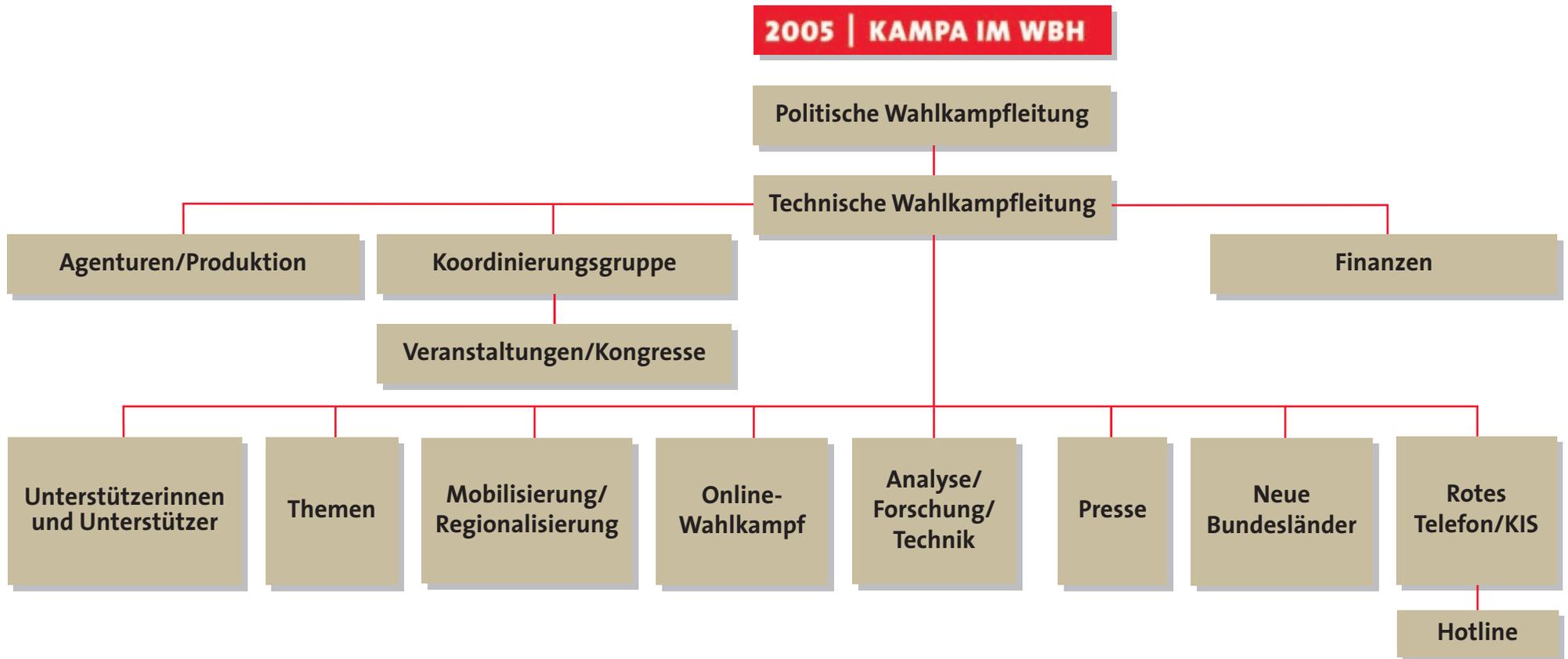
Die entscheidende Grundlage war der furiose Wahlkampf unseres Spitzenmannes und Bundeskanzlers Gerhard Schröder. Er hat auf unzähligen Marktplätzen und in zahllosen Hallen das Meinungsklima verändert. Dieser Einsatz war beispielhaft und beispielgebend. Und: Wir haben diesen Wahlkampf gemeinsam geführt auf einer klaren programmatischen Grundlage. Mit der Verabschiedung des Wahlmanifestes am 4. Juli waren die wesentlichen inhaltlichen Grundlinien für unseren Wahlkampf gelegt.

Das war sicherlich nicht ein Wahlkampf nach dem Lehrbuch. Die üblichen Schrittfolgen und Phasen konnte man getrost vergessen. Die Chance lag in der Paradoxie sehr hoher Zustimmungswerte für die Union, einer fast hoffnungslosen Ausgangslage für die SPD und in der Dynamik, Themen und Zuspitzungen zu finden, zu definieren und medial und im Straßenwahlkampf der Partei durchzusetzen.

Diese Dokumentation zeigt nur einen kleinen Teil des Wahlkampfes und kann sicherlich nicht vollständig sein. Allein die Wahlkampfarbeit der Jusos und Jungen Teams und der so genannten 60plus-Teams verdient eine eigene Dokumentation. Sie waren an vielen Stellen das Rückgrat des Wahlkampfes in den Wahlkreisen. Es gab viele gute Ideen aus den Wahlkreisen, die wir gerne aufgegriffen haben. Wir haben uns bemüht, die Kreativität, die Kraft der SPD zu nutzen und ihr nicht im Wege zu stehen – es hat weitgehend geklappt und geholfen.



Euer
Kajo Wasserhövel





DIE AUSGANGSLAGE

GRUNDSTIMMUNG

Mit der Ankündigung von Neuwahlen am Abend des 22. Mai 2005 setzte eine dramatische Wechselstimmung im Land ein.

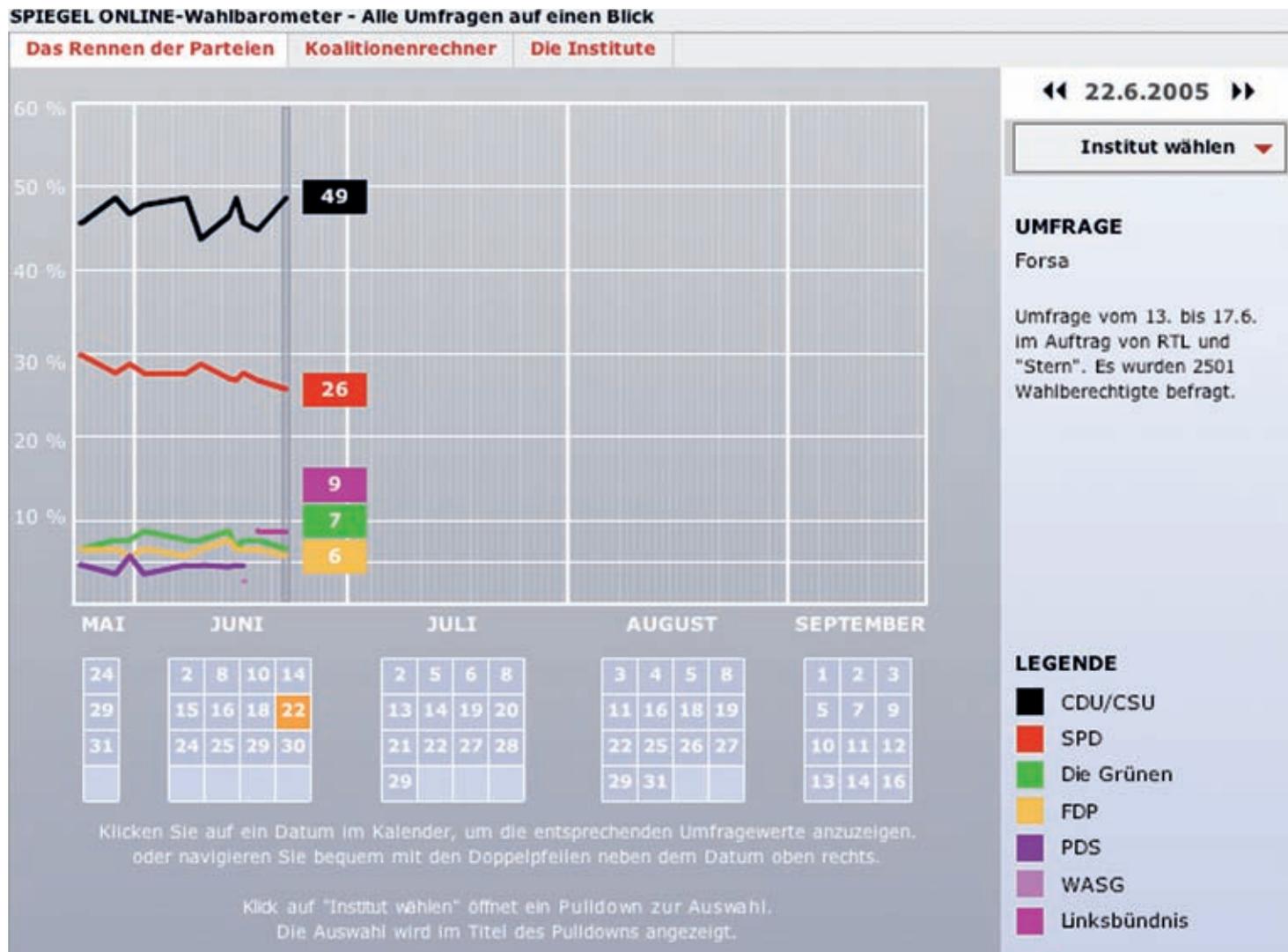
Eine klare Mehrheit für CDU/CSU und FDP galt als selbstverständlich. Die wirtschaftliche Situation des Landes wurde täglich düsterer beschrieben. In der veröffentlichten Meinung sollte „durchregiert“ werden.

Und die Umfragewerte der Meinungsforschungsinstitute bestätigten Woche für Woche den deutlichen Vorsprung der Union.

Der Bundeskanzler und die SPD kamen in der Berichterstattung nur noch in Nachbetrachtungen vor.

AM 21. JULI RIEF BUNDESPRÄSIDENT KÖHLER SCHLIESSLICH NEUWAHLEN AUS. DER WAHLKAMPF KONNTE BEGINNEN.





DIE KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE

Großflächenplakate – Dekade 1

Die SPD stand vor der sehr schwierigen Frage, wie man einen Wahlkampf eröffnet, der für Medien und Menschen bereits entschieden schien. Es musste ein neuer Weg gefunden werden.

Aus Untersuchungen war bekannt, dass die SPD inhaltlich in drei Feldern punkten konnte: Mut zu Reformen, Friedenspolitik, soziale Gerechtigkeit. Diese Felder wurden in fünf Plakaten bearbeitet und am Ende immer mit der Frage versehen: „Aber wofür stehen die anderen?“ Damit sollten die Menschen zum Nachdenken gebracht werden.

Grafisch unterstützt wurde der neue Stil durch einen völlig neuen Auftritt der SPD mit dem Hintergrundfarbton Umbra. Er löste das bisher übliche Blau ab und sorgte durch seine Außergewöhnlichkeit für neue Aufmerksamkeit.



Vertrauen
in Deutschland.

**WIR STEHEN FÜR DEN
MUT ZUM FRIEDEN.**

**ABER WOFÜR STEHEN
DIE ANDEREN?**



**WIR STEHEN FÜR
SOZIALE
GERECHTIGKEIT.**

Vertrauen
in Deutschland.

**ABER WOFÜR STEHEN
DIE ANDEREN?**



**WIR STEHEN FÜR DEN
MUT ZU REFORMEN.**

Vertrauen
in Deutschland.

**ABER WOFÜR STEHEN
DIE ANDEREN?**



**WIR STEHEN FÜR
MODERNE
FAMILIENPOLITIK.**

Vertrauen
in Deutschland.

**ABER WOFÜR STEHEN
DIE ANDEREN?**



**WIR STEHEN FÜR DEN
KÜNDIGUNGSSCHUTZ.**

Vertrauen
in Deutschland.

**ABER WOFÜR STEHEN
DIE ANDEREN?**

DIE KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE

Großflächenplakate – Dekade 2



In der zweiten Dekade kam erstmals der Kanzler werblich zum Einsatz. Die drei zentralen Themen der SPD-Kampagne wurden einem Bild des Kanzlers zugeordnet, wie man ihn aus der politischen Berichterstattung kennt. Also keine Studiobilder, sondern reale Bilder des Presse-

fotografen Marco Urban, der den Kanzler im Juni/Juli begleitete. Schweiß auf der Stirn blieb Schweiß auf der Stirn, es fand keine künstlich anmutende Retusche statt. Wie der gesamte Wahlkampf sollten auch die Plakate echt und ernst wirken.

Das Plakatmotiv der dritten Dekade zeigt den Kanzler in einem sehr intensiven Porträt des Fotografen Konrad R. Müller.

Die Worte „Kraftvoll. Mutig. Menschlich.“ standen auf diesem Plakat sowohl für die Person Gerhard Schröder als auch für den Willen der SPD, das Land auch in Zukunft ebenso kraftvoll wie mutig zu führen, ohne dabei die Menschlichkeit unter die Räder kommen zu lassen.

In der letzten Woche vor der Wahl wurde dieses Motiv noch mit dem Aufkleber „Damit Deutschland sozial bleibt – beide Stimmen: SPD“ ergänzt.



DIE KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE

Themenplakate

**FÜR DEN
FRIEDEN.
GEGEN BLINDE
GEFOLGSCHAFT.**

SPD
Vertrauen
in Deutschland.

www.spd.de

**FÜR MODERNE
FAMILIEN-
POLITIK.
GEGEN DEN
RÜCKSCHRITT.**

SPD
Vertrauen
in Deutschland.

www.spd.de

**FÜR CHANCEN-
GLEICHHEIT.
GEGEN
STUDIEN-
GEBÜHREN.**

SPD
Vertrauen
in Deutschland.

www.spd.de

**FÜR SOZIALEN
FORTSCHRITT.
GEGEN
SOZIALEN
KAHLSCHLAG.**

SPD
Vertrauen
in Deutschland.

www.spd.de

**FÜR DEN
KÜNDIGUNGS-
SCHUTZ.
GEGEN
DIE WILLKÜR.**

SPD
Vertrauen
in Deutschland.

www.spd.de

**FÜR DEN
ATOMAUSSTIEG.
GEGEN NEUE
ATOMKRAFT-
WERKE.**

SPD
Vertrauen
in Deutschland.

www.spd.de

Die Themenplakate kommunizierten zum einen die zentralen Wahlkampfthemen der SPD. Zum anderen machten sie aber auch sehr deutlich, was die Alternativen dazu sind.

Die Plakate wurden direkt durch die Partei plakatiert. Neben den hier abgebildeten gab es weitere mit den Aussagen: ■ Für faire Steuern. Gegen Mehrwertsteuererhöhung. ■ Für den Gemeinsinn. Gegen die Gier. ■ Für die Bürgerversicherung. Gegen die Kopfpauschale. ■ Für faire Löhne. Gegen Lohndumping.

DIE KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE

Angriffsplakate



Direkt gegenüber vom Willy-Brandt-Haus hatte die SPD für die gesamte Wahlkampfzeit drei nebeneinander befindliche Plakataflächen gebucht. Auf diesen konnte fast tagesaktuell auf das politische Geschehen reagiert und der politische Gegner angegriffen werden.

Die Medien nahmen diese Plakatmotive dankbar auf und verbreiteten deren Botschaften durch ihre Berichterstattung kostenlos für die SPD im ganzen Land. Die Themen: die anfängliche Konzeptlosigkeit der politischen Gegner und die Zumutungen, die der Bevölkerung durch Programmatik und Personal der Union drohten.



VON WEM WERDEN SIE LIEBER GESCHRÖPFT?



● Paul Merz



● Friedrich Kirchoff

Sie zahlen drauf mit Merkel-Merz und Kirchoff-Kahlschlag:
Schichtarbeiter, Pendlar, Nachtarbeiter, Familien, Auszubildende, Studenten...

www.spd.de

Auch im Inneren des Willy-Brandt-Hauses wurde das große Interesse der Medien genutzt. Weitere Plakate wurden strategisch so positioniert, dass sie bei Berichterstattungen und Interviews möglichst oft zu sehen waren.

DIE KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE

Spots



Ein Großteil der TV-Kampagne war ganz auf den Bundeskanzler zugeschnitten. Ein 60-sekündiger Spot auf ARD/ZDF sowie ein 30 Sekunden langer auf den privaten Sendern setzten ihn ernsthaft und ohne Schnörkel in Szene.

TV: DEUTSCHLAND BRAUCHT EINEN BUNDESKANZLER, 60"

Im ersten Teil des 60-Sekunden-Spots geht der Bundeskanzler im geschäftigen Schritt mit einem Stab von Mitarbeitern durch das Kanzleramt direkt auf die Kamera zu. Aufgelockert wird dies durch schnelle Zwischenschnitte, in denen man Gerhard Schröder bei öffentlichen Auftritten, Reden und Besichtigungen sieht. Für zusätzliche Dynamik sorgt eine eigens komponierte Musik, die während des gesamten Spots im Hintergrund läuft.

Eine Stimme begleitet diesen Part und macht deutlich, welche Eigenschaften und Themenbereiche für einen deutschen Bundeskanzler unverzichtbar sind:

- Deutschland braucht einen Bundeskanzler, der für eine moderne Familienpolitik eintritt.
- Deutschland braucht einen Bundeskanzler, der den Atomausstieg weiter durchsetzt.
- Deutschland braucht einen Bundeskanzler, der für neue Arbeit auch die Wirtschaft in die Pflicht nimmt.
- Deutschland braucht einen Bundeskanzler, der sich stark macht für den Kündigungsschutz.
- Deutschland braucht einen Bundeskanzler, der mutig unser Land erneuert.

- Deutschland braucht einen Bundeskanzler, der sich entschlossen für die soziale Gerechtigkeit einsetzt.
- Deutschland braucht einen Bundeskanzler, der standhaft bleibt für den Frieden.

Gleichzeitig werden die einzelnen Aspekte in Schlagworten mit eingeblendet.

Am Ende des Spots wendet sich der Bundeskanzler mit großer Eindringlichkeit direkt an die Zuschauer. Gerhard Schröder: „Deutschland ist auf dem richtigen Weg. Es ist der sicherste und gerechteste Weg in eine gute Zukunft. Dafür stehe ich.“



TV: SIE ENTSCHEIDEN, 30"

Im 30-Sekunden-Spot spricht der Bundeskanzler von Anfang an zum Wähler und macht ihm deutlich, vor welcher Entscheidung er am 18. September steht.

Gerhard Schröder:

„Sie entscheiden, ob die Marktwirtschaft sozial bleibt.

Sie entscheiden, ob Deutschland starke Friedensmacht in der Welt bleibt.

Sie entscheiden, ob in unserem Land alle eine Chance auf Bildung, Teilhabe und Wohlstand haben.

Deutschland ist auf dem richtigen Weg. Es ist der sicherste und gerechteste Weg in eine gute Zukunft. Dafür stehe ich.“



TV: MERKEL-MINUS, 30"

Wie im gesamten Wahlkampf war die unausgewogene Steuer- und Kürzungspolitik von Frau Merkel und der Union auch im TV ein Thema, anhand dessen die SPD ihre soziale Kompetenz hervorheben und die ungerechte Politik der Union verdeutlichen konnte. Das Reizwort, das die Belastungen für Bürgerinnen und Bürger plakativ zusammenfasste: das Merkel-Minus.

Anhand von Beispielen wird aufgezeigt, welche jährliche finanzielle Belastung bei einer CDU/CSU-geführten Regierung auf die Menschen zukommen würde.

Zusätzlich kommentiert dies ein Sprecher:
„Achtung! Das bedeuten die CDU/CSU-Pläne für Sie: Eine Krankenschwester zahlt für die Steuerattacke der Union fast 500 Euro,

ein Facharbeiter im Schichtbetrieb verliert über 1.000 Euro,

eine Familie mit Kindern in der Ausbildung zahlt fast 3.600 Euro mehr im Jahr.

Und wofür? Für die Senkung der Spitzensteuer um über 3 Milliarden Euro. Deutschland muss sozial bleiben. Am 18. September: SPD.“



KINO: ZU LANGE?, 50"

Inmitten eines Umfeldes, das sich normalerweise durch Action, Effekte, Lautstärke und teure Inszenierung auszeichnet, setzt der Kino-Spot einen innovativen, überraschenden Kontrapunkt. Er konfrontiert den Zu-

schaumer mit einem einzigen Standbild. Es zeigt Dr. Westerwelle, Dr. Merkel und Dr. Stoiber auf einer Bundespressekonferenz. Nach 40 quälend langen Sekunden wurde das Kinopublikum schließlich erlöst.

Mit der Frage: 40 Sekunden sind Ihnen schon zu lang?

Aus den Kinos wurde von spontanem Beifall bis hin zu regelrechtem Jubel berichtet.

DIE KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE

Spots



IMAGEFILM: DEUTSCHLAND 2005

Dieser 5-minütige Film wurde vor vielen hunderttausend Menschen auf Großveranstaltungen unmittelbar vor dem Einzug des Bundeskanzlers oder des Parteivorsitzenden gezeigt.

Der Spot konterkariert das Schlechttreden des Landes durch die Union und Frau Merkel („Noch nie ging es Deutschland so schlecht wie heute“) mit positiven Fakten zu Deutschland und zeigt auf, welche Fortschritte unter

sieben Jahren rot-grüner Regierung erzielt wurden. Der Film endet mit einem leidenschaftlichen Bekenntnis zum Land und zu den Menschen. Denn die SPD hat „Vertrauen in Deutschland“.



INTERNET: DIE KUGEL, 50"

Mitten im Wahlkampf hat die SPD innerhalb von 48 Stunden auf Basis von Gerüchten um den angeblichen CDU-Wahlspot auf volles Risiko einen Antwort-Spot produziert. Der Bundesgeschäftsführer der SPD stellte den Spot „Die Kugel“ dann der Presse vor, ohne zu wissen, ob die CDU ihren Kugel-Spot tatsächlich gedreht hatte. Am nächsten Tag wurde der CDU-Generalsekretär bei seiner Spot-Präsentation auf dem falschen Fuß erwischt. Die Journalisten hatten am Tag zuvor bereits die Persiflage darauf gesehen. Der Spot, der nie im Fernsehen eingebucht wurde, wurde in zahlreichen TV-Beiträgen kostenlos ausgestrahlt und ging auf CNN sogar um die Welt.

Der Ablauf des Spots: Wir blicken auf die Statur einer Frau im apricotfarbenen Kostüm – in der Farbe, in der Frau Merkel zu dem Zeitpunkt am liebsten in der Öffentlichkeit auftrat. Die Frau fängt eine Kugel auf, die, wie im CDU-Spot, einen Tisch entlangrollt. Sie wirft die Kugel mehrfach in ihren Händen hin und her, bis sie ihr schließlich entgleitet und zu Boden fällt.

Das Hin und Her wird von einem Sprecher kommentiert: „Frau Merkel will angeblich keine deutschen Soldaten im Irak. Aber noch vor zwei Jahren wollte sie auch militärische Mittel einsetzen.“

Frau Merkel war vor kurzem noch gegen eine höhere Mehrwertsteuer. Jetzt will Frau Merkel die Mehrwertsteuer erhöhen.

Frau Merkel wollte die Pendlerpauschale erst ganz abschaffen, dann teilweise, dann vielleicht doch wieder ganz.

Frau Merkel möchte, dass die Bruttolöhne sinken. Oder die Nettolöhne steigen. Oder die Bruttolöhne steigen? Oder brutto, netto, Nettolöhne, brutto, netto, steigen, sinken?

Frau Merkel kann sich nicht entscheiden. Aber Sie können es.“

SPD **VERTRAUEN IN DEUTSCHLAND.**

Bundeskanzler Gerhard Schröder und die SPD streben Neuwahlen an.

Wir haben begonnen, unser Land zu erneuern. Wir haben getan, wozu andere viel Zeit, aber keinen Mut hatten. Wir handeln entschlossen, wo andere blockieren. Wir reden Klartext, wo andere nur taktieren.

Mit unserer Politik hat Deutschland eine gute Zukunft.

Vieles ist schon erreicht. Vieles ist auf gutem Weg. Manches muss noch begonnen werden.

Wir sind entschieden und zum Handeln bereit.

Wir werden gemeinsam die Ziele erreichen, wenn wir auf dem richtigen Weg bleiben und ihn sozial und demokratisch gestalten:

Wir wollen Wohlstand für unser Land, mit einer erfolgreichen Wirtschaft und gerechter Teilhabe aller.

Wir wollen einen starken und sozialen Staat, der seinen Menschen Sicherheit gibt und ihnen so Chancen eröffnet.

Wir wollen eine menschliche Gesellschaft, die sich der Freiheit, Gerechtigkeit und Solidarität verpflichtet fühlt, in Deutschland und in Europa.

Mit Bundeskanzler Gerhard Schröder haben wir die Grundlagen dafür geschaffen. Wir haben Vertrauen in die Kraft der Menschen und in unsere Reformen anzupacken und Gutes daraus zu machen.

Vertrauen in Deutschland.

Weitere Informationen über die SPD und unser Wahlmanifest finden Sie auf www.spd.de

Zum Auftakt des Wahlkampfes schaltete die SPD in überregionalen Tageszeitungen eine Anzeige, in der sie auf ihre Ziele und auf das Motto ihres Wahlmanifestes aufmerksam machte, das gleichzeitig auch ihr Slogan für den Wahlkampf war. „Vertrauen in Deutschland“ wurde so zum ersten Mal inhaltlich mit Leben gefüllt.

Während Frau Merkel und andere prominente Politiker der Union sich gegenseitig darin überboten, die Situation im Land am schwärzesten zu malen, zeigten sich immer mehr Erfolge der rot-grünen Reformpolitik. Wie man diese Erfolge am glaubwürdigsten kommuniziert? Indem man sich der objektiven Meinung der Presse bedient.

„EXPERTEN GLAUBEN FEST AN DEN AUFSCHWUNG“
Der Tagesspiegel, 24.08.2005

„DAS AUSLAND FEIERT DEUTSCHEN STANDORT“
Welt am Sonntag, 21.08.2005

„GUT GEMACHT, DEUTSCHLAND“
Manager Magazin, 04.08.2005

„SOGAR DIE ARBEITSLOSIGKEIT BEGINNT ZU SINKEN“
Economist, 20.08.2005

„Noch nie ging es Deutschland so schlecht wie heute“
Angela Merkel, 11.07.2005

„REFORMEN ZEIGEN ERSTE ERFOLGE“
Capital, 07.07.2005

„DEUTSCHLAND ZÄHLT ZU DEN 6 WETTBEWERBSFÄHIGSTEN STANDORTEN DER WELT“
Weltwirtschaftsforum

„KONJUNKTURKLIMA IN DEUTSCHLAND STARK VERBESSERT“
Spiegel Online, 23.08.2005

**Keine Chance den Miesmachern!
Deutschland ist auf dem richtigen Weg.**

Viele Experten aus dem In- und Ausland zollen Gerhard Schröder und allen Deutschen Respekt dafür, wichtige Reformen gemeinsam angepackt zu haben. Es geht voran.

Aber Frau Merkel und ihre Helfer reden weiter alles schlecht. Die Arbeitslosigkeit ist seit Februar um fast eine halbe Million zurückgegangen, die Wirtschaftsindikatoren zeigen steil nach oben, der Export brummt.

Doch CDU/CSU und FDP passt das nicht. Sie brauchen schlechte Zahlen, um ihre ungerechten neoliberalen Vorhaben zu rechtfertigen.

Frau Merkel macht Wahlkampf auf Kosten Deutschlands. Sie ist nicht geeignet, dieses Land zu führen.

Bundeskanzler Gerhard Schröder erneuert Deutschland und erhält den sozialen Zusammenhalt.

SPD **Damit unser Land sozial bleibt.**
Am 18. September: SPD

Vertrauen in Deutschland. www.spd.de

Wie in vielen anderen Medien setzte sich die SPD auch in Anzeigen mit der sozialen Ungewogenheit des Unionsprogramms und den handelnden Akteuren auseinander. Frau Merkel und der Radikal-Reformer Paul Kirchhof erwiesen sich dabei als besondere Kontrastpunkte zu den Inhalten der SPD.

RADIKAL UNSOZIAL: DIE CDU/CSU-PLÄNE FÜR DEUTSCHLAND.

Den meisten Menschen ginge es schlechter mit CDU/CSU. Und Ihnen?

Familie: 3.300 Euro brutto, Alleinverdiener, Schichtarbeit, ein Kind beginnt eine Lehre, ein Kind will studieren. CDU/CSU-Plan: Erhöhung der Mehrwertsteuer, Wegfall der Steuerfreiheit für Sonn-, Feiertags- und Nachtzuschläge, Kürzung der Pendlerpauschale, Kürzung der Ausbildungsvergütung, Studiengebühren. Merkel-Minus im Jahr: 3.596 Euro	Krankenschwester: 2.300 Euro brutto, Entfernung zur Arbeit 30 km. CDU/CSU-Plan: Erhöhung der Mehrwertsteuer, Wegfall der Steuerfreiheit für Sonn-, Feiertags- und Nachtzuschläge, Kürzung der Pendlerpauschale, Kopfpauschale. Merkel-Minus im Jahr: 474 Euro
Rentner-Ehepaar: 1.800 Euro. CDU/CSU-Plan: Erhöhung der Mehrwertsteuer, Kopfpauschale. Merkel-Minus im Jahr: 324 Euro	Unternehmensberater: 14.500 Euro brutto. CDU/CSU-Plan: Absenkung des Spitzensteuersatzes um 3%. Merkel-Plus im Jahr: 4.245 Euro

Informieren Sie sich ausführlich über Ihre persönlichen Konsequenzen unter www.spd.de

DAMIT UNSER LAND SOZIAL BLEIBT. AM 18. SEPTEMBER: SPD

SPD Vertrauen in Deutschland.

DAS KOSTET KIRCHHOF WIRKLICH: VERHEIRATET, 30.000 EURO/JAHR, STEUERBELASTUNG: +38%!
Quelle: Bund der Steuerzahler

DEUTSCHLAND MUSS SOZIAL BLEIBEN. AM 18. SEPTEMBER SPD.
Herzogen SPD Referendum 2002 Berlin www.spd.de

WO IST DIE KIRCHHOF-LISTE, FRAU MERKEL?

ALLE GRAUSAMKEITEN JETZT AUF DEN TISCH! VOR DER WAHL!
Herzogen SPD Referendum 2002 Berlin www.spd.de

ACHTUNG! KIRCHHOF WILL AUCH AN DIE RENTE! ALLE GRAUSAMKEITEN AUF DEN TISCH! VOR DER WAHL!
Herzogen SPD Referendum 2002 Berlin www.spd.de

56% : 35%
SCHRÖDER MERKEL

56% WOLLEN LAUT ARD, DASS GERHARD SCHRÖDER BUNDESKANZLER BLEIBT. NUR 35% WOLLEN MERKEL! WER SCHRÖDER WILL, MUSS SPD WÄHLEN.
Herzogen SPD Referendum 2002 Berlin www.spd.de

EX-US-Außenminister POWELL ZUM IRAK-KRIEG: „SCHANDFLECK IN MEINER KARRIERE“ UND WANN KOMMT FRAU MERKELS ENTSCHULDIGUNG FÜR IHRE TORPEDIERUNG DER DEUTSCHEN FRIEDENSPOLITIK DES KANZLERS? FRAU MERKEL DARF NICHT REGIEREN.
Herzogen SPD Referendum 2002 Berlin www.spd.de

DER SPIEGEL. 11. SEPT. 2002

WAHLSCHLACHT UM KIRCHHOF

CDU/CSU VERLIERER

RADIKAL UNSOZIAL: KOPFPAUSCHALE, KIRCHHOF-STEUER, MEHRWERTSTEUER.

DAMIT UNSER LAND SOZIAL BLEIBT. AM 18. SEPTEMBER: SPD

SPD Vertrauen in Deutschland.

DIE KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE

Anzeigen



GERHARD SCHRÖDER ODER ANGELA MERKEL:

NUR SIE ENTSCHEIDEN!

Die überwältigende Mehrheit der Deutschen will, dass Gerhard Schröder Bundeskanzler bleibt. Nach Auswertung des ARD-Deutschlandtrends 54%. Nur eine Minderheit von 35% will die Herausforderin. Nach ZDF-Pollbarometer liegen SPD und CDU/CSU in der politischen Stimmung fast gleichauf.

Jetzt keinen Quatsch wählen! Wer Gerhard Schröder will, muss SPD wählen! Wer PDS oder Schwarz/Gelb wählt, bekommt Frau Merkel und Herrn Kirchhof mitsamt ihrer radikal unsozialen Politik!

DAMIT GERHARD SCHRÖDER BUNDESKANZLER BLEIBT.

SPD BEIDE STIMMEN FÜR DIE SPD.

Vertrauen in Deutschland.

www.spd.de

HEUTE WÄHLEN GEHEN:

GERHARD SCHRÖDER MUSS KANZLER BLEIBEN!

Die SPD ist die einzige Kraft in Deutschland, die für wirtschaftliche Vernunft und soziale Gerechtigkeit steht.

SPD

CDU/CSU

SOZIALE MARKTWIRTSCHAFT

KIRCHHOF-KAHLSCHLAG

FAIRE STEUERN

HÖHERE MEHRWERTSTEUER

KÜNDIGUNGSSCHUTZ

WILLKÜR

BÜRGERVERSICHERUNG

KOPFPAUSCHALE

MODERNE FAMILIENPOLITIK

KONSERVATIVER RÜCKSCHRITT

CHANCENGLEICHHEIT

STUDIENGEBÜHREN

ATOMAUSSTIEG

NEUE ATOMKRAFTWERKE

FRIEDENSMACHT

BLINDE GEFOLGSCHAFT

GERHARD SCHRÖDER

ANGELA MERKEL

SPD

DAMIT DEUTSCHLAND SOZIAL BLEIBT.

BEIDE STIMMEN FÜR DIE SPD.

Vertrauen in Deutschland.

www.spd.de

Je näher der Wahltermin rückte, umso stärker wurden die Person des Bundeskanzlers, aber auch die Inhalte, für die er steht, in den Fokus des Wahlkampfes gestellt. Gerade im persönlichen und thematischen Vergleich zu seiner Herausforderin Merkel wurde mehr als deutlich, wer den besseren Kandidaten für das wichtigste Amt im Staate vorzuweisen hat.



KRAFTVOLL.
Gerhard Schröder und die SPD packen an und erneuern Deutschland kraftvoll. CDU/CSU und FDP haben in ihrer Regierungszeit verantwortungslos gezögert.

MUTIG.
Gerhard Schröder und die SPD stehen mutig und mit Rückgrat für den Frieden. CDU/CSU waren in blinder Gefolgschaft für den Krieg im Irak.

MENSCHLICH.
Gerhard Schröder und die SPD stehen für wirtschaftliche Stärke und sozialen Zusammenhalt. CDU/CSU und FDP sind radikal unsozial.

**Am Sonntag geht es um eine Richtungsentscheidung.
Gehen Sie wählen, damit Deutschland sozial bleibt und
Bundeskanzler Gerhard Schröder seine Arbeit fortsetzen kann.**

SPD **DAMIT GERHARD SCHRÖDER
BUNDESKANZLER BLEIBT.
BEIDE STIMMEN FÜR DIE SPD.**

Vertrauen in Deutschland. www.spd.de

Illustration: SPD-Parlamentarier, 2002/03

DIE KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE

Mailings



ERSTWAHL
18.09.2005
www.ich-geh-waehlen.de

Endlich 18 – endlich dabei.

Am 18. September hast du zum ersten Mal die Möglichkeit, deine Stimme bei einer Bundestagswahl abzugeben. Damit hast du die Chance, mitzubestimmen, wie die Politik mit deiner Zukunft umgeht. Mit deiner Stimme drückst du aus, von welcher Partei du dich und deine Interessen am besten vertreten siehst. Weil alle Parteien deine Stimme wollen, ist jetzt der richtige Zeitpunkt, sie daran zu erinnern, dass sie für deine Stimme auch etwas tun müssen. **Also: Stell deine Forderungen laut und deutlich!**

Einige behaupten, wählen sei überflüssig, weil „die da oben“ eh längst keine Ahnung mehr von den Problemen der einfachen Leute haben. Stimmt das wirklich?

Die SPD hat sich zum Beispiel in den letzten Jahren dafür eingesetzt, dass

- Deutschland sich nicht am Irak-Krieg beteiligt,
- das Studium gebührenfrei bleibt,
- Unternehmen mehr Ausbildungsplätze anbieten müssen.

Denn die SPD hat die Forderungen und Wünsche von jungen Menschen ernst genommen. Hätten Erstwählerinnen und Erstwähler 2002 nicht mehrheitlich ihr Kreuz bei der SPD gemacht, würden deutsche Soldaten heute wohl im Irak kämpfen, und Deutschland würde in der Energiepolitik weiterhin alleine auf umweltgefährdenden Atomstrom setzen.

Die SPD steht auch dieses Mal wieder für die Zukunftschancen junger Menschen und will deshalb:

- einen Steueraufschlag für Spitzenverdiener, um mehr Geld in die Bildung zu investieren,
- eine Bürgerversicherung, damit sich alle solidarisch an den Kosten des Gesundheitssystems beteiligen,
- die Fortsetzung des Ausstiegs aus der Atomenergie, um eine nachhaltige Energieversorgung zu sichern.

Du hast natürlich auch die Wahl, nicht wählen zu gehen – aber dann bestimmen andere über deine Zukunft. Und vielleicht wählen sie eine Politik, die du eigentlich gar nicht willst ...

Also: Es ist deine Stimme – deine Wahl

Deshalb: am 18. September wählen gehen!

Alle Infos rund um das Thema Erstwahl findest du unter www.ich-geh-waehlen.de

Dein Kandidat

Platzhalter für Eindruck des Kandidaten

ES IST DEINE STIMME –
SPD ALSO IST ES DEINE WAHL!

Vertrauen in Deutschland.

Zusätzlich zur Massenkommunikation wurden mehrere Mailings an ausgewählte Zielgruppen verschickt bzw. direkt von Wahlkämpfern vor Ort verteilt. Ein Brief wandte sich thematisch und sprachlich angepasst an junge Erstwähler. In einem weiteren richtete sich Bundeskanzler Gerhard Schröder direkt an potentielle Wähler. Dabei warb er nicht nur für die Politik der von ihm geführten Bundesregierung, sondern auch für die Unterstützung der namentlich genannten SPD-Bundestagskandidaten der jeweiligen Wahlkreise.



GERHARD SCHRÖDER
BUNDESKANZLER

Liebe Wählerinnen und Wähler im Wahlkreis Musterhausen,

am kommenden Sonntag geht es um Ihre ganz persönliche Entscheidung. Sie entscheiden, ob unser Land auch in Zukunft wirtschaftliche Stärke mit sozialer Gerechtigkeit verbindet.

Meine Regierung packt kräftig an. Wir haben mit der dringend notwendigen Erneuerung unseres Landes begonnen. Wir handeln, wo die Vorgängerregierung aus CDU/CSU und FDP sträflich gezögert und blockiert hat. Jetzt wollen diese Parteien wieder an die Macht – und mit der gleichen Unvernunft, mit der sie vor Jahren den Anschluss verpasst haben, wollen sie jetzt radikal das Gegenteil: Sie wollen das Ende des sozialen Deutschlands.

Achten Sie sehr genau darauf, was CDU/CSU und FDP für Sie persönlich bedeuten:

Kopfpauschale, Mehrwertsteuererhöhung, volle Besteuerung der Schichtarbeit, Kürzung der Ausbildungsvergütung, Einführung von Studiengebühren, Kürzung der Pendlerpauschale – in jedem Fall zahlen Klein- und Durchschnittsverdiener die Zeche für die Entlastung der Spitzenverdiener. Und im Hintergrund droht ein noch unsozialeres und ungerechteres Steuermodell, das die Union aus guten Gründen vor der Öffentlichkeit versteckt. Denn wenn das Kirchhof-Modell Wirklichkeit werden sollte, dann trennt uns nichts mehr von einem radikal unsozialen Land.

Auch in anderen Bereichen drohen Rückschritte mit

- dem radikalen Abbau von Arbeitnehmerrechten,
- der Abschaffung des Kündigungsschutzes,
- einer konservativen Familienpolitik, die zurück ins 19. Jahrhundert führt,
- einer Außenpolitik, die nicht die Fähigkeit zum Frieden hat,
- einer unmodernen Energiepolitik und der Rückkehr zur Atomkraft.

Wir haben in den vergangenen Jahren hart für ein modernes Deutschland gearbeitet. Wir haben vielleicht nicht immer alles richtig gemacht – aber die Richtung stimmt, und erste Erfolge sind sichtbar.

Jetzt geht es darum, die Reformen auch wirken zu lassen, nicht mittendrin den Kurs zu wechseln und vor allem nicht das leichtfertig über Bord zu werfen, wofür die Menschen in diesem Land so viele Jahre gearbeitet haben: eine demokratische Ordnung mit sozialem Zusammenhalt. Deutschland braucht vernünftige Reformen, keinen radikalen Systemwechsel.

Und deshalb bitte ich Sie, Peter Muster mit Ihrer Stimme im Wahlkreis Musterhausen stark zu machen und mir mit Ihrer Zweitstimme für die SPD zu ermöglichen, meinen Kurs fortzusetzen. Für ein starkes und soziales Deutschland.

Es grüßt Sie herzlich

Ihr 



JOHANNES REINEKE

Liebe Mitbürgerinnen und Mitbürger,

Bei der anstehenden Bundestagswahl geht es um eine Richtungsentscheidung. Sie entscheiden darüber, ob unser Land auch in Zukunft auf dem Prinzip der sozialen Marktwirtschaft aufbaut und die soziale Balance gesichert wird oder ob der Markt regellos wild. Sie entscheiden darüber, ob auch in Zukunft Deutschland stabil und verantwortungsvoll regiert wird oder ob plumper Populismus den Ruf Deutschlands in der Welt schädigt. Bundeskanzler Gerhard Schröder und die SPD haben in den vergangenen Jahren notwendige Reformen angepackt, um unser Land für die Zukunft zu rüsten.

Sieben Jahre für Deutschland. Wir haben unser Land in den letzten sieben Jahren trotz wirtschaftlich schwieriger Zeiten nachhaltig modernisiert.

Deutschland Friedensland.

Unter der Führung von Bundeskanzler Schröder hat sich Deutschland zu einer international anerkannten Friedensmacht entwickelt. Deutschland und sein Kanzler haben sich standfest gegen den Krieg im Irak gestemmt. Mit Frau Merkel in Verantwortung stünden deutsche Truppen heute in Bagdad – mit allen Konsequenzen. Wir brauchen auch weiter eine souveräne und kraftvolle Außenpolitik.

- Wir haben
- eine grundlegende Reform des Arbeitsmarktes in Angriff genommen,
 - die Steuern für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer deutlich gesenkt und die Familien entlastet,
 - die Alterssicherung auf eine stabile Grundlage gestellt,
 - die Kosten im Gesundheitswesen erstmals deutlich gesenkt,
 - die Ganztagschulen gefördert und das Kindergeld deutlich erhöht,
 - mit dem begonnenen Atomausstieg den Weg für die Energiegewinnung frei gemacht.

Mit der Agenda 2010 haben wir die größte Reform in der Geschichte der Bundesrepublik auf den Weg gebracht. Es ist die richtige und die verantwortungsvolle Antwort auf die Herausforderungen unserer Zeit. Die Reformen beginnen zu greifen. Wir sind auf dem richtigen Weg.

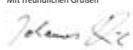
Jetzt suchen wir Ihre Unterstützung für wichtige und notwendige Vorhaben.

- **Gesundheitsvorsorge:** Die Bürgerversicherung stellt das Prinzip der Gemeinschaft wieder in den Mittelpunkt unseres Gesundheitssystems. Niemand soll sich mehr aus der gemeinschaftlichen Verantwortung verabschieden können. Auch Gutverdienende, Beamte, Selbständige und Politiker werden in die solidarische Krankenversicherung einbezogen. Das macht unser System gerechter und stärkt den Zusammenhalt.
- **Kündigungsschutz, Mindestlöhne und Existenzsicherung:** Gute Arbeit muss gerecht entlohnt werden. Deshalb wollen wir durchsetzen, dass in den Bereichen, in denen sich die Tarifparteien nicht auf verbindliche Löhne einigen, ein Mindestlohn gilt. Das gibt den Beschäftigten neben einem wirksamen Kündigungsschutz Sicherheit.

• **Deutschland Wissenland:** Wir machen uns für mehr Ganztagschulen stark. Und durch Erhöhung der BAföG-Mittel haben wir in den letzten sieben Jahre dafür gesorgt, dass wieder mehr junge Menschen studieren.

Wir wollen Deutschland erneuern. Aber wir wollen kein anderes Land.

Wir vertrauen darauf, dass die Menschen in Deutschland auch in Zukunft den Gemeinsinn über den Egoismus stellen. Wir haben Vertrauen in Deutschland, und ich bin überzeugt davon, dass es auch für Sie gute Gründe gibt, mitzuhalten.

Mit freundlichen Grüßen

 Jetzt Mitglied werden! www.spd.de

Johannes Reineke
 Ich bin stellvertretender Leiter der VHS-Lippe-Ost, 49 Jahre alt, verheiratet und habe 3 Kinder.
 Im Wahlkreis 137 können Sie mich für die SPD in den Bundestag wählen.
 Meine Kontaktadresse: Bredelbomer Str. 18, 33039 Nieheim, Telefonnummern 05274 / 1495 Faxnummer 05274 / 420, E-Mail: reineke@t-online.de, Internet: www.johannes-reineke.de



GERHARD SCHRÖDER

Deutschland bewegt sich.

Wir haben mit den für unser Land notwendigen Veränderungen begonnen – auf dem Arbeitsmarkt, in der Gesundheitspolitik und bei der Rente. Sie sind Antworten auf die Herausforderungen der Globalisierung und des Alterswandels der Gesellschaft. Es geht darum, die Sozialsysteme sozialstaatlich zu halten und sie für die Zukunft zu rüsten. Das sind Reformen, zu denen

CDU, CSU und FDP 16 Jahre Zeit, aber nie den Mut hatten. Unsere Reformen der Agenda 2010 beginnen zu wirken.

Für die SPD gilt: Die soziale Balance muss gehalten werden. Solidarität und soziale Gerechtigkeit müssen bewahrt werden.

Offenheit und Lebensbewusstheit.

Unser Land ist in den vergangenen Jahren Jahren offener und toleranter gegenüber. Gerade für Deutschland die Exportbestrebungen gilt. Wir müssen unsere Wettbewerbsfähigkeit bewahren – wir dürfen uns nicht abschotten. Zugleich ist Deutschland unter dieser Bundesregierung sicherer geworden. Das angeht Wir sind auf dem richtigen Weg.



Zukunftsinvestitionen tätigen.

Um unsere Wirtschaft im weltweiten Wettbewerb zu stärken und Arbeit zu schaffen, haben wir begonnen, mehr in Forschung und Innovation zu investieren. Denn unser Land wird von den Ideen seiner Menschen. Für unsere Kinder brauchen wir bessere Bildungschancen und Betreuungsmöglichkeiten. Wir bauen die Ganztagschulen aus und verlässern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, zum Beispiel durch die neue Elternzeit.

Wir wollen den Menschen helfen, so zu leben, wie sie es wollen.

Für Frieden in unserem einen Welt.

Wir setzen uns für Frieden und Entwicklung ein – denn wir wissen, dass in jedem Winkel unseres Landes ein friedliches und demokratisches Leben von einer friedlichen internationalen Entwicklung abhängt. Deshalb werden wir die Europäische Union weiter vorantreiben – sie soll soziale Bürgerrechte und demokratische werden. Wir wollen, dass möglichst viele in den Chancen der Globalisierung teilhaben können. Deshalb erhöhen wir die Mittel für die Entwicklungszusammenarbeit und setzen die Entwicklung der ärmsten Länder fort.

Alle Bundestagskandidaten hatten die Möglichkeit, ein Porträt von sich von einem professionellen Fotografen machen zu lassen. Diese Bilder wurden zentral bearbeitet und den Kandidaten als Plakate für ihren Wahlkreis zur Verfügung gestellt.

Als weitere Unterstützung erhielten alle Kandidaten eigene Flyer. Sie unterteilten sich in Kandidatenseite und Kanzlerseite. Die Kanzlerseite blieb immer gleich, die Kandidatenseite konnte textlich individualisiert werden.

