

# DIE WAHLKAMPFMATERIALIEN

Flyer



Für den Straßenwahlkampf wurden den Kandidaten und Wahlkämpfern u. a. vier Themenflyer zur Verfügung gestellt, die im Wesentlichen direkt auf dem Wahlmanifest basierten und einen großen Teil der relevanten Themen abdeckten.

**Selbst Jahre gerechte und effektive Sozialpolitik**

- Die große Steuerreform hat besonders die Besitzer kleiner und mittlerer Einkommen unsere Familien entlastet.
- Die Erhöhung der Steuerbefreiung hat die unteren Einkommen weiter gestützt.
- Familien profitieren von deutlich mehr Kindergeld, 1996 112 Euro, 2005 194 Euro
- Die GmbH-Reform wirkt. Die gesetzlichen Krankenkassen konnten die Beiträge senken und Schulden abbauen.
- Die staatliche Rente ist durch die Einführung des Nachhaltigkeitsfaktors zukunftssicher. Der Rentenbeitrag liegt dabei bei 19,3% (unter 40% 20,1%).
- Mit staatlicher Förderung (Steuer-Benefit) können sich viele Menschen eine zusätzliche Altersvorsorge aufbauen.
- Wir stärken zum geldverrenten Erbschafts- und haben die Befragte Förderung in 7 Jahren um 50 % erhöht.

**Die umzusetzenden Pläne von CDU/CSU**

- Die Wechselkurs-Erhöhung trifft besonders die Besitzer unterer Einkommen, Rentner und Familien.
- Die Kaufkraftschwäche ist enorm. Jeder soll die Dinge bezahlen, egal ob er es sich leisten kann oder nicht.
- Die Senkung des Spitzensteuersatzes führt in erster Linie den Besessenen überhand.
- CDU/CSU scheitern nicht an Herabsetzungen zurück.
- CDU/CSU wollen Halbtagelöhnen und die Abschaffung des Befragte.



**DAMIT GERHARD SCHRÖDER KANZLER BLEIBT: AM 18. SEPTEMBER BEIDE STIMMEN FÜR DIE SPD.**

Herabgelassen: SPD-Parteivorstand, 1996/1 wurde

Wenden für Mitglied [www.wendmachen.spd.de](http://www.wendmachen.spd.de) [www.spd.de](http://www.spd.de)

**FÜR DEN ZUSAMMENHALT IN DER GESELLSCHAFT.**

Vertrauen in Deutschland.

**Gewaltfrei, das gemeinsame zivilisierte Verhalten auch gerecht verteilt wird. Dass es Chancengleichheit gibt und Gerechtigkeit zwischen den Generationen. Soziale Gerechtigkeit muss bleiben. Wir wollen nicht ohne sie leben.**

Wir haben seit 1998 notwendige Reformen entschlossen angegriffen und den lähmenden Stillstand, den uns die Regierung hat herbeiführen hat, überwunden.

Das war für viele Menschen auch mit Einschnitten verbunden. Doch es musste gehandelt werden. Sonst wäre unser Sozialstaat in Gefahr in Gefahr gewesen. Als Sozialdemokraten haben wir dabei jedoch immer die soziale Balance im Auge behalten. Denn im Gegensatz zu CDU/CSU und FDP wollen wir die soziale Marktwirtschaft und mit ihr die Gerechtigkeit nicht abschaffen.

Wir Sozialdemokraten wollen unser Land erneuern. Aber wir wollen kein anderes Land.

**Gerechtigkeit. Starke Strukturen müssen weiter tragen.**

Bei unserer Steuerpolitik haben wir die Steuern in stark gesteuert wie keine andere Regierung sonst. Hieran haben wir besonders private Haushalte mit kleinen und mittleren Einkommen sowie Familien profitiert. Und die Erhöhung der Steuerbefreiung hat zu weiteren großen Entlastungen geführt.

Zu unserem Verständnis von Gerechtigkeit gehört auch, dass die, die stark sind, einen größeren Beitrag für unser Land leisten. Deshalb erhöhen wir sehr hohe Einkommen – ab einem Jahresbruttogehalt von 250.000 Euro (Jahres) bzw. 300.000 Euro (Verheiratete) – zusätzlich mit 1% besteuern. Diese Einkommen sollen vor allem der Bildung und Forschung zugute kommen.

**Die soziale Marktwirtschaft**

Das Sozialversicherungssystem sorgt dafür, dass die gesetzlichen Krankenkassen wieder wirtschaftlich arbeiten können. Jetzt gilt es, auch die langfristige Finanzierung unseres Gesundheitswesens zu sichern. Medizinischer Fortschritt und der veränderte Altersaufbau unserer Gesellschaft erfordern nicht weniger, sondern mehr Solidarität. Deshalb darf sich niemand an einer bestmöglichen Einkommensgrenze anheften.

Deshalb entwickeln wir die Krankenversicherung zur Bürgerversicherung, in der jeder versichert sein muss. Auch Gesundheitsdienste, Beamte, Selbstständige und Politiker. Alle sollen entsprechend ihrer Leistungsfähigkeit, auch Kapitalerträge werden aus Krankenversicherung herausgelassen.

Zukunft wird jeder zwischen gesetzlicher und privater Krankenversicherung wählen können. Und die Kosten müssen jedes versicherten – unabhängig von bestehenden Einkünften. Die bestmögliche Familienversicherung bleibt erhalten.

**Aktienanleihe**

Die Eltern Generation ist unverschuldetes soziales Kapital unserer Gesellschaft. Sie ist ein Aktivposten des Einkommens und der Familien und gesellschaftlichen Wohlstands. Auch im hohen Alter sollen Menschen aktiv an der Gesellschaft sein und in mutuellem Austausch leben.

**Lebenszeit und Berufslängere, selbst auch Rentnerinnen und Rentner dazu beitragen. Können, wie CDU/CSU es wollen, werden, wie die gestiegen Renten nicht.**

Mit der Einführung des Nachhaltigkeitsfaktors haben wir die staatliche Rente zukunftssicher gemacht. Und wir haben die sozial gestärkte private Altersvorsorge geschaffen, um eine bessere Versorgung im Alter zu erreichen. Mittelmehr hat sich dieses zweite Standbein der Alterssicherung etabliert. Wir wollen es weiter stärken und fördern.

**Chancengleichheit ist für uns ein Grundrecht.**

Jeder Mensch muss die Möglichkeit haben, seine Herkunftsstelle zu verlassen und seine Bildung auszuweiten. Wir tun viel dafür, jedem diese Chance zu ermöglichen, unabhängig von sozialer Herkunft und Nationalität – und von Einkommen ist. So stehen wir für:

- den massiven Ausbau der beruflichen und schulischen Ganztagsbetreuung,
- die Schulpflicht von Eltern-kind-Zerren, in denen Eltern Hilfe bei Erziehungsaufgaben erhalten. Ihre Kinder sind hier auch, falls notwendig, die deutsche Sprache erlernen.
- den Ausbildungsstellen an der Wirtschaft. Dadurch steigt endlich wieder die Zahl der Ausbildungsstellen. Unser Ziel: kein junger Mensch unter 25 Jahren soll länger als 3 Monate ohne Arbeit, Ausbildung oder weiterführende Beschäftigung sein.
- die Gebührengerechtigkeit beim Erbschafts- und die Befragte Förderung.



# DIE WAHLKAMPFMATERIALIEN

Aktionspakete

**NEU! JETZT TEURER:  
2% Merkelsteuer  
auf alles!**

**DEUTSCHLAND  
KANN SICH CDU/CSU  
NICHT LEISTEN.**

**SPD**  
Vertrauen in Deutschland.

www.spd.de

**FÜR FAIRE  
STEUERN.  
GEGEN MEHR-  
WERTSTEUER-  
ERHÖHUNG.**

**SPD**  
Vertrauen  
in Deutschland.

www.spd.de

**NEU! JETZT TEURER:  
2% Merkelsteuer  
auf alles!**

**DEUTSCHLAND  
KANN SICH CDU/CSU  
NICHT LEISTEN.**

**SPD**  
Vertrauen  
in Deutschland.

www.spd.de

Das hat er noch am 18. Mai dieses Jahres öffentlich erklärt: „Eine Steuererhöhung wäre Gift für die Wirtschaft, demgegenüber kann eine Steuererhöhung nicht in Frage kommen. Dieses gilt für jede Steuer, damit auch für die Mehrwertsteuer.“ Und auch hier nicht für alle, sondern nur für einen kleinen Teil. „Eine Erhöhung der Mehrwertsteuer steht für uns nicht zur Debatte.“ (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 18.05.2010)

**Wählen Sie die Erhöhung der Mehrwertsteuer. Wählen Sie am 18. September!**

**ICH KANN MIR  
ANGELA MERKEL  
NICHT LEISTEN.**

**Nein zur Erhöhung der Mehrwertsteuer. SPD.**

**MERKELSTEUER:  
DAS WIRD TEUER.**

**Nein zur Erhöhung der Mehrwertsteuer. SPD.**

**ICH KOSTE  
2% MEHR.**

**WENN SIE AM 18.09. CDU/CSU WÄHLEN.**

**Nein zur Erhöhung der Mehrwertsteuer. SPD.**

Aktionspaket:  
Merkelsteuer

**MERKEL-MINUS  
-474 EURO**

Krankenschwester:  
2.300 Euro brutto im Monat. Weg zur Arbeit 30 km.  
Von den Unionsplänen belastet durch:

- Erhöhung der Mehrwertsteuer
- Besteuerung der Sonn-, Feiertags- und Nachtzuschläge
- Kürzung der Pendlerpauschale
- Kopfpauschale

**Merkel-Minus im Jahr: 474 Euro**

**Arbeitnehmern ginge es schlechter mit CDU/CSU!**

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

**SPD**  
Vertrauen in Deutschland.

www.spd.de

**Merkel-Minus -474 EURO**

**Merkel-Minus -1076 EURO**

**Merkel-Minus -1435 EURO**

**Und Sit?**

Das zahlt Deutschland, wenn CDU/CSU regieren würden:

- Erhöhung der Mehrwertsteuer
- Kürzung der Pendlerpauschale
- Kopfpauschale

**Arbeitnehmern ginge es schlechter mit CDU/CSU!**

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

**SPD**  
Vertrauen in Deutschland.

www.spd.de

**MERKEL-MINUS  
-1435 EURO**

Das zahlt Deutschland, wenn CDU/CSU regieren würden:

- Erhöhung der Mehrwertsteuer
- Kürzung der Pendlerpauschale
- Kopfpauschale

**Arbeitnehmern ginge es schlechter mit CDU/CSU!**

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

**SPD**  
Vertrauen in Deutschland.

www.spd.de

**DER SCHWARZ-GELBE  
MIETHAMMER.**

Wahlberechtigte können wählen durch die Pläne von CDU/CSU/FDP beschleunigte:

- Erhöhung der Mehrwertsteuer und der Kopfpauschale, Bestrafungen von Steuerzahlern, die Erhöhung der Mehrwertsteuer - alle Pläne von Unionspartnern können sich gegen viele Mieter.
- Kostenlose Kautionszahlungen können in einigen Mietverträgen
- erhöhen die Kosten für Mieter

**Arbeitnehmern ginge es schlechter mit CDU/CSU!**

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

**SPD**  
Vertrauen in Deutschland.

www.spd.de

Aktionspaket:  
Merkel-Minus

Während des Wahlkampfes rief die SPD zu vier bundesweiten Aktionstagen auf. Die Themen: die Unionspläne zur Mehrwertsteuererhöhung, die Kopfpauschale der Union, die Kürzungs- und Besteuerungspläne der Union und das generelle Warnen vor sozialer Kälte, falls die Union die Wahl gewinnen sollte.

Für diese Aktionstage wurden jeweils Aktionspakete zentral in der Kampa entwickelt und den Kandidaten und der Parteibasis für den Straßenwahlkampf kostenlos oder subventioniert zur Verfügung gestellt. Ein Paket bestand zumeist aus A1-Plakaten sowie aus Flyern und Aufklebern für die Verteilung.



Aktionspaket: Kopfpauschale



Aktionspaket: Endspurt

# Die Wahlkampfmaterialien

## Wahlkampfzeitung



### Interview mit Gerhard Schröder

„Zustimmung steigt“ – Künstler für den Kanzler

Merkels Abschied von der Sozialen Marktwirtschaft

Die SPD setzt für wirtschaftliche Wachstum und soziale Verantwortung. Angela Merkel und CDU/CSU wollen sich von der Sozialen Marktwirtschaft verabschieden. Sie streben nach „Anpassung und Zügelung“ an die Bedürfnisse der Arbeitnehmer. Die SPD fordert mehr soziale Gerechtigkeit. Seite 14

## Die richtige Richtung

Deutschland geht in die richtige Richtung. Die SPD fordert mehr soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Verantwortung. Die CDU/CSU will sich von der Sozialen Marktwirtschaft verabschieden. Seite 14

## „Kinder, Küche, Kirchhof“

Mit der Nominierung des Stöberers Paul Kirchhof hat sich Angela Merkel auf einen radikalen Kurs verpflichtet – und auf ein reaktionäres Familienbild.



## Stark für Kultur und Frieden

Der Literaturnobelpreisträger Günter Grass sieht Gerhard Schröder in der Tradition Willy Brandts.

Günter Grass, Schriftsteller, Literatur-Nobelpreisträger



## Die SPD setzt die richtigen Signale!

Viele junge Schriftsteller unterstützen die SPD.

Katja Kullmann



## TV-Duell: Klarer Sieger Gerhard Schröder!

Der Umwidder Gerhard Schröder hat im TV-Duell gegen Angela Merkel gewonnen. Die SPD fordert mehr soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Verantwortung. Seite 14



## Kämpfen bis zum 18. September

SPD-Partei: Motivation und Aufbruch



Die Wahlkampfzeitung war ein weiteres wichtiges Instrument zur Information der Wählerinnen und Wähler. Sie erschien in drei Ausgaben in jeweils hoher Auflage und war durch ihren redaktionellen Charakter in der Lage, auch kritische Bürger dazu zu bewegen, sich mit den politischen Inhalten der SPD auseinander zu setzen.



# DIE WAHLKAMPFMATERIALIEN

Broschüren



Zusätzliche Informationsmittel im Wahlkampf waren Broschüren, die zur inhaltlichen Vertiefung der SPD-Themen dienten. So gab es das komplette Wahlmanifest der SPD in kompakter Größe und eine Kurzfassung davon mit den 10 wichtigsten Zielen. Weitere Broschüren befassten sich mit unterschiedlichen Themen wie Anerkennung und Sicherheit im Alter, Kulturpolitik der SPD-geführten Bundesregierung und Analyse des Programms des politischen Gegners.



Als weitere Überzeugungshilfen dienten Argumentationskarten. In ihnen waren alle Fakten zu sieben Jahren rot-grüner Regierungspolitik und zu den Zielen des Wahlmanifestes festgehalten. Als kompakteste aller Informationen kam die so genannte „PledgeCard“ zum Einsatz, auf der im Scheckkartenformat die 10 wichtigsten Gründe für die Wahl der SPD aufgeführt waren.



Nicht zuletzt halfen auch kleine Geschenke den wahlkämpfenden Genossen, das Eis zu brechen. Zum wahren Schlager avancierte dabei das rote Armband, das in einer Auflage von 280.000 Stück den Weg zu vielen Bürgerinnen und Bürgern fand. Weitere Give-aways: ein für die Kandidaten personalisierbarer Fußballplaner für die kommende Spielzeit und verschiedene Aufkleber.

Und Kampa-intern sorgten der Button mit dem Spitznamen des Kanzlers aus aktiven Fußballzeiten – „Acker“ – und der Button mit dem stilisierten Terrier – Spiegel Online hatte die SPD-Wahlkämpfer als solche bezeichnet – immer wieder für neue Motivation.



## DIE WAHLKAMPFTOUR

Ab dem 13. August nahm mit dem Beginn der Wahlkampftouren die Intensität des Wahlkampfes für die Spitzenakteure der Partei noch einmal drastisch zu.

Der Auftakt fand in Hannover, der Heimatstadt von Bundeskanzler Gerhard Schröder, statt. Unterstützt von Franz Müntefering und weiterem Spitzenpersonal der SPD trat der Bundeskanzler vor 10.000 begeisterten Zuschauern auf. Wie sich zeigte, wurde selbst diese beeindruckende Zahl im Laufe der Touren regelmäßig überboten. Am letzten Samstag vor der Wahl konnte auf dem

Opernplatz in Frankfurt der Höchststand vermeldet werden: 18.000 Zuschauer wollten den Bundeskanzler reden hören.

Bis zum Wahltag meisterten Gerhard Schröder und Franz Müntefering in einer unglaublichen Energieleistung insgesamt 60 Großveranstaltungen vor über 300.000 Menschen. Dieser gewaltige Zuspruch stand ganz offensichtlich im Gegensatz zu den vielen schlechten Meinungsumfragen der SPD und sorgte auch durch die mediale Kommentierung mit für die Wende im Wahlkampf zugunsten der Partei.

Großer Dank gilt auch den Musikern (u. a. Jazzkantine, Roland Kaiser, Die Prinzen) und Prominenten (u. a. Günter Grass, Dariusz Michalczewski), die mit ihren Auftritten ihre Unterstützung für die SPD bekundeten.









Wie 2002 hat die SPD auch im Bundestagswahlkampf 2005 den innovativsten Online-Wahlkampf geführt. Mit klarer Strategie und neuen Formaten war sie dem politischen Gegner deutlich überlegen.

## PLATTFORMEN

**www.spd.de**

Mit neuer Struktur, einem emotionalen Design, abgestimmt auf das übergreifende Kampagnenlayout, attraktiven Inhalten (Unterstützer-Galerie mit Fotos und Videos, Videobotschaften des Parteivorsitzenden, Banner, E-Cards sowie ständig aktuelle Nachrichten) war **www.spd.de** die zentrale Anlaufstelle der SPD im Online-Campaigning.



**www.gerhard-schroeder.de**

Die Seite des Bundeskanzlers wurde in Anlehnung an das neue Kampagnenlayout einem Relaunch unterzogen. Neben seiner Vita und Standpunkten zu den zentralen politischen Themen gab es auf der Seite unter anderem auch eine Fotodokumentation der Gerhard-Schröder-Tour. Mitarbeiter vor Ort verschickten Handy-Fotos per MMS an eine vorgegebene E-Mail-Adresse. Die Fotos wurden automatisiert in die Seite integriert.

**www.rote-wahlmannschaft.de**

Über 15.000 freiwillige Wahlkampfshelfer wurden über die Community-Plattform „Rote Wahlmannschaft“ betreut und in den Wahlkampf integriert. Die „Rote Wahlmannschaft“ bildete das kommunikative Dach für eine Vielzahl regional aktiver Teams. Im Mitgliederbereich auf der Website fanden die freiwilligen Wahlkämpfer Tipps und exklusive Materialien für den Wahlkampf vor Ort.



# DER ONLINE-WAHLKAMPF

## WEBLOGS

Weblogs (Online-Diskussionsforen bzw. digitale Tagebücher) waren ein wichtiges Thema im Online-Wahlkampf. Mit einer umfassenden Blog-Strategie hatte die SPD dieses innovative Zukunftsfeld besetzt. Als Experiment gedacht, wurde die Umsetzung zu einem vollen Erfolg und verschaffte der Partei einen Zuwachs an „digitaler Reputation“ in der Netz-Community.

## Rote Blogs

Mit den Roten Blogs konnten alle Mitglieder der „Roten Wahlmannschaft“ ein eigenes Wahlkampf-Tagebuch führen.

## Kampagnenblog

Auch der Parteivorstand nutzte die Roten Blogs. Bundesgeschäftsführer Kajo Wasserhövel schrieb täglich in sein „Kampagnenblog“. Wahlkämpfer vor Ort schickten an den Aktionstagen per MMS Fotos an das Mobile Blog [www.roteblogs.de/aktionstag](http://www.roteblogs.de/aktionstag).

## PODCAST

In der heißen Wahlkampfphase spielte das Thema Podcast (das Veröffentlichen von Audiodateien via Internet) eine wichtige Rolle. Mit [www.spd-podcast.de](http://www.spd-podcast.de) erhielt die SPD auch seitens der Medien große Aufmerksamkeit. Bei den Nutzern kam das Angebot mit exklusiven O-Tönen ebenfalls gut an: Zeitweise stand der SPD-Podcast in den Charts von iTunes (wichtigste digitale Hitliste) auf Platz 7.



Stand: November 2005





## ROTE BOX

Die Rote BOX war ein mobiles Aufnahmestudio von der Größe einer Telefonzelle. Gesteuert durch die Jungen Teams tourten während des Wahlkampfes insgesamt drei Rote BOXEN durch die gesamte Bundesrepublik. Interessierte Bürgerinnen und Bürger konnten in der Roten BOX ein Statement zur Wahl abgeben, das auf Video aufgezeichnet wurde. Die Verknüpfung von On- und Offline-Kampagne gelang

mit diesem Instrument in beispielhafter Weise, denn: Die besten Videobotschaften aus der Roten BOX wurden einige Tage später per Video im Internet veröffentlicht.



## ONLINE-MARKETING

Online-Werbung hat seit 2002 massiv an Bedeutung gewonnen. Banner unterschiedlichster Formate wurden zum einen zur internen Vernetzung der unterschiedlichen SPD-Websites genutzt.

Zum anderen wurden Bannerkampagnen auf bekannten Nachrichten- und General-Interest-Portalen wie Spiegel Online, Netzeitung, freenet und web.de geschaltet.

Auch eine auf Wahlkreisebene regionalisierte Bannerkampagne für die Direktkandidaten der SPD bei web.de gehörte zum Portfolio.



# INFORMATION UND MOBILISIERUNG

## HOTLINE

Die Hotline war von Anfang Juni bis zum 18. September die zentrale Anlaufstelle für alle Fragen des Wahlkampfes. Auch ca. 45.000 Mailanfragen wurden hier bis zum 18. September bearbeitet.

Mit dem Kampagnen-Informationen-System KIS verfügte die Hotline dabei über ein modernes Datenbanksystem zur Erfassung aller Wahlkampfaktivitäten und zur Optimierung des Wahlkampfes in den Wahlkreisen.

## DIRECT MAILINGS

Erstmals wurden im Wahlkampf alle Wahlkämpferinnen und Wahlkämpfer mit registrierter Mailadresse per Direct Mailings informiert. Mehr als 700.000 Mails wurden in den letzten vier Wochen vor der Wahl personalisiert verschickt, die Antworten wurden bearbeitet und ausgewertet.

## TELEFONWAHLKAMPF

Über 100 Wahlkreise führten, unterstützt durch ein neues, webbasiertes Datenbanksystem, über 500.000 Telefonate mit Bürgerinnen und Bürgern. Für die Nachwahl in Dresden wurden weitere 10.000 Telefonate geführt.

## WAHLCAFÉ

In der Zeit des Wahlkampfes war im Willy-Brandt-Haus ein Wahlcafé installiert. Mitarbeiter des Willy-Brandt-Hauses informierten Interessierte persönlich oder mit Hilfe von Wahlkampfmaterialien. Vier Internetzugänge machten den Besuch auf den Wahlkampfplattformen der SPD möglich. Auch verschiedene Events fanden hier statt. So z. B. ein Kickerturnier. Und natürlich gab es im roten Café auch schwarzen Espresso.

2005 | KAMPA IM WBH

**HOTLINE:**  
**SPD 0180 500 24 97\***

Fax: 030 25991 346 | E-Mail: wbh-kampa@spd.de  
\*0,12 € pro Minute bundesweit

Noch 3 Tage bis zur Bundestagswahl - Wählen gehen!

**WÄHLEN GEHEN**

**SPD**  
Vertrauen in Deutschland.

**WIE SIND SICHER:**  
Unser Ziel ist richtig - Soziale Demokratie: Arbeit, Sicherheit, Menschlichkeit, und wir sind auf dem richtigen Weg - wir erneuern Deutschland Schritt für Schritt und wir halten das Land zusammen. Sozialer Fortschritt ist möglich.

**WIE WISSEN:**  
Gerhard Schröder ist der richtige Bundeskanzler für diese schwierige Aufgabe.

**WIR HABEN VERTRAGEN IN DEUTSCHLAND.**

Liebe Firstname,

In den nächsten Tagen und Stunden bis zur Bundestagswahl kommt es darauf an, noch mal die ganze Kraft einzusetzen und bis zur Schließung der Wahllokale am Sonntag um 18.00 Uhr für Gerhard Schröder und für die SPD zu kämpfen.

Wir haben das überzeugendste Programm und einen kraftvollen Kanzler. Die Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger will, dass Gerhard Schröder Kanzler bleibt und unser Land sozial gerecht regiert wird.

Es geht um viel am Sonntag. Merkel und Westerwelle wollen den Druck mit den Prinzipien der Sozialen Marktwirtschaft - sie orientieren sich an einem angelsächsischen Modell. Wir wollen eine Erneuerung der Sozialen Marktwirtschaft.

**Merkel/Westerw. sozial unversiert!**

Viele Wahlkreise und Wähler haben noch nicht entschieden, ob sie zur Wahl gehen werden. Es kommt jetzt darauf an, dass Sie in den nächsten Stunden aktiv mithelfen, die Stimmen zu holen.

**DAS SPD-WAHLCAFÉ IM WILLY-BRANDT-HAUS!**  
**MEINUNG BILDEN, MEINUNG RAUSLASSEN.**

Ab dem 10.08. öffnen sich die Pforten unseres Wahlcafés. Hier kann sich jeder über uns und unser Programm informieren. Mit Hilfe von **4 kostenlosen Internetzugängen** oder einfach durch unser Material vor Ort.

Wer sich eine Meinung gebildet hat, kann sie uns in unserer „Roten Box“ auch gleich sagen und per Video aufzeichnen lassen. Die meisten dieser Botschaften sind dann wenig später im Netz unter [www.die-rote-box.de](http://www.die-rote-box.de) abrufbar.

Bei all dem wollen wir aber nicht vergessen: Man bekommt einen **guten Kaffee** - und wenn es unbedingt sein muss, auch einen schwarzen.

Montag - Freitag geöffnet von 10.00 Uhr - 18.00 Uhr  
Das SPD-WAHLCAFÉ im Willy-Brandt-Haus  
Willybrandtstraße 141  
10963 Berlin-Kreuzberg  
Nähe U-Bahnhof-Haltestelle Hallesches Tor

**SPD**  
Vertrauen in Deutschland.

**ACKER CUP**  
DAS KICKER-TURNIER IM SPD-WAHLCAFÉ

„Sind die schon wieder alle bei der SPD?“

## WETTBEWERBSBEOBACHTUNG

Eine eigene Abteilung innerhalb der Kampa kümmerte sich um die Beobachtung und Auswertung von Aussagen und Programmen der politischen Gegner. Ihre Analysen hatten Einfluss auf die gesamte Strategie des Wahlkampfes und flossen in unterschiedlichste Kommunikationsmittel ein. Ein Beispiel von vielen ist die Internetseite [www.die-falsche-wahl.de](http://www.die-falsche-wahl.de).



## ROTE BUSSE

Zur Unterstützung der Wahlkämpfer vor Ort wurden besonders in Ostdeutschland zusätzliche mobile Wahlkampfstände zur Verfügung gestellt: die roten Busse.

Die Teams dieser Aktionsbusse wurden vor ihrem Einsatz speziell für den Straßenwahlkampf geschult.



## JUNGE TEAMS

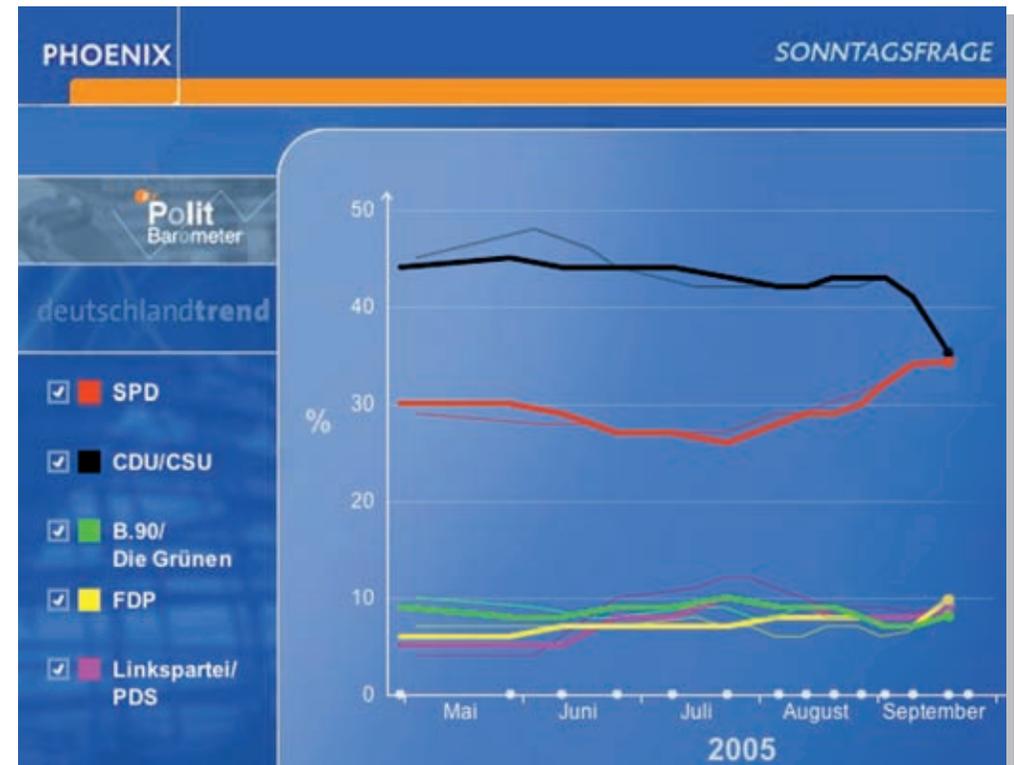
Die Jungen Teams waren ein weiterer Aktivposten im Wahlkampf: schnell, motiviert und kreativ setzten sie sich durch unterschiedlichste Maßnahmen für die Ziele der SPD ein. Von Anti-Atomkraft-Aktionen über Präsenz und Unterstützung bei unzähligen SPD-Kundgebungen bis hin zu einer Demonstration in Angela Merkels Wahlkreis. Nicht zuletzt die Jungen Teams sorgten mit dafür, dass die SPD bei der Bundestagswahl klarer Sieger bei den Jungwählern wurde.



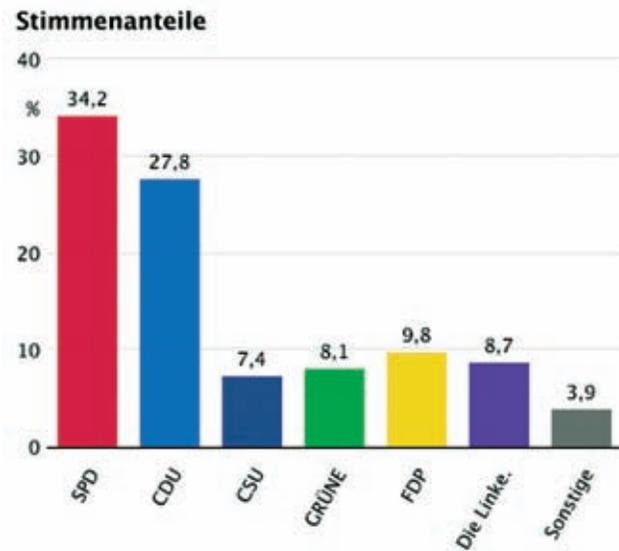
# DAS ERGEBNIS

**DIE SPD KONNTE DEN ABSTAND ZU CDU/CSU INNERHALB VON NUR DREI MONATEN NAHE-ZU AUSGLEICHEN:**

- Im Vergleich zum Kampagnenstart Mitte Juni verbesserte sich die SPD von unter 26% auf 34,2%.
- Gleichzeitig sank die Union von 49% auf 35,2%.
- Der Abstand zwischen Schwarz/Gelb und Rot/Grün sank von 22%-Punkten (55%:33%, forsa 22.06.05) auf tatsächliche 2,6%-Punkte.
- Edmund Stoiber blieb in Bayern und Angela Merkel schlecht gelaunt.
- Und die SPD ist die stärkste Partei in 12 von 16 Bundesländern.



**ENDGÜLTIGES ERGEBNIS DER BUNDESTAGSWAHL 2005, DARSTELLUNG DES BUNDESWAHLEITERS.**



Quelle:  
[www.bundeswahlleiter.de/bundestagswahl2005/ergebnisse/bundesergebnisse/grafik\\_stimmenanteile\\_99-2.html](http://www.bundeswahlleiter.de/bundestagswahl2005/ergebnisse/bundesergebnisse/grafik_stimmenanteile_99-2.html)

**BUNDESTAGSWAHL 18. SEPTEMBER 2005  
STÄRKSTE PARTEI IN DEN BUNDESLÄNDERN:**



**SPD: 12** **CDU: 3** **CSU: 1**

