

BERATUNG

MATERIALIEN

KONTAKT

DIREKTWAHLEN

Oberbürgermeister/-innen,
Bürgermeister/-innen,
Landrätinnen und Landräte

GEMEINSAM GEWINNEN

HESSEN
SPD

VORWORT

LIEBE GENOSSINNEN UND GENOSSEN,

jedes Jahr finden in unseren Städten, Gemeinden und Landkreisen viele kommunale Direktwahlen statt. Hierbei werden die Oberbürgermeisterinnen und Oberbürgermeister, Bürgermeisterinnen und Bürgermeister sowie Landrätinnen und Landräte gewählt. Bei jeder dieser Wahlen stehen unsere aktiven Wahlkämpferinnen und Wahlkämpfer in den Ortsvereinen vor besonderen Herausforderungen: Wie ist die Ausgangslage? Wer ist der richtige Kandidat oder die richtige Kandidatin? Mit welcher Strategie gehen wir vor, um erfolgreich zu sein? Welche Materialien passen zu unserer Strategie? Welche rechtlichen Kriterien sind dabei zu beachten? Und vieles mehr.



NANCY FAESER
Generalsekretärin



DR. WILFRIED LAMPARTER
Landesgeschäftsführer

Als Generalsekretärin und Landesgeschäftsführer möchten wir Euch vor Ort dabei nach Kräften unterstützen. Im Landesverband arbeitet ein erfahrenes Wahlkampfteam, das Euch bei der Planung und Umsetzung Eurer Wahlkämpfe vor Ort tatkräftig unterstützen kann. Unser Team kann Euch nicht nur gut beraten. Auch bei der Erstellung individueller Wahlkampfmaterialien in Topqualität bieten wir Euch eine umfangreiche Palette an Möglichkeiten. So spart Ihr unnötige Kosten für teure Werbe- oder Grafikagenturen. Wir selbst haben dies im Landesverband bereits bei vergangenen Wahlen erfolgreich so gehandhabt.

In dieser zweiten Auflage unserer Direktwahlbroschüre stellen wir Euch unser Angebot vor. Im Jahr 2017 hat unser Team 39 Gliederungen und Kandidatinnen und Kandidaten bei Direktwahlen unterstützt. Es freut uns sehr, dass unser Angebot so gut angenommen wird. Gerne kommt jemand aus der Landesgeschäftsstelle auch bei Euch vorbei, um mit Euch gemeinsam über die individuellen Besonderheiten Eures Wahlkampfes zu sprechen.

Nancy Faeser, MdL
Generalsekretärin

Dr. Wilfried Lamparter
Landesgeschäftsführer

Wiesbaden, den 01.02.2018

WAS WIR FÜR EUCH TUN KÖNNEN

1. DIE KANDIDATENSUCHE	4
2. AUF DEM WEG INS RATHAUS	5
3. BERATUNG	9
VORGESPRÄCH UND WAHLKAMPFKONZEPT	
KONKRETE KAMPAGNENPLANUNG	
ZEIT- UND FINANZPLAN	
4. WAHLKAMPFMATERIALIEN	10
4.1 DRUCKVORLAGEN AUS DEM GESTALTUNGSPORTAL	10
4.2 ERGÄNZENDE MATERIALEN UND ANGEBOTE	11
5. MOBILISIERUNGSPLANER	12
EINZELNE WAHLBEZIRKE IDENTIFIZIEREN	
MOBILISIERUNGSINDEX	
ZIELSETZUNG	
6. TÜR-ZU-TÜR-WAHLKAMPF	13
7. WEBSITE UND SOCIAL MEDIA	14
8. WER WIR SIND: ALLE KONTAKTDATEN	15
9. UNSERE PARTNER	19
10. BILDUNGSTRÄGER IN HESSEN	20
11. LITERATURHINWEISE	21
12. RECHTLICHE HINWEISE ZU DIREKTWAHLEN UND ZU WAHLKÄMPFEN	22
13. GEMA	28
14. VERSICHERUNGSSCHUTZ	29
15. UNSERE PUBLIKATIONEN IM ÜBERBLICK	31

1. DIE KANDIDATENSUCHE

Für die Kandidatensuche gibt es in den beiden Bezirken Hessen-Nord und Hessen-Süd unterschiedliche Ansprechpartner.

Im nordhessischen SPD-Bezirk wurde eigens für diese Aufgabe die Arbeitsgruppe „**Nachwuchsprogramm Bürgermeister/Partei/Verwaltung**“ eingerichtet.

GRUNDLEGENDE PUNKTE DES NACHWUCHSPROGRAMMS

- Anlegen eines Kandidatenpools
- Mit der Suche nach einem geeigneten Kandidaten/einer geeigneten Kandidatin rechtzeitig beginnen
- Die Ortsvereine bei der Suche nach Kandidaten nicht alleine lassen
- Austausch mit Kandidatinnen und Kandidaten, die Direktwahlen gewonnen haben

ANSPRECHPARTNER BEZIRK HESSEN-NORD:

Wilfried Böttner, Bezirksgeschäftsführer
Tel.: 0561 700-100
E-Mail: wilfried.boettner@spd.de

Im Bezirk Hessen-Süd ist die Sozialdemokratische Gemeinschaft für Kommunalpolitik Hessen e.V. (SGK) mit der Kandidatensuche für das Bürgermeisteramt betraut und hat einen **Wegweiser** entwickelt.

GRUNDLEGENDE PUNKTE DES WEGWEISERS

- Anlegen eines Kandidatenpools
- Personalentwicklung mit klaren Zielvereinbarungen
- Entwicklung eines Anforderungsprofils an die Kandidatin oder den Kandidaten
- Verfahren transparent gestalten: Partei in die Suche nach Kandidaten einbinden
- Stärken betonen und Kandidaten entsprechend vorbereiten

ANSPRECHPARTNER BEZIRK HESSEN-SÜD:

Michael Siebel, Geschäftsführer der SGK
Tel.: 0611 360117-4
E-Mail: info@sgk-hessen.de

2. AUF DEM WEG INS RATHAUS

AUF DEM WEG INS RATHAUS

**Von Frank Matiaske (Landrat des Odenwaldkreises)
und Michael Siebel (Geschäftsführer der SGK Hessen)**

Schon seit mehreren Jahren befassen sich die Akademie für Kommunalpolitik und die SGK Hessen mit der Frage, wie Kandidatinnen und Kandidaten für das Amt der Bürgermeisterin bzw. des Bürgermeisters gefunden, sie auf den Wahlkampf gut vorbereitet, im Wahlkampf begleitet und mit ihnen zusammen die ersten Schritte im neuen Amt gestaltet werden können.

BÜRGERMEISTER/-IN GESUCHT!

Zugegeben: Es wird schwieriger, Menschen zu finden, die gerne Bürgermeisterin oder Bürgermeister werden wollen. Obwohl eine Untersuchung der Bertelsmann Stiftung belegt, dass diejenigen, die diesen Beruf wählen – oder besser gesagt, in ihn hineingewählt werden – mit ihrem Amt hochzufrieden sind. Die Einschränkungen im privaten Bereich werden durch die öffentliche Anerkennung, aber hauptsächlich durch die Gestaltungsmöglichkeiten voll ausgeglichen.

Es lohnt sich also, rechtzeitig und gut vorbereitet auf die Suche nach geeigneten Kandidatinnen und Kandidaten zu gehen. Aber wie macht man das?

EINE GUTE PERSONALENTWICKLUNG IST DIE BESTE VORAUSSETZUNG

Um geeignete Kandidatinnen und Kandidaten zu finden, kann nicht früh genug mit der Suche begonnen werden. Daher ist es auch nicht vermessen, schon fünf Jahre vor der Wahl mit der Personalentwicklung zu beginnen. Dazu gehört, dass die Partei ein klares Anforderungsprofil an mögliche Kandidatinnen und Kandidaten formuliert. Anschließend sollten geeignete Kandidatinnen und Kandidaten angesprochen werden. Diejenigen, die Interesse an der Aufgabe haben, müssen dann gefördert werden. Möglicherweise ist es sinnvoll, Kandidatinnen und Kandidaten mit einem Coachingprozess zu begleiten. Es ist aber natürlich nicht überall möglich, so langfristig Kandidatinnen und Kandidaten aufzubauen. In diesen Fällen gilt es erst recht, individuelle Strategien zu entwickeln.

AUFSTELLUNG DER PARTEI

Einer der ganz entscheidenden Erfolgsfaktoren für den Gewinn einer Direktwahl ist der innere Zustand der Partei. Je geschlossener eine Partei ist, desto erfolgreicher werden Wahlkämpfe geführt. Um die Partei auf den Wahlkampf einzustimmen, können Neuaufstellungsseminare durchgeführt werden.

DAS VERFAHREN

Das Nominierungsverfahren sollte offen und transparent sein. Alle Schritte des Verfahrens müssen in den dafür legitimierten Gremien erfolgen. Wichtig ist, dass für die Nominierung ein konkreter Zeitplan aufgestellt wird. Das erhöht die Verbindlichkeit. Die Gesamtorganisation muss entscheiden, ob sie die Nominierung im Rahmen einer Mitgliederversammlung oder einer Mitgliederbefragung durchführen will. Zum Verfahren gehört es auch, die Finanzierung verbindlich festzulegen. Gerade bei externen Kandidaten ist das wichtig. Die Vereinbarung sollte schriftlich fixiert werden.

STÄRKEN BETONEN

Insbesondere in Gemeinden, in denen die Wahlaussichten schlecht sind, müssen die Stärken der Kandidaten und der Gemeinde herausgestellt werden. Externe Kandidaten haben den Vorteil, dass sie frischen Wind und frische Ideen mitbringen. Je kleiner allerdings die Kommune ist, umso ausgefeilter muss die Strategie für einen externen Kandidaten oder die Kandidatin sein. Kandidaten aus der Gemeinde haben den Vorteil, die Gemeinde und ihre Eigenheiten gut zu kennen. Aber auch sie müssen eine individuelle Strategie für den Wahlkampf entwickeln.

VORBEREITUNG DER KANDIDATIN/ DES KANDIDATEN

Wenn der oder die Kandidat/-in feststeht, muss ein Wahlkampfteam gebildet werden. Diesem sollten in jedem Fall die wichtigen Entscheidungsträger der Partei angehören. Aber auch externe Berater sind wichtig. Sie schärfen den Blick von außen und helfen dem Kandidaten oder der Kandidatin, die Perspektive zu wechseln.

Gerade in größeren Gemeinden ist es sinnvoll, Unterstützergruppen zu gründen. Diese können dann gezielt als unabhängige Unterstützergruppe für den Kandidaten oder die Kandidatin werben. Die SGK bietet für Wahlkampfteams Vorbereitungstools und für Kandidatinnen und Kandidaten „Coachings ins Amt“ an, die bei der Geschäftsstelle (info@sgk-hessen.de) abzufragen sind.

DER BÜRGERMEISTER*INNEN-POOL

Wenn Fraktionen oder Ortsvereine einen Bürgermeister oder eine Bürgermeisterin suchen, dann können sie sich bei der SGK melden. Entweder veröffentlichen wir in unserer Kommunalmail eine kostenfreie Anzeige, oder wir schauen in unserem Bürgermeister/-innen-pool nach geeigneten Bewerberinnen und Bewerbern.

Der Bürgermeister/-innen-pool wird aus Interessentinnen und Interessenten gespeist, die ein direktes Wahlamt übernehmen möchten. Für beides – Bewerbungen oder Interessenbekundungen – gibt es Formulare, die die Ortsvereine oder die Interessenten und Interessentinnen selbst ausfüllen können. Es ist selbstverständlich, dass diese Bewerbungen streng vertraulich behandelt werden.

Sodann erfolgt das „Matching“. Dabei gilt das Vieraugenprinzip. Eine Bewerberin oder ein Bewerber wird an eine Person des interessierten SPD-Verbandes weitergeleitet.

AKADEMIE „AUF DEM WEG INS RATHAUS“

Die Akademie für Kommunalpolitik ist eine parteiunabhängige Bildungsakademie der Akademie für Kommunalpolitik und der SGK Hessen. Sie existiert seit 2016. Wir arbeiten mit unseren Bildungsangeboten für demokratische und soziale Kommunen.

Unter der Schirmherrschaft unserer SGK- und AfK-Vorsitzenden, der Landrätin Kirsten Fründt,



AUF DEM WEG INS RATHAUS
*Individuelle Strategien
entwickeln*

AUF DEM WEG INS RATHAUS

des Wiesbadener Oberbürgermeisters Sven Gerich und der Hofheimer Bürgermeisterin und stellvertretenden SPD-Landesvorsitzenden Gisela Stang präsentieren wir in diesem Jahr erstmals die Akademie „Auf dem Weg ins Rathaus“.

An vier Tagen und an einem Wochenende begleiten wir am Bürgermeisteramt interessierte Menschen „auf dem Weg ins Rathaus“. Ihnen stehen hervorragende Kommunalpolitikerinnen und Kommunalpolitiker, erfahrene Trainer/-innen und zertifizierte Business-Coaches zur Seite. An den vier Wochenenden geht es um:

WAHLKAMPF UND STRATEGIE

- Das 1x1 des erfolgreichen Wahlkampfes
- Beliebte Fallen und Fehler im Wahlkampf
- Wahlkampfphasen und persönliche Zeitplanung
- Meine persönliche Wahlkampfstrategie
- Stärken und Schwächen nutzen – persönliche und die der Mitbewerber/-innen
- Wahlkampfaktionen

PERSÖNLICHKEIT DES KANDIDATEN/DER KANDIDATIN ALS BÜRGERMEISTER/-IN

- Selbst- und Fremdwahrnehmung
- Charismafaktoren
- Persönliches Marketing
- Sicher in Stil und Auftritt (mit einer Auftrittsberaterin)

WAHLKAMPFTHEMEN FINDEN

- Emotionale Betroffenheit der Wählerinnen und Wähler
- Mein persönliches Wahlkampfdrehbuch
- Präsentation in der Partei und auf Podiumsdiskussionen
- Warum soll ich Sie wählen? Der erste Eindruck in 30 Sekunden

KOMMUNIKATION, WAHLKAMPFMATERIALIEN UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

- Kommunikationsstrategie
- Welche Materialien sind sinnvoll
- Give-aways
- Gute und effiziente Öffentlichkeitsarbeit
- Social Media

Während der Module haben die Kandidatinnen und Kandidaten die Möglichkeit, eigene Erfahrungen und Fragestellungen einzubringen. Besonders interessant ist dies, wenn bei Teilnehmerinnen und Teilnehmern, wie in der aktuellen Staffel, innerparteiliche Nominierungen und bereits konkrete Wahlkämpfe anstehen. Darüber hinaus vernetzen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer natürlich über die Seminardauer hinaus, was einen dauerhaften und nachhaltigen Erfahrungsaustausch innerhalb unserer Partei sichert.

DAS SCHEITERN!

Dieses Thema will sich natürlich niemand gerne anschauen oder sich damit beschäftigen. Alles ist gut gelaufen. Ein toller Wahlkampf, gute Stimmung – aber das Ergebnis ist kein Erfolg. In dieser Situation, als Kandidat oder Kandidatin noch angespannt und angestrengt vom Wahlkampf, beginnt die Partei oft, absurde Diskussionen zu führen. Die Plakate waren zu hell oder zu dunkel, der/die Kandidat/-in sei nicht hart genug aufgetreten, zu viel oder zu wenig präsent gewesen.

Wir empfehlen eine offene, aber wertschätzende Analyse des Wahlkampfs – mit einer zeitlichen Distanz vom Wahlkampf, die mindestens vier Wochen betragen sollte.

Darüber hinaus empfehlen wir dringend ein Nachcoaching. Der/die Kandidat/-in muss sich neu sortieren, sich vielleicht eine Auszeit nehmen, um dann zu sehen, an welcher Stelle sie/er noch politisch aktiv sein will.

ERFOLGE FEIERN!

Mit den richtigen Instrumenten ist die Chance aber groß, Erfolge feiern zu können. Diese Erfolge feiern wir gerne gemeinsam mit den Kandidatinnen und Kandidaten.

KONTAKT:

SGK Hessen e. V.
Marktstr. 10, 65183 Wiesbaden
Telefon: 0611 36011-74
Telefax: 0611 36011-95
info@sgk-hessen.de

3. BERATUNG

JEDER WAHLKAMPF IST EIN UNIKAT.

Bei jedem Wahlkampf ist die Ausgangslage anders. Mal kämpft ein Amtsinhaber um die Wiederwahl, andernorts wollen wir als Sozialdemokratinnen und Sozialdemokraten das Rathaus oder die Kreisverwaltung erst noch erobern. Wie eine passende Kampagne für Euch aussehen könnte, lässt sich daher nur individuell klären. Anders als manche Werbeagentur planen wir den Wahlkampf von Beginn an mit Euch gemeinsam. Lokale Besonderheiten können so direkt in den Planungen berücksichtigt werden und finden sich später in den Wahlkampfmaterialien wieder.

BEGINNEN SOLLTE ALLES MIT EINEM GEMEINSAMEN GESPRÄCH BEI EUCH VOR ORT.

Wir wollen Eure Kandidatin oder Euren Kandidaten ebenso kennenlernen wie das Wahlkampfteam. So stellen wir sicher, dass wir das Maximum für die SPD herausholen, den Ortsverein aber auch nicht mit unrealistischen oder zu teuren Ideen überlasten. Auch dafür fehlt vielen Werbeagenturen erfahrungsgemäß der realistische Blick. Nach dem ersten Gespräch erarbeiten wir für Euch einen Vorschlag für die Wahlkampagne und besprechen diesen gemeinsam. Jetzt kann der Wahlkampf so richtig beginnen.

WAHLKAMPFPLANUNG: JE FRÜHER, DESTO BESSER

Das A und O eines guten Wahlkampfs ist die sorgfältige Vorbereitung. Je früher wir mit der gemeinsamen Planung anfangen, desto besser. So bleibt genügend Zeit, die entscheidenden Wahlkampfaktionen auf den Weg zu bringen. Einer der wichtigsten Schritte ist die Erstellung eines Finanzplans. Denn nichts ist frustrierender, als wenn im Wahlkampf auf den letzten Metern das Geld ausgeht.

Mit dem Wissen um die Finanzen erarbeiten wir mit Euch einen ersten Zeitplan. Wann besucht die Kandidatin oder der Kandidat welchen Verein oder welches Fest? Wer ist als Begleitung eingeplant? Wann ist der Einsatz von Wahlkampfmaterial sinnvoll und wann nicht? Solche Fragen sind sehr wichtig. Dazu gehört angesichts der Größe unserer Ortsvereine auch die Personalplanung.

Wenn die Rahmenbedingungen des Wahlkampfs geklärt sind, besprechen wir zusammen, welche Wahlkampfaktionen Ihr durchführen wollt und welche Wahlkampfmaterialien bei Euch sinnvoll eingesetzt werden können. Auch das ist von Wahl zu Wahl sehr unterschiedlich.

Auf den folgenden Seiten findet Ihr dazu einige Beispiele. Alle Materialien, die wir Euch in dieser Broschüre vorstellen, können individuell gestaltet werden. Im Rahmen unseres Angebots bekommt Ihr von uns alle Druckvorlagen kostenlos. Die Druckkosten können wir leider nicht übernehmen. Wichtig: Auch bei Wahlkampfmaterialien ist die frühe Vorbereitung sehr wichtig, damit wir Eure Wünsche nach dem gemeinsamen Gespräch noch beraten und umsetzen können. Ein Jahr vor der Wahl ist ein guter Zeitpunkt, um mit den Vorbereitungen zu beginnen. Am besten nehmt Ihr schon dann Kontakt zu uns auf.



VON DER KAMPAGNE ZUM STRASSENWAHLKAMPF

Gemeinsam vor Ort planen und gestalten

4. WAHLKAMPFMATERIALIEN

4.1 DRUCKVORLAGEN AUS DEM GESTALTUNGSPORTAL

Für den Wahlkampf in den Kommunen haben wir eine Palette von Druckvorlagen vorbereitet, die nach Euren Wünschen angepasst werden können: www.spd.de – Mein Bereich – Meine Gestaltung – Direktwahlen Hessen

KANDIDATEN- UND THEMENFLYER

Der Kandidaten- und Themenflyer ist ein klassisches Werbeformat. Er erlaubt einerseits, plakativ eine Kandidatin bzw. einen Kandidaten vorzustellen und z. B. mit dem Parteilogo oder einem eingängigen Slogan in Verbindung zu bringen. Andererseits kann nach dem Aufklappen Inhalt in Form von Texten, Fotografien oder Grafiken vermittelt werden. Auch hier gibt es unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeiten ganz nach Euren Wünschen.

KANDIDATEN-PLAKAT

Zur Vorstellung der Wahlbewerberin oder des Wahlbewerbers darf das Kandidatenplakat in keinem Wahlkampf fehlen. Es ist der Hingucker auf unseren Straßen. Normalerweise wird es im Format DIN A1 oder DIN A0 erstellt und wahlweise als Hohlkammer- oder Papierplakat geliefert. Vor- und Nachteile der beiden Produkte liegen auf der Hand: Das Kunststoffprodukt ist deutlich teurer, aber viel einfacher in der Handhabung.

KANDIDATEN-POSTKARTE

Mit der Postkarte können sich die Kandidatin oder der Kandidat in kompakterer Form vorstellen als mit dem Flyer. Die DIN-A6 große Karte wird auf stärkerem Karton gedruckt und kann ein- und doppelseitig ausgeführt werden. Dieses sehr preisgünstige Produkt eignet sich für alle Verteil- und Infostandaktionen vor Ort oder auch beim Tür-zu-Tür-Wahlkampf.

VISITENKARTE

Kandidaten vor Ort brauchen oft Visitenkarten, die sie bei Terminen oder Nachfragen verteilen können. Auch hier bieten wir ein gestaltbares Produkt, das auf Vorder- und Rückseite bedruckt werden kann.

PLEDGECARD

Die Pledgecard ist im handlichen Visitenkartenformat angelegt. Sie bietet vierseitig mehr Möglichkeiten als die Visitenkarte.

BRIEFWAHLFLYER

Der Briefwahlflyer muss nicht für jeden Wahlkampf neu erfunden werden. Er soll Wählerinnen und Wähler zur Wahl animieren und erklären, wie einfach und unkompliziert eine Briefwahl ist, wenn man am Sonntag nicht ins Wahllokal kommen kann oder will. Besonders praktisch ist das abtrennbare Formular, mit dem beim örtlichen Wahlamt Briefwahlunterlagen beantragt werden können.

FLUGBLÄTTER UND HANDZETTEL

Das Druckportal bietet Euch zusätzlich einige Formate für Flugblätter und Handzettel an.



WAHLKAMPFMATERIAL

MATERIALIEN

MOBILISIERUNGSKARTE

Die Mobilisierungskarte braucht jeder, der Tür-zu-Tür-Wahlkampf macht. Beim größten Teil aller Haushalte trifft man niemanden zum Gespräch zu Hause an. Dann ist es umso praktischer, wenn man eine Mobilisierungskarte dabei hat, die man den betreffenden Personen in den Briefkasten werfen kann. Wer dann nach Hause kommt, findet eine Karte mit Informationen über Themen und Kandidaten. Die Botschaft: Dieser Kandidat war hier vor Ort, er wollte mit Ihnen persönlich sprechen, er kümmert sich. Das kann ein sehr wichtiger Impuls für die Wahlentscheidung sein.

GROSSFLÄCHENPLAKATE

Eine Großflächenwerbung an der Straßenecke ist kostspielig, erregt aber viel Aufsehen. Wenn die Standorte nicht so überladen sind wie bei der Landtagswahl und die Großfläche „heraussticht“, verstärkt sich dieser Effekt noch einmal. Wir helfen Euch bei der Gestaltung und Herstellung der Druckdatei in richtiger Größe und passendem Format und können Euch Druckereien bzw. Dienstleister empfehlen, die Großflächenplakate herstellen und aufbauen.

BRIEFBOGEN FÜR BÜRGER- UND MITGLIEDERBRIEFE

Ein Bürgerbrief kann frei gestaltet werden. Wichtig ist die direkte Ansprache der Wählerinnen und Wähler. Meist ist der Briefkopf mit einem kleinen Kandidatenfoto versehen, aber auch hier sind viele Varianten denkbar, die wir Euch gerne vorstellen. Bei dem Brief kommt es natürlich auch auf den Inhalt und die menschliche, seriöse und problembewusste Ansprache an. Auch dabei können wir Euch gerne unterstützen.

4.2 ERGÄNZENDE MATERIALIEN UND ANGEBOTE

SMS-AKTIONEN

Gerne unterstützen wir Euch auch bei sogenannten SMS-Aktionen. Dabei schicken wir am Wahltag allen Genossinnen und Genossen vor Ort, die eine Handynummer in der MAVIS hinterlegt haben, eine kleine Erinnerung, die Kandidatin oder den Kandidaten zu wählen.

ZEITUNG ZUR WAHL

Unser Wahlkampfteam bringt zudem eine große Erfahrung mit in der Gestaltung von Zeitungen und Informationsschriften. Eine Zeitung, die mit entsprechendem Aussehen und Material in den Haushalt kommt, erweckt Seriosität und liefert wichtige Informationen. Auch Unterhaltung, Rätsel, Tipps und andere redaktionelle Texte tragen zur großen Beliebtheit bei den Empfängern bei. Der zunächst hohe Aufwand kann sich, je nach den Verhältnissen vor Ort, durchaus lohnen.

SONSTIGE GESTALTUNGSIDEEN

Gern beraten wir Euch auch zu sonstigen Werbematerialien, Give-aways, anderen Drucksachen, Grafiken oder Bannern für soziale Medien und anderes mehr. Wie zu Beginn gesagt, jeder Wahlkampf ist ein Unikat, und jede neue Idee kann zu einem interessanten Produkt führen. Wir wollen nicht nur für Euch Dienstleister sein, sondern auch gemeinsam mit Euch neue Ideen umsetzen. Von diesen Erfahrungen profitieren wir letztlich alle.



**DIE SCHÖNSTEN GIVE-AWAYS
KOMMEN VON DER SPD**

5. MOBILISIERUNGSPLANER: UNTERSTÜTZUNG DES WAHLKAMPFS VOR ORT

EINZELNE WAHLBEZIRKE IDENTIFIZIEREN

Mit dem Mobilisierungsplaner bieten wir ein Instrument an, mit dem die Ortsvereine die eigenen Kenntnisse über ihre Kommune mit Wahldaten und soziodemografischen Erkenntnissen ergänzen können. Das hilft dabei, die Wahlbezirke zu identifizieren, in denen sich bestimmte Wahlkampfaktionen am meisten lohnen.

ZUGANG ZUM MOBILISIERUNGSPLANER

Zugang zum Mobilisierungsplaner werden alle Ortsvereinsvorsitzenden erhalten. So kann sich jeder Ortsverein selbst ein Bild davon machen, wie er die Daten des Mobilisierungsplaners am besten nutzen möchte.

MOBILISIERUNGSINDEX

Ein wichtiger Bestandteil des Mobilisierungsplaners ist der Mobilisierungsindex. Auf einer Karte Eurer Kommune könnt Ihr genau ablesen, in welchem Wahlbezirk das höchste Mobilisierungspotenzial vorhanden ist. Um das Mobilisierungspotenzial zu berechnen, vergleicht der Mobilisierungsplaner die Ergebnisse der letzten Wahlen und sucht Wahlbezirke heraus, bei denen es eine große Differenz zwischen vergangenen Wahlen und der Bundestagswahl 2017 gegeben hat. Die Idee dahinter: Wenn bspw. bei der letzten Landtagswahl in einem Wahlbezirk viele Menschen SPD gewählt haben, bei der Bundestagswahl 2017 aber nicht mehr, dann gibt es dort offenbar ein Potenzial von ehemaligen Wählern, die man ansprechen sollte, um sie wieder von der SPD zu überzeugen.

DEMOGRAFISCHE DATEN

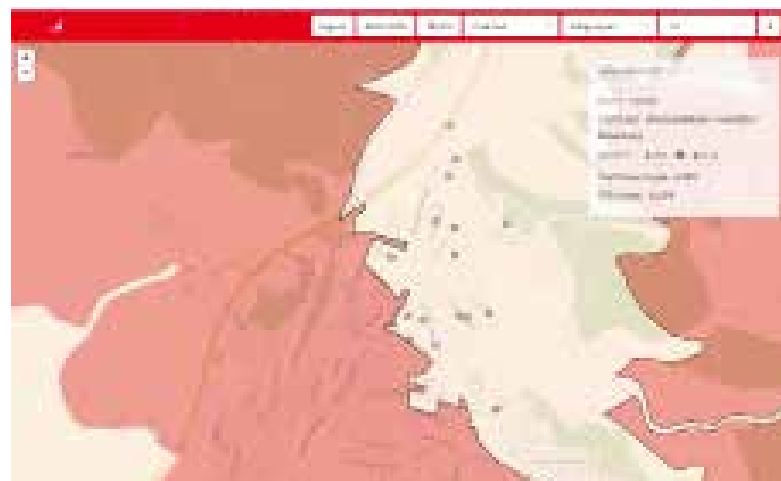
Ein weiterer wichtiger Bestandteil des Mobilisierungsplaners sind die demografischen Daten. Mit ihrer Hilfe könnt Ihr genau herausfinden, wo in Eurer Kommune besonders viele ältere Menschen, Menschen mit geringem Einkommen oder junge Familien leben. Kombiniert mit Eurer Ortskenntnis könnt Ihr damit sehr zielgenau Material dort einsetzen, wo die Menschen leben, die ein Thema besonders interessiert. Ihr könnt außerdem überlegen, wo Tür-zu-Tür-Wahlkampf besonders gut ankommen, wo man ein Quartiersgespräch anbieten und wo Themenflyer am besten passen würden.

ZIELSETZUNG

Der Mobilisierungsplaner soll dabei helfen, die knappen Ressourcen Zeit und Wahlkampfmittel besonders zielgerichtet einzusetzen. Grundsätzlich aber gilt: Man macht nichts falsch, wenn man in Gebieten unterwegs ist, die kein großes Mobilisierungspotenzial haben. Auch Stadtteile mit vermeintlich etwas älteren Bewohnern interessieren sich für Kinderbetreuung. Leidenschaft ist wichtiger, als es Tabellen sind. Der Mobilisierungsplaner soll eine Hilfe, aber keine Beschränkung sein.



**MIT DEM
MOBILISIERUNGSPLANER
ZIELGRUPPEN
IDENTIFIZIEREN**



**... BIS AUF DIE
WAHLBEZIRKSEBENE**

6. TÜR-ZU-TÜR-WAHLKAMPF

Der Tür-zu-Tür-Wahlkampf ist ein lohnendes und beliebtes Wahlkampfinstrument. Viele Kandidatinnen und Kandidaten nutzen ihn vor Ort und klingeln im Laufe des Wahlkampfs an vielen Türen.

WO LOHNT SICH DER TÜR-ZU-TÜR-WAHLKAMPF?

Der Tür-zu-Tür-Wahlkampf lohnt sich nicht in allen Gebieten und Gegenden. Am besten wählt Ihr Gebiete mit vielen Türen und kurzen Wegen aus. Wenn Ihr vorher den Mobilisierungsplaner genutzt habt, könnt Ihr nun auch die Gegend so auswählen, dass dort viele SPD-Wählerinnen und Wähler wohnen, die uns bspw. bei Bundes- und Landtagswahlen gewählt haben.

MITSTREITER/-INNEN SUCHEN

Am besten gestaltet sich der Tür-zu-Tür-Wahlkampf zu zweit. Teilt Euch in Teams auf. Als Gruppe schafft Ihr mehr Kontakte zu den Wählerinnen und Wählern. Allein schon aus Sicherheitsgründen solltet Ihr nicht alleine gehen. Unser Tipp: Geht zu zweit und bleibt vor der Tür stehen. Achtet dabei am besten auch auf eine gute Mischung (Mann und Frau oder Alt und Jung ...).



IM TÜR-ZU-TÜR-WAHLKAMPF

WAS WOLLT IHR ERREICHEN?

Bevor Ihr loszieht, solltet Ihr Euch überlegen, was Ihr erreichen wollt, wenn sich die Tür öffnet. Bedenkt dabei: Ihr gebt der Kampagne ein Gesicht. Auch für Euch ist der Haustürbesuch interessant. Er gibt Aufschluss über die Meinungen, Ansichten und Einstellungen der Wählerinnen und Wähler zu Inhalten und Formen der Kampagne und die Kandidatin oder den Kandidaten. Genauso kann Euch hinter der Tür ein potenzieller Helfer und Unterstützer Eurer Kampagne erwarten.

WELCHE HILFSMITTEL BRAUCHT IHR?

Ihr solltet immer Klemmbrett und Stift für Eure Befragungsbögen und Notizen, Flyer, Visitenkarten und weiteres Informationsmaterial dabeihaben. Oft hilft es, mit einem entsprechenden T-Shirt oder einem Button auf die eigene Rolle aufmerksam zu machen.

WENN DIE TÜR AUFGEHT

Ein Lächeln und eine freundliche Ansprache helfen viel! Erzählt von Euch, warum Ihr Wahlkampf macht und welche Themen für Euch selbst wichtig sind. Bei politisch bereits gegen uns festgelegten Personen solltet Ihr keine Zeit verschwenden und das Gespräch freundlich beenden. Bei Diskussionswunsch zu einem Sachthema solltet Ihr anbieten, Informationsmaterial oder Einladungen zu Veranstaltungen zuzusenden.

FRAGEN FÜHREN SCHNELLER ZUM GESPRÄCH

Mit Fragen startet Ihr gut ins Gespräch: „Haben Sie schon von unserem Spitzenkandidaten, unserer Spitzenkandidatin XY gehört? Oder zumindest die Plakate gesehen? Er bzw. sie ist gerade hier im Stadtteil unterwegs.“ Oder: „Welche Themen müssen Ihrer Ansicht nach bei uns im Ort dringend angegangen werden?“

7. WEBSITE UND SOCIAL MEDIA

Legt dabei immer auch offen, was Ihr mit den Antworten auf diese Fragen machen wollt: „Ihre Antworten helfen uns zu verstehen, wo den Leuten hier in der Nachbarschaft der Schuh drückt – was Ihnen wichtig ist. Und wir sind natürlich auch neugierig, wie unser Wahlkampf auf Sie wirkt.“

AUSGEWÄHLTES INFOMATERIAL ÜBERREICHEN

Wenn das Gespräch gut gelaufen ist, könnt Ihr noch Give-aways (Badeentchen, Einkaufswagenchips, Kugelschreiber etc.) dalassen. Habt immer eine Tasche voll dabei. Am besten sprecht Ihr auch eine Einladung zu einer Veranstaltung mit der Kandidatin oder dem Kandidaten aus oder ladet zu einer Bürgersprechstunde ein.

KEINER DA?

Dann ist Zeit für Eure Mobilisierungskarte oder andere Flyer. Werft diese in Verbindung mit einem kleinen Give-away in den Briefkasten und schreibt auch eine Telefonnummer oder E-Mailadresse auf, an die sich die Bürgerin oder der Bürger bei Gesprächsbedarf wenden kann.

SCHULUNG

Einige unserer Bildungsträger bieten Seminare zum Thema „Tür-zu-Tür-Aktionen“ an. Eine Übersicht unserer hessischen Bildungsträger findet Ihr auf Seite 20.

TÜR-ZU-TÜR-APP UND -HANDBUCH

Auf www.spd.de findet Ihr unter „Mein Bereich“ weiterführende Materialien zum Thema Hausbesuche und unsere App zur Auswertung von Tür-zu-Tür-Aktionen.

WEBSITE UND SOCIAL MEDIA

Eine professionelle und moderne Website ist in Wahlkämpfen das A und O. Wir in Hessen haben ein gemeinsames Redaktionssystem: soz.is. Damit könnt Ihr Euren Kandidatinnen und Kandidaten vor Ort eine Website erstellen – ganz ohne Programmierkenntnisse. Ihr könnt auch mehrere auf soz.is basierende Seiten miteinander verknüpfen und ganz leicht Inhalte untereinander teilen. Gerne beraten wir Euch dabei! Viele Gliederungen und Kandidaten sind in den sozialen Netzwerken wie Twitter, Facebook und Co. vertreten. Auch hierzu stehen wir Euch gerne beratend zur Seite. Für allgemeine Tipps und Tricks den Auftritt im Internet betreffend könnt Ihr unser Handbuch „Internetwahlkampf“ nutzen. Die SPD bietet unter www.spd.de – **Mein Bereich** einen Sharepicgenerator an. Hier könnt Ihr mit Kandidatenfotos oder auch farbigen Kacheln Sharepics für Facebook, Instagram und alle weiteren Social-Media-Kanäle generieren.

Ansprechpartnerin:

Isabel Neumann, Referentin für Onlinekommunikation,
isabel.neumann@spd.de oder 0611 99977-23

8. WER WIR SIND



Nancy Faeser Mdl

Generalsekretärin

Tel.: 0611 99977-14

Fax: 0611 99977-11

E-Mail: nancy.faeser@spd.de



Dr. Wilfried Lamparter

Landesgeschäftsführer

Tel.: 0611 99977-41

Fax: 0611 99977-11

E-Mail: dr.wilfried.lamparter@spd.de



Daniela Beck

Referentin Wahlkampfmanagement, Mobilisierung
und Direktwahlen

Tel.: 0611 99977-20

Fax: 0611 99977-11

E-Mail: daniela.beck@spd.de



Isabel Neumann

Referentin Onlinekommunikation

Tel.: 0611 99977-23

Fax: 0611 99977-11

E-Mail: isabel.neumann@spd.de



Moritz Röder

Referent Wahlkampfmanagement, Mobilisierung
und Direktwahlen

Tel.: 0611 99977-24

Fax: 0611 99977-11

E-Mail: moritz.roeder@spd.de

Endlich ein neues Redaktionssystem! soz.is für Hessen ist da.

soz.is ist das neue vernetzte Redaktionssystem für Websites im SPD-Landesverband Hessen. soz.is basiert auf Wordpress und ist optimiert für Politik und Wahlkampf von Ortsvereinen, Abgeordneten, Kandidatinnen und Kandidaten, von Fraktionen, Landräten, Bürgermeistern und Oberbürgermeistern, von Arbeitsgemein-

schaften, Projektgruppen, Foren. Kurz: soz.is ist für jede und jeden, der als SPD-Repräsentant im Web mit einer eigenen Präsenz auftreten will. soz.is wird bereits im SPD-Landesverband Niedersachsen und in Nordrhein-Westfalen genutzt.

Ortsvereins-Website	Personen-Website	Personen-Website XL
Für alle SPD-Ortsvereine, die sich neu für das System entscheiden, übernimmt der zugehörige SPD-Bezirk für ein Jahr die Kosten für die neue Website.	für Kandidatinnen und Kandidaten und Personen, die Politik ehrenamtlich betreiben.	für Mandatsträger und Personen, die Politik beruflich betreiben.
NORMALTARIF ab 11,19 € pro Monat	NORMALTARIF ab 11,19 € pro Monat	NORMALTARIF 29,93 € pro Monat
SPARTARIF* ab 10,07 € pro Monat	SPARTARIF* ab 10,07 € pro Monat	SPARTARIF* 26,93 € pro Monat

* Mindestvertragslaufzeit 48 Monate

Aktionspaket zur Landtagswahl

Für 225 Euro einmalig in Deinen Online-Wahlkampf einsteigen

Solltest Du neue Kandidatin oder neuer Kandidat zur Landtagswahl in Hessen sein, wollen wir Deine Wahlkampfkasse schonen. Für einmalig 225 Euro erhältst Du ab Januar 2018 bis inklusive des Wahlmonats der Landtagswahl das Paket "soz.is-Person XL".

Wirst Du gewählt, kannst Du die soz.is-Website einfach weiter betreiben. Wirst Du nicht gewählt, gewähren wir Dir ein Sonderkündigungsrecht. Somit kannst Du Deine soz.is-Website ohne finanzielles Risiko nutzen.

Informieren und bestellen direkt auf www.soz.is.

Kunde bei HessenSPD.net? - Umstieg zu soz.is leicht gemacht!

Wenn Du schon eine Website mit HessenSPD.net hast, bekommst Du in den nächsten Tagen eine E-Mail mit einem Umstiegsangebot zu soz.is. Wir helfen Dir, indem wir aus dem bisherigen HessenSPD.net-System kostenfrei viele Daten in das neue soz.is importieren.

Alle Preise sind inklusive Mehrwertsteuer angegeben. Es gilt immer die jeweils aktuelle Preisliste. Änderungen an Paketen und Preisen behalten wir uns jederzeit vor. **soz.is wird gemeinsam angeboten vom SPD-Landesverband Hessen und der barracuda GmbH in Köln.** barracuda GmbH, Bismarckstraße 50, 50672 Köln, hilfe@soz.is, www.soz.is. Stand: 12.12.2017

Vorsprung für die SPD im Netz

soz.is ist der einfachste Weg, moderne SPD-Webseiten in hochwertigem Design zu gestalten.



Wir kümmern uns um die Technik

Du kümmerst Dich vor Ort mit den Genossinnen und Genossen um gute Politik. Wir kümmern uns darum, dass Eure Webseite funktioniert, modern und attraktiv ist:

Vom überzeugenden Design auf großen Monitoren und kleinen Smartphones, über den ausfallsicheren Betrieb mit Backups, Support, Datenschutz und allen Updates bis hin zu einer optimalen Betreuung mit Support, Webinaren und Schulungen: soz.is ist das ideale und preisgünstige Angebot für eine moderne SPD-Webseite.

Du hast die volle Kontrolle

Die Flexibilität von Wordpress, die besten Erweiterungen durch ausgewählte Plug-Ins und von uns erstellte Module für Personen, Gremien und Termine ermöglichen Dir, mit soz.is von der einfachen virtuellen Visitenkarte bis zum umfangreichen Politikportal nahezu alles zu realisieren, was Du Dir vorstellst. Ein weiteres Plus: Du kannst daran auch mit anderen zusammen im Team arbeiten.

Wir erleichtern Deine tägliche Arbeit

Mit soz.is erstellte Websites sind miteinander vernetzt. So kannst Du zum Beispiel Deine Meldungen anderen Websites zur Verfügung stellen und mit Deinen attraktiven Inhalten noch mehr Leser erreichen. Wenn Du auf anderen soz.is-Websites gute Inhalte findest, kannst Du diese einfach auf Deine Site übernehmen.

Optional und datenschutzkonform kannst Du Deine soz.is-Website mit Facebook, Twitter und anderen sozialen Netzwerken verbinden, so dass Freunde und Fans aus dem Social Web Deine Website finden und Inhalte aus Deiner Site in den Netzwerken problemlos teilen können.

Wir helfen Dir und bringen Dich weiter

Wir haben soz.is so entwickelt, dass Du eine professionelle Website ohne großen Schulungsaufwand erstellen und pflegen kannst.

Selbstverständlich bieten wir regelmäßig Webinare an, um Einsteigern bis zum Expertenstatus den Umgang mit soz.is beizubringen. Aus unseren Online-Tutorials kannst Du Dir Deinen eigenen Lernplan erstellen und darauf zugreifen, wann immer Du magst.

Informieren und bestellen direkt auf www.soz.is.

Parteischule im Willy-Brandt-Haus



Die „Parteischule im Willy-Brandt-Haus“ offeriert bundesweite Bildungsprogramme rund um das politische Handwerk für Aktive, Parteiangestellte und BerufspolitikerInnen. Die Parteischule berät in allen Fragen der Bildungs- und Personalarbeit.

- Die „**PARTEISCHULE**“ unterstützt die Aktiven bei ihren Aufgaben mit Seminaren, den Lehrgängen „Frauen an die Macht“, der „Train-the-Trainer“-Ausbildung, dem „Handbuch Bildungsarbeit“, den „Pluspunkten“, dem Bildungswiki und mehr.
- Gemeinsam mit der Bundes-SGK fördert der Parteivorstand junge Talente in der „**SOZIALDEMOKRATISCHEN KOMMUNAL- AKADEMIE**“ sowie Frauen in dem Mentoring-Programm „**FRAUEN IN FÜHRUNG**“.
- Persönlichkeiten aus Bundestag und Landtagen, OberbürgermeisterInnen und ParteifunktionärInnen besuchen die „**FÜHRUNGS AKADEMIE DER SOZIALEN DEMOKRATIE**“.
- Bundesweite betriebliche Weiterbildung offeriert das Programm „**INNOVATION, PERSONALENTWICKLUNG UND QUALIFIZIERUNG**“.
- Politik ist lernbar, insbesondere im „**NETZWERK POLITISCHE BILDUNG**“. Politische Qualifizierungsangebote jeder Art bietet das Bildungsnetz der sozialen Demokratie.
- **Werkstatthefte** zur Unterstützung sind leicht zu finden:

<https://parteischule-wiki.spd.de/pluspunkte:werkstatthefte-und-sondernummern>



Ansprechbar

Klaus Tovar

Leiter der Parteischule
klaus.tovar@spd.de
Telefon 030 25 99 13 39
Mobil: 0160 58 24 601

Dennis Eighteen

Pädagogischer Leiter
dennis.eighteen@spd.de
Telefon: 030 25 99 12 03
Mobil: 0170 331 76 06

Marion Vogel

Marion.vogel@spd.de
Telefon: 030 25 99 11 97

Ioanna Badola

ioanna.badola@spd.de
Telefon: 030 25 99 13 85

Parteischule im Willy-Brandt-Haus, Wilhelmstr. 141, 10963 Berlin
Parteischule@spd.de; <http://parteischule-wiki.spd.de>

9. UNSERE PARTNER

Unter anderem mit diesen Partnern arbeiten wir als Landesverband seit Jahren in verschiedenen Wahlkämpfen gut und vertrauensvoll zusammen:



y-not GmbH
Bruchwiesenstraße 49-55
64380 Roßdorf
Tel.: 06071 73 87-10
E-Mail: info@ynot-gmbh.de
www.ynot-gmbh.de



IMAGE Ident Marketing GmbH
Willy-Brandt-Haus
Wilhelmstraße 140
10963 Berlin
Tel.: 040 284 003-15
E-Mail: info@imageshop.de
www.shop.spd.de

barracuda



baccaduda GmbH
Digitale Agentur
Bismarckstraße 50
50672 Köln
Tel.: 0221 569 65-70
E-Mail: info@barracuda.de
www.barracuda.de



Linda Geissler-Sülzle, Vertriebsmanagerin
Deutsche Post AG, GB Vertrieb Post West/ZKAM
Vertriebsleitung ÖS West II
An der Dammheide 10
60486 Frankfurt
Mobil: 0171 551 8292

Weitere Partner auf Anfrage!

10. BILDUNGSTRÄGER IN HESSEN

Euch interessieren Themen wie sicheres Auftreten, Schlagfertigkeit, Führen und Leiten, Social Media/ Online, Umgang mit der AfD, Geschick und Fingerspitzengefühl im Ehrenamt, lebendige Moderation, Gesprächsführung sowie Rhetorikseminare? Dann seid Ihr beim Netzwerk Politische Bildung in Hessen genau richtig.

HIER FINDET IHR ALLE ANGEBOTE DES NETZWERKS POLITISCHE BILDUNG IM ÜBERBLICK:

www.spd-hessen.de/seminare-workshops



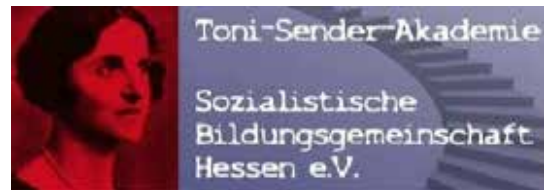
Akademie für Kommunalpolitik
www.afk-hessen.de



Sozialdemokratische Gemeinschaft für Kommunalpolitik e. V.
www.sgk-hessen.de



Friedrich-Ebert-Stiftung Landesbüro Hessen
www.fes.de/hessen



Toni-Sender-Akademie
Sozialistische Bildungsgemeinschaft Hessen e. V.
www.toni-sender-akademie.de

HT *Hessische Tribüne e.V.*

Hessische Tribüne e.V.
Humboldtstraße 8a
34117 Kassel
Tel.: 0561 178-38
Fax: 0561 70010-88

11. LITERATURHINWEISE

Althaus, M. (Hrsg.). (2002). *Kampagne!: Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying*. 3. Aufl. Münster: Lit.

Althaus, M. & Cecere, V. (Hrsg.). (2003). *Kampagne!2: Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying*. Münster: Lit.

Berg, T. (Hrsg.). (2002). *Moderner Wahlkampf. Blick hinter die Kulissen*. Opladen: Leske und Budrich.

Dokumentation der Fachkonferenz vom 11. und 12. Juni 2013, Heinrich-Böll-Stiftung (2013). *Wahlkampf Strategien 2013. Erfahrungswissen und Kontext-Analysen aus Praxis und Forschung*.

Merz, M. & Rhein, S. (2012). *Wahlkampf im Internet. Handbuch für die politische Online-Kampagne*. 3. Aufl. Berlin: Lit Verlag.

Moeller, A. & Jungblut, G. (2015). *Wahlen gewinnen. Komplexität durchdringen. Strategie entwickeln. Begeisterung entfachen*. 1. Aufl. Schwäbisch Hall: pVS – pro Verlag und Service GmbH & Co. KG 2015.

Plehwe, K. & Bohne, M. (2009). *Von der Botschaft zur Bewegung. Die 10 Erfolgsstrategien des Barack Obama*. Hamburg: Hanseatic Lighthouse GmbH & CO. KG.

Sowa, A. (2017). *Digital Politics. So verändert das Netz die Demokratie. 10 Wege aus der digitalen Unmündigkeit*. Bonn: Verlag J.H.W. Dietz Nachf.

Stauss, F. (2013). *Höllennritt Wahlkampf – Ein Insider-Bericht*. München: Dt. Taschenbuch-Verlag.

Trankovits, L. (2010). *Die Obama-Methode. Strategien für die Mediengesellschaft. Was Wirtschaft und Politik von Barack Obama lernen können*. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen.

12. RECHTLICHE HINWEISE

(HERAUSGEGEBEN VOM SPD-PARTEIVORSTAND – RECHTSSTELLE)

„WAHLWERBUNG AM WAHLTAG MÖGLICH – NICHT ABER UNMITTELBAR VOR DEM WAHLLOKAL.“

1. Grundsatz: Wahlwerbung auch am Wahltag möglich.

Unbenommen ist es den Parteien, noch am Wahltag Wahlwerbung zu machen. Dies erfolgt zum Beispiel auch anhand von Wahlplakatwerbung. Die Werbung am Wahltag stellt generell keine unerlaubte Beeinflussung der Wählerinnen und Wähler und damit auch keinen Verstoß gegen die Grundsätze der Wahlfreiheit und Wahlgleichheit dar. Das verfassungsrechtliche Gebot der Wahlfreiheit besagt, dass jede wahlberechtigte Person ihr aktives Wahlrecht ohne jeglichen Zwang oder Druck oder sonstige unzulässige direkte oder indirekte Einflussnahme von außen auf die Entscheidungsfreiheit ausüben können muss.

2. Einschränkung durch das Bundeswahlgesetz

Jedoch schränkt das Bundeswahlgesetz in § 32 Abs. 1 die Wahlwerbung am Wahltag ein. Verboten sind während der Wahlzeit in und an dem Gebäude, in dem sich der Wahlraum befindet, sowie unmittelbar vor dem Zugang zu dem Gebäude jede Beeinflussung der Wähler durch Wort, Ton, Schrift oder Bild sowie jede Unterschriftensammlung. Auch in den entsprechenden Landeswahlgesetzen findet sich ein solches Verbot von Wahlwerbung.

Um eine unzulässige Beeinflussung der Wählerinnen und Wähler zu verhindern, ist die unmittelbare Umgebung des Wahllokals (in Berlin z. B. 30 Meter im Umkreis des Eingangs von der Straße) von jeglicher Wahlbeeinflussung und jeglicher Unterschriftensammlung frei zu halten. Die unmittelbare Umgebung des Wahllokals und der Zugang zum Wahlgebäude hängt dabei von den örtlichen Gegebenheiten ab. Plakate und Wahlwerbung werden entfernt. Das Verwaltungsgericht Koblenz (K 2920/04.KO) urteilte z. B., dass ein 10,1 Meter vom Eingang zum Wahllokal einer Grundschule entferntes sowie hierzu ca. 7 Meter seitlich versetztes, auf der gegenüberliegenden Seite an einer Einmündung zu einer Seitenstraße angebrachtes Wahlplakat keine Beeinflussung der Wähler sei. Das Gericht begründet dies damit, dass aufgrund der Umstände (nicht direkt am Eingang) und der konkreten örtlichen Gegebenheiten eine Beeinflussung der Wähler im unmittelbaren Eingangsbereich zum Wahlraum nicht feststellbar sei.

Als Faustformel gilt daher: Wahlwerbung darf nicht im unmittelbaren Zugangsbereich zum Wahllokal erfolgen.

Die Mitglieder des Wahlvorstands dürfen während der Tätigkeit kein auf politische Überzeugungen hinweisendes Zeichen sichtbar tragen oder ihre politische Meinung äußern.

3. Rechtsfolgen bei Verstößen

Eine Missachtung der Wahlwerbverbote ist eine Unregelmäßigkeit, die Wahlanfechtungsgrund sein kann. Im Wahlprüfungsverfahren könnten die Stimmen für die begünstigten Wahlvorschlagsträger ganz oder teilweise für ungültig erklärt werden. Zwar ist unzulässige Wahlwerbung nicht bußgeldbehaftet, jedoch käme u. U. eine strafbare Handlung nach §§ 107, 107a, 108, 108a StGB (Wahlfälschung, Wählertäuschung) in Betracht.

4. Ergebnis

Aktive Wahlwerbung ist auch am Wahltag möglich. Die Wahlwerbung sollte aber nicht vor dem Wahllokal stattfinden, da sonst ein Wahlfehler vorliegen kann, der mit einem Einspruch zur Wahl geprüft wird. Ob die Wahlwerbung am Wahltag überhaupt noch Auswirkung auf das Stimmverhalten hat, ist eher umstritten.

„SONDERNUTZUNGSERLAUBNIS FÜR PLAKATE“

Wahlwerbung in der Form des Plakatierens von Lichtmasten, Schildern u. a. ist straßenrechtlich als Sondernutzung einzustufen. Es bedarf daher einer Sondernutzungserlaubnis der zuständigen Ordnungsbehörde. Es besteht ein Anspruch auf ermessensfehlerfreie Entscheidung. Die Bedeutung von Wahlen für einen demokratischen Staat (Art. 20, 28 Grundgesetz) und die Bedeutung von Parteien für solche Wahlen (Art. 21 Grundgesetz, § 1 Parteiengesetz) schränken das Ermessen der Behörde bei der Entscheidung über die Erlaubnis zum Aufstellen von Wahlplakaten durch Parteien in erheblichem Umfang ein. Einige Kommunalordnungen sehen daher eine Befreiung von der Erlaubnispflicht in Wahlkampfzeiten vor.

1. Anspruch auf Plakatwerbung

Die Sichtwerbung für Wahlen ist ein wichtiger Bestandteil der Wahlvorbereitung in der Demokratie (BVerfGE 14, 121, 34 160, 163). Das Bundesrecht gebietet daher einen Anspruch auf Gestattung der Wahlsichtwerbung durch Parteien (BVerfGE 47, 280, 283). Das Ermessen über die Erteilung der Sondernutzungserlaubnis reduziert sich in Wahlkampfzeiten auf null, d.h., die Behörde muss die Erlaubnis in Wahlkampfzeiten erteilen.

2. Umfang der Plakatwerbung

Der angemessene Umfang der Werbung im Einzelfall bestimmt sich nach dem Grundsatz der sogenannten abgestuften Chancengleichheit, wie dies in § 5 Abs. 1 Parteiengesetz seinen gesetzlichen Niederschlag gefunden hat (BVerwGE 47, 280; VG Gelsenkirchen, NWVBl. 1999, 106, 107; Jarass/Pieroth, GG, 5. Auflage, § 21 Rdnr. 16). Demzufolge ist es zulässig und ggf. sogar notwendig, die Parteien bei der Gewährung von öffentlichen Leistungen, wie hier der Erteilung der Sondernutzungserlaubnis, nach ihrer Bedeutung ungleich zu behandeln (VG München, AZ: M 22 E 06.1484, Beschl. V. 26.05.2006).

Dabei ist es in erster Linie Sache der Parteien, Art und Stil ihrer Wahlwerbung zu bestimmen. Ob sich die Wahlplakatierung im Rahmen der erteilten Sondernutzungserlaubnis halte, bemesse sich nach einer großzügigen Gesamtbetrachtung. Die isolierte Würdigung einzelner textlicher oder bildlicher Elemente des Plakats verbiete sich. Jedoch muss ein konkreter Bezug zu der jeweiligen Wahl gegeben sein (OVG NRW, AZ: 11 B 952/04 vom 12.05.2004).

Selbstbindungen anderer Parteien durch kollektiven Verzicht auf das Plakatieren von Masten, Schildern u. Ä. bindet jeweils nur die Unterzeichner und wirkt nicht zulasten Dritter, welche die Selbstbindung nicht unterschrieben haben.

Eine von der Gemeinde festgelegte Obergrenze der Zahl der Wahlplakate der Parteien darf nicht dazu führen, dass kleine oder erstmals zur Wahl angetretene Parteien sich nicht mehr im Straßenraum präsentieren können (OVG Bremen, AZ: 1 B 181/03 vom 09.05.2003).

Das Recht zum Aufstellen von Wahlplakaten als Ausprägung des Anspruchs auf wirksame Wahlwerbung erfordert es, einer kandidierenden politischen Partei pro 100 Einwohner einen Aufstellort zur Verfügung zu stellen (VG Gießen, NVWZ-RR, 2001, 418). Eine rechnerische Ableitung der Obergrenze aus der Einwohnerzahl – hier: ein Plakat pro 50 Einwohner – kann jedoch sachwidrig sein, wenn sie nicht die Zahl der zur Wahl zugelassenen Parteien berücksichtigt und dazu führt, dass kleinere Parteien ihre Präsenz nicht mehr angemessen im Straßenraum der Großstadt verdeutlichen können (OVG Bremen, a. a. O.).

3. Plakatierzeitraum

Straßenrechtlich wird Wahlwerbung für die Zeit von frühestens sieben Wochen (örtlich teilweise sechs Wochen) vor der Wahl bis spätestens eine Woche (örtlich teilweise zwei Wochen) nach der Wahl privilegiert (VG Berlin, 19 A 485,01 vom 11.12.2001). Außerhalb dieses Zeitraums stellt die Plakatwerbung eine unerlaubte Sondernutzung dar, die immer einer Erlaubnis bedarf.

Wahlwerbung im Straßenland, z. B. an eigenen Gebäuden in der Form größerer Plakate o. Ä., bedarf i. d. R. einer bauordnungsrechtlichen Genehmigung. Im Wahlkampf kann von der Einhaltung bauordnungsrechtlicher Anforderungen an die Wahlwerbung abgesehen werden. Die Dauer des Wahlkampfes hängt hierbei von den Gebräuchen der einzelnen Parteien ab und kann bis zu zwei Monate betragen (VG Berlin, a. a. O.).

4. Anforderungen an die Verkehrssicherheit

Die Wahlplakate dürfen mit ihrer Platzierung an Masten u. Ä. zu keiner Verkehrsgefährdung führen. Das Verwaltungsgericht Minden (Az: 9 L 582/04, 27.07.2004) sah keine Verkehrsgefährdung durch das Plakatieren auf dem Mittelstreifen von jeweils zwei Verkehrsspuren. Zwar sei eine Sichtbeeinträchtigung auf den Gegenverkehr gegeben – eine Verkehrsgefährdung lässt sich daraus jedoch nicht ableiten, so das VG Minden. Etwas anderes dürfte jedoch gelten, wenn Wahlplakate zu Sichtbeeinträchtigungen auf Kreuzungen, Durchgängen oder Verkehrsanlagen führen.

Die meisten kommunalen Satzungen geben keine Mindesthöhe an, in der die Wahlplakate anzubringen sind – wichtig ist jedenfalls, dass die Verkehrssicherheit nicht beeinträchtigt wird. Nach einigen Satzungen dürfen die Wahlplakate nicht in den Verkehrsraum hineinragen (Sondernutzungssatzung Mihla), andere schreiben verbleibende Restgehwegbreiten vor (Sondernutzungssatzung Eilenburg).

5. Gebühren

Für die Erteilung der Sondernutzungserlaubnis können Sondernutzungsgebühren und Verwaltungsgebühren erhoben werden. Erhebt die Kommune Gebühren, muss sie zwischen kommerzieller und politischer Werbung unterscheiden (VG Dresden, Az. 12K 149/00 vom 19.12.2001). Die Kommunen sind verpflichtet, die Wahlkampfplakatierung zu privilegieren. Grundsätzlich wird die Erhebung von Gebühren für Wahlkampfplakatierung als zulässig erachtet.

Auch außerhalb der Wahlkampfzeit muss der Satzungsgeber eine Ermäßigung der Sondernutzungsgebühren vorsehen, sofern die politischen Parteien im Rahmen ihres verfassungsrechtlichen Auftrags ohne wirtschaftliches Interesse handeln (VG Dresden, a. a. O.).

6. Rechtsschutz

Verweigert die Kommune die Sondernutzungsgenehmigung ganz oder teilweise, kann gegen den Versagungsbescheid Widerspruch eingelegt werden (Widerspruchsfrist i. d. R. ein Monat). Häufig wird es auch eines Eilantrags nach § 123 Abs. 1 VwGO zum Verwaltungsgericht bedürfen.

„VERWENDUNG VON FOTOS/BILDERN IM WAHLKAMPF NUR MIT VORHERIGER EINWILLIGUNG – ABER ES GIBT AUSNAHMEN.“

1. Honorierung

Fotos und andere Bilder haben Urheber, denen nach dem Urheberrecht Nutzungs- und Verwertungsrechte zustehen. Es ist daher z. B. nicht zulässig, einfach Fotos aus dem Internet herunterzuladen und diese für Plakate, Broschüren o. Ä. zu verwenden. Mit dem Inhaber der Verwertungs- oder Nutzungsrechte, häufig eine Agentur, muss daher jeweils vertraglich vereinbart werden, zu welchem Zweck ein Foto verwendet werden soll und was dafür an Honorar zu zahlen ist. Es empfiehlt sich, Zweck und Umfang der Verwendung exakt schriftlich festzuhalten und sich auch daran exakt zu halten, damit nicht später durch Nachforderungen erhebliche Mehrkosten entstehen.

2. Recht am eigenen Bild

Gemäß § 22 KUG (Kunsturhebergesetz) dürfen Bildnisse nur mit (vorheriger) Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder veröffentlicht werden. Hat der Abgebildete eine Entlohnung dafür, dass er sich hat abbilden lassen, erhalten, gilt die Einwilligung im Zweifel als erteilt. Von diesem Grundsatz gibt es jedoch gewichtige Ausnahmen:

2a: Ausnahme – Personen der Zeitgeschichte

So dürfen Bilder aus dem Bereich der Zeitgeschichte, also Bilder, die Personen der Zeitgeschichte zeigen, ohne deren Einwilligung veröffentlicht werden. Dies gilt insbesondere für sogenannte absolute Personen der Zeitgeschichte. Darunter versteht man Personen, die durch ihre Funktion, ihre besonderen Leistungen, ihre Taten oder ihre Herkunft aus dem Kreis der Mitmenschen herausragen und dadurch im Blickfeld zumindest eines Teils der Öffentlichkeit stehen (BverfG NJW 2000, S. 1025). Spitzenpolitiker zählen dazu ebenso wie Spitzensportler, herausragende Künstler oder Manager.

2b: Ausnahme – Person nur als Beiwerk neben einer Landschaft

Wenn Personen auf einem Bild nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder einer sonstigen Örtlichkeit erscheinen, bedarf es ebenfalls keiner Einwilligung.

2c: Ausnahme – Personen bei Versammlungen

Ohne Einwilligung dürfen auch Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die abgebildeten Personen teilgenommen haben, verbreitet werden. Es ist also zulässig, ohne Weiteres Fotos einer Wahlkundgebung oder eines Demonstrationzugs zu verbreiten, selbst wenn dabei die Teilnehmer erkennbar sind.

3. Ausnahmen von der Abbildungsfreiheit

Grundsätzlich ist es zulässig – außer im Falle kommerzieller Werbung, die uns hier nicht interessiert –, absolute Personen der Zeitgeschichte abzubilden und diese Abbildung zu verbreiten. Es ist daher auch zulässig, die Spitzenpolitiker der konkurrierenden Parteien auf Wahlplakaten und in Broschüren abzubilden, sei es, um sich mit ihnen inhaltlich auseinanderzusetzen, oder sei es, um sie satirisch zu zeichnen. Rechtlich problematisch würde dies nur dann, wenn die Gesichtszüge kränkend entstellt würden oder die gezeigte Person in ein sachlich falsches oder herabsetzendes Umfeld platziert würde, wenn also die Veröffentlichung regelrecht beleidigenden Inhalt hätte.

Es ist in der Vergangenheit mehrfach versucht worden, durch Abbildung Prominenter Wahlwerbung zu betreiben und damit diese Prominenten sozusagen für den Wahlkampf einzuspannen. Davor kann nicht genug gewarnt werden. Die Prominenten fühlen sich in solchen Fällen leicht missbraucht und ergreifen rechtliche Schritte, da sie nicht einer bestimmten Partei zugeordnet werden wollen.

4. Fotos von fremden Häusern

In letzter Zeit haben mehrfach Ortsvereine in Wahlkampfveröffentlichungen Häuser aus ihrem Bereich abgebildet. Die Eigentümer der Häuser haben sich zum Teil dagegen gewehrt, allerdings dann ohne Erfolg, wenn die Fotografie des Hauses ohne Betreten des Hausgrundstücks von einer allgemein zugänglichen Stelle aus angefertigt wurde (BGH vom 09.03.1989, GRUR 1990, S. 390).

Wenn also ein solches Gebäude fotografiert und die Fotografie im Wahlkampf verwendet werden soll, so ist genau darauf zu achten, dass nur eine von einer allgemein zugänglichen Stelle aus gefertigte Fotografie zulässig ist. Wird dagegen verstoßen, löst dies Unterlassungs- und Zahlungsansprüche des Hauseigentümers aus.

„KEINE-WERBUNG-AUFKLEBER AN HAUSBRIEFKÄSTEN SIND AUCH VON PARTEIEN ZU RESPEKTIEREN.“

1. Grundsätzliches

Wer keine Werbung im Briefkasten wünscht, muss dies erkennbar machen. Dazu genügt es, einen Aufkleber „Keine Werbung einwerfen“ gut sichtbar am Briefkasten oder an der Haustür anzubringen. Werbende Unternehmen müssen diesen oder inhaltsgleiche Aufkleber beachten (BGH, AZ: VI ZR 182/88, Urteil vom 20.12.1998).

Dieses Werbeverbot gilt auch für politische Parteien und verletzt Parteien nicht in ihrem Recht auf Verbreitung und Verteilung von Flugblättern mit ihren politischen Ansichten aus Art. 5 Abs. 1 GG und Art. 21 Abs. 1 Satz 1 GG (std. Rspr. BVerfGE, 2 BvR 2135/01, Beschluss vom 01.08.2002; KG Berlin, 9 U 1066/00).

Dabei hat der Gebietsverband, der das Material herausgegeben hat, allein für die ihrem Einfluss unterliegende unerwünschte und damit rechtswidrige Flugblattverteilung und Versendung von Informationsmaterial durch ihre Mitglieder und mit der Verteilung oder Versendung von Werbematerial beauftragte Dritte einzustehen. Der Gebietsverband muss sich das Verhalten der in ihre Werbemaßnahmen eingeschalteten Organisationen und Personen zurechnen lassen, sofern sie sich nicht durch die Darlegung entlasten kann, dass sie alles ihr Zumutbare unternommen hat, um Rechtsbeeinträchtigungen des Klägers des Ausgangsverfahrens auszuschließen (BVerfGE, a. a. O.).

2. Kostenlose Anzeigenblätter und Werbung in Tageszeitungen

Wenn kostenlose Anzeigenblätter auch einen redaktionellen Teil enthalten, reicht der Aufkleber „Keine Werbung einwerfen“ nicht aus. Diese Blätter dürfen trotzdem eingeworfen werden, denn sie fallen nicht unter den Begriff „Werbung“. Sie dürfen aber dann nicht eingeworfen werden, wenn am Briefkasten durch einen Aufkleber o. Ä. der Willen geäußert wird, auch keine Anzeigenblätter zu erhalten (OLG Stuttgart, AZ: 2 U 117/93, Urteil vom 12.11.1993).

Damit Eure Massenzeitung zum Wahlkampf wie ein Anzeigenblatt privilegiert ist, müsst Ihr auf einen hinreichend breiten redaktionellen Teil achten.

Faustformel: Für den unbefangenen Betrachter muss der Eindruck entstehen, dass die Zeitung das Produkt redaktioneller Arbeit ist und nicht bloß eine Aneinanderreihung von SPD-Werbung.

Für Werbezettel, die in Tageszeitungen oder Wochenblättern eingelegt sind, gilt der Aufkleber „Keine Werbung einwerfen“ nicht. Sie sind Bestandteil dieser Zeitungen und können nicht separat zurückgewiesen werden.

3. Werbung bei Hausbesuchen

Der Einwurf von Werbung (Flyer u. Ä.) in den Briefkasten des Nichtangetroffenen ist verboten, wenn ein Aufkleber „Keine Werbung“ angebracht ist. Es gilt grundsätzlich das Obengenannte. Ein Hinweis, dass ein Hausbesuch stattgefunden hat, ist in personalisierter Form möglich, auch wenn sich ein „Keine Werbung“-Aufkleber auf dem Briefkasten befindet. Dieser Besuchshinweis darf aber keine Werbung der SPD oder des Kandidaten bzw. der Kandidatin enthalten und muss die Besuchte oder den Besuchten persönlich ansprechen.

z. B. (hier in Kurzform, Anrede jeweils handschriftlich vor Ort)

„Sehr geehrte Frau.../Sehr geehrter Herr.../Sehr geehrte Familie...!“

Ich/Wir haben Sie heute bei unserem Hausbesuch nicht angetroffen. Wenn Sie weitere Informationen oder einen persönlichen Kontakt wünschen, können Sie sich gerne an ... unter ... wenden.

Ihre SPD/Ihre Kandidatin/Ihr Kandidat

4. Folgen bei Verstößen

Jemandem Werbung einzuwerfen, der dies nicht wünscht, stört dessen Persönlichkeits- und Besitzrechte. Der Bürger hat gegen die werbende Partei einen Unterlassungs- und Abwehranspruch nach §§ 823, 903, 862 Abs. 1, 1004 BGB.

Der Werbende (z. B. Landesverband) muss sich dabei das Fehlverhalten der von ihm eingesetzten Werber oder Mitarbeiter/Zusteller zurechnen lassen und kann auch verklagt werden (BGH, AZ: 6 ZR 182/88, Urteil vom 20.12.1988).

Weiterhin können sich die Bürger mit anwaltlichen Abmahnungen (zur Abgabe strafbewehrter Unterlassungserklärungen) wehren.

13. GEMA

Gesamtvertrag zwischen SPD und der Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte

Der SPD-Parteivorstand hat mit der GEMA einen Pauschal-/Gesamtvertrag für die Partei mit allen Gliederungen, Arbeitsgemeinschaften, Betriebsgruppen etc. geschlossen.

Für die durch den Vertrag abgedeckten Musikenutzungen bei Veranstaltungen brauchen die Gliederungen **keine Gebühren** an die GEMA zu zahlen, wenn die Meldungen (wie unten angegeben) erfolgen.

Bei ordnungsgemäßer Einholung sonstiger GEMA-Lizenzen (also Musikenutzungen, die nicht durch den Pauschalvertrag abgegolten sind), erhalten SPD-Arbeitseinheiten nach diesem Vertrag einen 20-prozentigen Gesamtnachlass auf die jeweiligen Vergütungssätze der GEMA. Bei der Anmeldung ist das von der GEMA zur Verfügung gestellte (spezielle) SPD-Anmeldeformular (Fragebogen) zu nutzen. Es müssen mindestens folgende Angaben erfolgen:

- Namen und Anschrift des/der Verantwortlichen
- Datum und Dauer der Veranstaltung
- Art der Veranstaltung
- Adresse/Ort der Veranstaltung
- Größe des Veranstaltungsorts
- Höhe des Eintrittsgeldes/Kostenbeitrags (wenn erhoben)

Auf dem Meldeformular ist neben der SPD-GEMA-Partnernummer (die sich auf dem Formular befindet) auch immer Eure individuelle GEMA-Kundennummer anzugeben. Ist Euch diese nicht bekannt, kann das Feld leer bleiben. Die Angaben werden von der GEMA dann automatisch ergänzt.

Der GEMA-Gesamtvertrag verlängert sich automatisch bis ins nächste Jahr. Das heißt, diese Information ist voraussichtlich bis mindestens September 2018 gültig.

Die zuständige GEMA-Geschäftsstelle für alle SPD-Veranstaltungen (mit Musik):

Anschrift GEMA, 11506 Berlin

Telefon 030 58858-999

Fax 030 21292-795

E-Mail kontakt@gema.de

Internet www.gema.de

Detaillierte Informationen zur GEMA findet Ihr unter:

[Spd.de/mein Bereich/Material für Parteiarbeit/Rechtliche Infos-Gema/Verträge-Versicherungen-Gema/Gema](http://Spd.de/meinBereich/Material_für_Parteiarbeit/Rechtliche_Infos-Gema/Verträge-Versicherungen-Gema/Gema)

14. VERSICHERUNGSSCHUTZ

Die SPD hat für ihre hauptamtlichen und ehrenamtlichen Helfer/-innen ein umfangreiches Versicherungspaket abgeschlossen, um einige der im Zusammenhang mit der Parteiarbeit auftretenden Risiken, insbesondere für unsere Parteimitglieder, finanziell abzudecken. Wir gewährleisten im Rahmen des Möglichen den bestmöglichen Versicherungsschutz für unsere Parteimitglieder und Helfer/-innen durch diesen Versicherungsvertrag.

1. Bestehender Versicherungsschutz Parteiarbeit

- a. Unfallversicherung für Funktionäre und Funktionärinnen sowie Helfer/-innen bei Wahlen
- b. Gruppenunfallversicherung für Veranstaltungen
- c. Haftpflichtversicherung für Veranstaltungen und Parteiarbeit

1.a) Unfallversicherung für Funktionäre und Funktionärinnen sowie Helfer/-innen bei Wahlen

Ein Baustein des Pauschalvertrags ist eine Unfallversicherung für die Helfer/-innen (bei Wahlen) und für ehrenamtliche Funktionäre/Funktionärinnen.

Versicherungsgegenstand: Versichert sind alle Unfälle der o. g. Personengruppen in Ausübung ihrer ehrenamtlichen und nebenberuflichen Tätigkeit (außerhalb des Bürobetriebs), einschließlich des direkten Wegs nach und von der versicherten Tätigkeit.

1.b) Gruppenunfallversicherung für Veranstaltungen

Im Rahmen der Gruppenunfallversicherung sind offiziell alle Besucher/innen bzw. Teilnehmer/-innen von SPD-Veranstaltungen sowie offiziell beauftragte Hilfskräfte (soweit diese nicht als Wahlhelfer/-in tätig sind; sonst siehe Ziffer a.) und teilnehmende Sportler/-innen ohne Namensangabe versichert.

Versicherungsgegenstand: Versichert sind alle Unfälle, die Besucher/-innen sowie sonstige Beteiligte während der Dauer der Veranstaltung, (bei Helfer/-innen einschließlich des direkten Hin- und Rückwegs) erleiden. Der Versicherungsschutz besteht auch für Teilnehmer/-innen an Seminaren, die vom SPD-PV angeboten, aber nicht selbst durchgeführt werden.

Achtung: Voraussetzung für den Versicherungsschutz ist, dass der Unfall noch während der Veranstaltung des Seminars oder unmittelbar danach dem SPD-PV bzw. dem SPD-Schadensservice (spd-schadensservice@financerisk.de) gemeldet wird.

1.c) Haftpflichtversicherung für Veranstaltungen und Parteiarbeit

Sofern bei einer SPD-Veranstaltung durch eine/n ehrenamtliche/n Helfer/-in in einem anderen (sogenannte/r Dritte/-r) ein Personen- oder Sachschaden zugefügt wird, wird dieser grundsätzlich durch die vorgenannte Versicherung reguliert/bearbeitet. Bedingt gilt dies auch für Vermögensschäden. Bestandteil des Bausteins ist auch eine Veranstalterhaftpflichtversicherung; d. h. Risiken, die sich aus dem Veranstaltungsbetrieb heraus ergeben, sind im Umfang der u. g. Leistungsbeschreibung versichert.

Versicherungsgegenstand: Versichert sind alle bei Durchführung einer Veranstaltung für die Parteiarbeit verantwortlichen Personen. Die Haftpflichtversicherung gilt für Handlungen/Unterlassungen aller ehrenamtlich beauftragten Personen (auch Nichtmitglieder). Sie reguliert Schäden an gemieteten Gebäuden und/oder Räumen und Sachen bzw. Vermögensschäden aus der Verletzung des Bundesdatenschutzgesetzes. Ansprüche mitversicherter Personen untereinander fallen ebenso wie Umweltrisiken (Umwelthaftpflichtversicherung und Umweltschadenversicherung) unter den Versicherungsschutz.

2. Kostenpflichtig zusätzlich abgeschlossen werden kann zu günstigen Tarifen:

Kraftfahrzeug-Vollkaskoversicherung für Fahrten bei Wahl- und Parteiveranstaltungen (Rahmenvertrag 2-43.465.883-7)

Bestandteil des Pauschalversicherungsvertrags mit der Generali ist ein Rahmenvertrag betreffend eine Kraftfahrzeug-Vollkaskoversicherung mit weiteren bestimmten Zusatzversicherungen, die im Bedarfsfall von jeder Parteigliederung direkt bei der Generali abgeschlossen werden können/sollten. Diese Versicherung ist optional, d. h., sie setzt die Anmeldung und Zahlung des Versicherungsbeitrags voraus.

Es kommt immer wieder vor, dass ehrenamtliche Helfer/-innen mit ihrem privaten Pkw für die Partei unterwegs sind (z. B. zu Veranstaltungen als Funktionsträger/-innen, für das Aufstellen von Wahlplakaten etc.) und auf diesem Weg mit ihrem Pkw in einen Verkehrsunfall verwickelt werden. Schäden von Wahlhelfern/-innen, die mit dem privaten Pkw verursacht werden, sind nicht durch die o. g. Haftpflichtversicherung abgedeckt. Oft besitzen die Genossinnen und Genossen und sonstigen ehrenamtlichen Helfer/innen keine Vollkaskoversicherung und verfügen auch nicht über die finanziellen Mittel, die Reparatur am Fahrzeug selbst zu bezahlen oder sich ggf. (z. B. bei einem Totalschaden) ein neues Fahrzeug anzuschaffen. Ferner haben die wenigsten Mitglieder eine private Insassen- oder eine entsprechende Rechtsschutzversicherung.

Die SPD hat daher mit der Generali ein Komplettpaket für derlei Schäden ausgehandelt (Kfz-Rahmenvertrag, Formular siehe unten). Wenn die Prämien für die Gesamtversicherung für Deinen/Euren Ortsverein dennoch zu teuer sein sollten, könnt Ihr auch nur die Einzelkomponenten versichern. Ihr könnt auch Kfz-Anhänger (für Plakatierungen oft genutzt) zusätzlich versichern. Daher die eindringliche Bitte: Bitte versichert, insbesondere in Wahlkampfzeiten, die privaten Pkw von Wahlhelferinnen und Wahlhelfern, die für ihre ehrenamtliche Tätigkeit das Fahrzeug nutzen!

Achtung: Bei der „Kraftfahrzeug-Vollkaskoversicherung“ gilt eine Selbstbeteiligung bis zu 150 Euro (für Voll- und Teilkaskoschäden).

Vorgehen im Schadensfall:

Bitte grundsätzlich kein Schuldanerkennnis abgeben. Detaillierte Hinweise zu den Versicherungen findet Ihr auf: [Spd.de/mein Bereich/Material für Parteiarbeit/Rechtliche Infos-Gema/Verträge-Versicherungen](http://Spd.de/mein_Bereich/Material_für_Parteiarbeit/Rechtliche_Infos-Gema/Verträge-Versicherungen)

Bitte meldet Euch zuerst bei Eurer Unterbezirksgeschäftsstelle. Dort bekommt Ihr die nötigen Informationen und Formulare!

Für Rückfragen kannst Du Dich/könnt Ihr Euch auch an folgende Stellen wenden:

SPD-Schadenservice – Financerisk

Eysseneckstraße 55
60322 Frankfurt am Main
Tel.: 069 789886-88; Fax: 069 789886-99
spd-schadenservice@financerisk.de

SPD-Parteivorstand

Referat I/1 Parteientwicklung, Karin Seidel
Wilhelmstr. 141
10963 Berlin
Tel.: 030 25991-326
Karin.seidel@spd.de

3. Gesetzlicher Unfallversicherungsschutz (VBG)

Alle SPD-Mitglieder sind im Rahmen ihrer ehrenamtlichen Tätigkeit durch den SPD-Parteivorstand gesetzlich unfallversichert. Dies betrifft solche Mitglieder, die in Parteigremien, Ausschüssen, Kommissionen oder Arbeitskreisen der Partei an der inhaltlichen Erarbeitung und Durchsetzung der politischen Vorstellungen der Partei mitwirken oder die politischen Positionen der Partei in deren Auftrag oder mit deren Einwilligung nach außen in Reden, Diskussionen oder Gesprächen inhaltlich vertreten. Auch die Teilnahme an Ausbildungsveranstaltungen betreffend Tätigkeiten für Gremien in Arbeitgeber- und Arbeitnehmerorganisationen oder für Parteien ist dann versichert. Unfallversicherungsträger ist die gesetzliche Unfallversicherung Verwaltungs-Berufsgenossenschaft. Bitte bei Unfall sofort direkt dem Arzt mitteilen!

15. UNSERE PUBLIKATIONEN IM ÜBERBLICK

**INTERNETWAHLKAMPF
ZUR KOMMUNALWAHL**

**HESSEN
SPD**

HANDBUCH

STRATEGIEN
WERKZEUGE
UMSETZUNG
EIN ANGEBOT FÜR EURE HOMEPAGE
SCHULUNGEN: MOBILISIERUNG IM NETZ
21 PRAXISBEISPIELE

**VERTRAUEN ERWERBEN
– WAHLEN GEWINNEN**

**HESSEN
SPD**

POLITISCHE KOMMUNIKATION IN DER KOMMUNALPOLITIK

HANDBUCH

GRUNDLAGEN
NEUE FORMEN/ BEISPIELE
KLASSISCHE FORMEN/ BEISPIELE
METHODEN
EINE VORWAHLKAMPAGNE
NETZWERK POLITISCHE BILDUNG IN HESSEN



**Leitlinien der SPD Hessen
für die Kommunalwahl 2016**

**STARKE STÄDTE UND
GEMEINDEN FÜR EIN
LEBENSWERTES HESSEN**

**HESSEN
SPD**

**BEST PRACTICE
KOMMUNALPOLITIK**

**HESSEN
SPD**

Die Handbücher können für jeweils 5 € bestellt werden:
shop.spd.de – Länderportale – Hessen – Gedrucktes



IMPRESSUM

SPD-LANDESVERBAND HESSEN

Rheinstraße 22
65185 Wiesbaden

V. i. S. d. P.: Nancy Faeser MdL
(Generalsekretärin)

Tel.: 0611 99977-0
Fax: 0611 99977-11
E-Mail: Landesverband.Hessen@spd.de
Facebook: facebook.com/spdhessen

REDAKTION

Dr. Wilfried Lamparter
Daniela Beck
Isabel Neumann
Wir bedanken uns beim SPD-Landesverband Brandenburg für die Überlassung von Idee und Texten für diese Broschüre.

LAYOUT & SATZ

clemenzick.de
Isabel Neumann

FOTOS

Archiv SPD-Landesverband Hessen
SPD Frankfurt, SPD Wiesbaden
Georg-Fotografie Offenbach (S. 8)

2. AUFLAGE, FEBRUAR 2018

WWW.SP-D-HESSEN.DE/DIREKTWAHLEN