

Der Internetwahlkampf der NRWSPD

Die ersten Überlegungen zum Internetwahlkampf der NRWSPD wurden im März 2004 angestellt. Im Lichte der damals für die SPD medialen und demoskopisch schlechten Stimmungslage und der sich im internationalen Umfeld technologisch und methodischen weiter entwickelnden Online-Wahlkämpfe wurden zentrale Anforderungen formuliert.

- Der Online-Wahlkampf sollte technologisch und methodisch auf der Höhe der Zeit sein und über den Wahltag hinaus wirken.
- Der Online-Wahlkampf sollte kein Abfallprodukt der restlichen Wahlkampf-Kampagne werden, sondern eine wesentliche Eigendynamik entwickeln und einen integrierten Beitrag zum Gesamtwahlkampf liefern.
- Der Online-Wahlkampf sollte drei wesentliche Internet-Nutzergruppen ansprechen: Erstens diejenigen, die sich erstmals für Politik und Wahlen interessieren. Zweitens diejenigen, die schon Grundkenntnisse haben und ein regelmäßiges Informationsinteresse stillen wollen. Drittens diejenigen, die sich aktiv am Wahlkampf als Unterstützer beteiligen wollen und einen eigenen Beitrag leisten wollen.

Im Kern setzte sich der Online-Wahlkampf aus drei Websites zusammen:

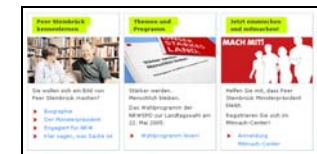
- Die zentrale Wahlkampf- und Parteiplattform www.nrwspd.de
- Der Wahlkampfauftritt von Peer Steinbrück www.peer-steinbrueck.de
- Das Weblog der NRWSPD blog.nrwspd.de

Insgesamt wurden zahlreiche Methoden und Bausteine aktueller Online-Wahlkämpfe erstmals und in Deutschland erfolgreich getestet und etabliert:

- Mit dem ersten dauerhaften Weblog einer deutschen Partei (blog.nrwspd.de) hat die NRWSPD den Weg für den Weblog-Boom während der Bundestagswahl und in der Politik generell bereitet.
- Das Mitmach-Center wurde Vorbild für die Gewinnung und Organisation von Unterstützer-Teams über das Internet.
- Der Einsatz von aktuellen Webvideos hat sich als neuer Standard in der politischen Kommunikation in Deutschland etabliert.
- Eine neuartige E-Mail-Kampagne, die Online-Organisation von TV-Partys zu den TV-Duellen, eine Online-Spendenkampagne und der Einsatz von Online-Petitionen zur Mobilisierung und Gewinnung von Unterstützern waren weitere innovative Bausteine.



www.nrwspd.de



Ansprache von Nutzergruppen mit Erstinformation, Programmatik und Mitmach-Angeboten auf www.peer-steinbrueck.de



Weblog der NRWSPD blog.nrwspd.de

Der Online-Wahlkampf wurde mit dem Start des Weblogs <http://blog.nrwspd.de> am 18. Juni 2004 100 Tage vor der Kommunalwahl 2004 begonnen. Kurz nach der Kommunalwahl, am 6. Oktober 2004, wurde der zentrale Internet-Auftritt <http://www.nrwspd.de> gestartet. Am 7. Januar 2005 begann die E-Mail-Kampagne der NRWSPD mit einer Einladung zum Kommunalkonvent. Die Website des Spitzenkandidaten Peer Steinbrück wurde am 11. Februar zum Wahlparteitag in Betrieb genommen.

Für die drei zentralen Internet-Auftritte hat die NRWSPD bis zur Landtagswahl am 22. Mai zusammen knapp 1,8 Millionen (1.792.322) Seitenaufrufe gezählt. Während der E-Mail-Kampagne wurden insgesamt über eine halbe Million (563.000) E-Mails verschickt.

Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen zu den wesentlichen Innovationen des Internet-Wahlkampfes der NRWSPD die Hintergründe, das Konzept und die Wirkungen vor. Ebenso zeigen wir auf, inwieweit die Innovationen prägend für bundesdeutsche Wahlkämpfe – insbesondere für den unmittelbar nachfolgenden Bundestagswahlkampf 2005 – waren.

Inhaltsverzeichnis

Blogger & Weblogs	Seite	3
Mitmach-Center	Seite	7
Webvideos: Steinbrücks Wochensicht	Seite	9
E-Mail-Kampagne	Seite	11
TV-Partys zu den TV-Duellen	Seite	13
Online-Spendenkampagne	Seite	15
Online-Petitionen	Seite	17

Blogger & Weblogs

Idee

Die NRWSPD wollte im Vorfeld der Landtagswahl gezielt mit Meinungsführern der Online-Community Kontakte und Gespräche aufbauen. Dabei ging es insbesondere um diejenigen, die als politisch interessierte Netzaktive eigene Online-Medien unterhalten und als Gegenstück zu den klassischen Medien ihre individuelle Meinung publizieren und eine interessierte und gegenüber der massenmedialen Meinungsbildung kritische Leserschaft pflegen.

Innovation

Die NRWSPD richtete als erste deutsche Parteigliederung im Juni 2004 ein dauerhaftes Weblog unter <http://blog.nrwspd.de> ein. Jedem Leser wurde eine uneingeschränkte Möglichkeit zur Kommentierung der Beiträge im Weblog ermöglicht. Gleichzeitig beteiligten sich die Autoren des NRWSPD-Weblogs ("Blogger") in Diskussionen anderer Weblogs und in Gesprächen mit anderen Bloggern. Sie griffen dortige Themen für eigene Artikel und Beiträge auf.

Die Beiträge der NRWSPD-Blogger wurden nicht mit der Wahlkampfleitung, Parteiführung oder Pressestelle abgestimmt. Die Weblog-Redaktion setzte sich aus Mitarbeitern der NRWSPD, studentischen Praktikanten, Sympathisanten und Parteimitgliedern zusammen, die ausdrück-

lich keine Sprecherfunktionen wahrnehmen, sondern ihre ganz persönlichen Erfahrungen, Wahrnehmungen, Meinungen und Vorstellungen von der Politik in NRW, vom Wahlkampf, von den Kandidaten, von der SPD und aus dem Umfeld berichteten.

Zu verschiedenen Anlässen wurde von Veranstaltungen und von unterwegs live gebloggt: Parteitage und Großveranstaltungen konnten so live aus der Sicht "einfacher Teilnehmer" verfolgt und kommentiert werden. Mit Hilfe von UMTS- und GSM-Netz, von Laptops und Handykameras wurde von Kundgebungen und Festen, von Partys während der TV-Duelle und vom Wahlkampf vor Ort berichtet.

Erfolg

Das Weblog der NRWSPD wurde am 18. Juni 2004 – 100 Tage vor der NRW-Kommunalwahl 2004 gestartet.



In 11 Monaten
bis 22. Mai 2005

Seitenabrufe: 285.619
Beiträge: 496
Kommentare: 1.855
Kommentatoren: 531

Links von anderen Sites
zu blog.nrwspd.de 2.466

Bis zur Landtagwahl am 22. Mai 2005 wurden 496 Beiträge veröffentlicht, die von 531 Lesern mit 1.855 Kommentaren diskutiert wurden. Insgesamt erzielte das Weblog der NRWSPD in den 11 Monaten vor der Wahl 285.619 Seitenabrufe, ist auf mindestens 2.466 externen Websites verlinkt. Zu den wichtigsten Verlinkungen gehören prominente und besucherstarke Sites wie spiegel.de, golem.de, zeit.de, waz.de, t-online.de, handelsblatt.de und giga.de. Über spiegel.de kamen ca. 1.000 Besucher auf den Weblog der NRWSPD.



Live-Blogging von Veranstaltungen

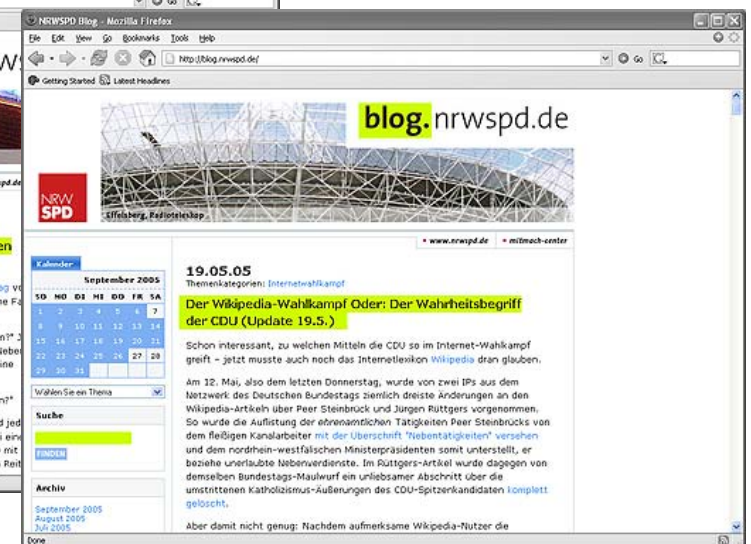
Der Internetwahlkampf der NRWSPD

Medienresonanz und Seitenabrufe

Verschiedene Themen, über die die NRWSPD im Weblog als erste berichtete, und die von der so genannten "Blogosphäre" aufgegriffen wurden, fanden schnell Resonanz in klassischen Medien: So berichtete der "Spiegel" über Veränderungen zugunsten von Jürgen Rüttgers und zu Ungunsten von Peer Steinbrück im deutschsprachigen Wikipedia (Online-Enzyklopädie), nachdem das Thema vom NRWSPD-Weblog (netz-) öffentlich gemacht wurde. Der Ursprungsbeitrag auf blog.nrwspd.de wurde 3.411 Mal aufgerufen und rangiert damit auf Platz 3 der Seitenabrufe.



Weblog-Beiträge führten zu Medienresonanz



Ebenso wurden von den Medien bei der Berichterstattung über die TV-Duelle Beiträge aus dem Weblog der NRWSPD aufgegriffen. Die zwei Weblogbeiträge zur Begleitung der TV-Duelle wurden 4.819 Mal (1. Platz) bzw. 3.739 Mal (2. Platz) gelesen.

Nominierung für Auszeichnung

Das Weblog der NRWSPD wurde als eines der zehn besten Weblogs in der Kategorie „Politik und Wirtschaft“ von einer Expertenjury durch die Wochenzeitung „DIE ZEIT“ für die Auszeichnung „Preisbloggen 2005“ nominiert.

Suchmaschinenoptimierung

Die eingesetzte Weblog-Technologie führte zu einer sehr schnellen Indizierung neuer Beiträge in Suchmaschinen wie Google und Nachrichtenportalen wie Google News. Innerhalb weniger Tage nach dem Start des Weblogs führte damit die NRWSPD die Suchergebnisse für alle relevanten Suchbegriffe zum Wahlkampf in NRW an.

Begleitforschung und Erfahrungsberichte

Die NRWSPD erhielt Anfragen von wissenschaftlichen Institutionen, die den Einfluss von Weblogs in Wahlkämpfen studieren wollten und von Unternehmen, Verbänden und Organisationen, die Berichte zu den Erfahrungen der NRWSPD für die eigene Kommunikationsstrategie erhalten wollten.

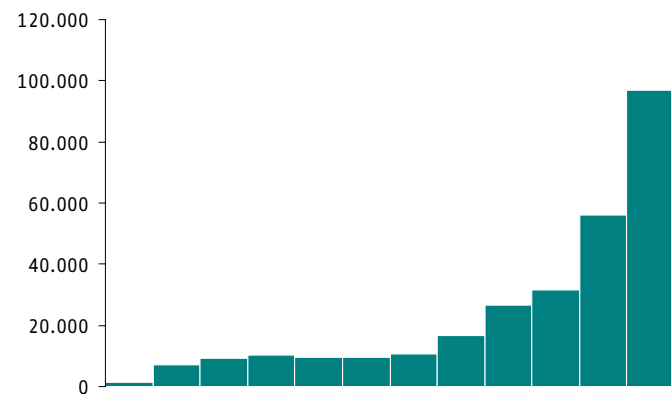
Weblogboom

Die Weblog-Aktivitäten der NRWSPD haben einen Boom politischen Weblogs in Deutschland befördert. In allen Bundesländern begannen schon während des Landtagswahlkampfes in NRW Blogger politische Inhalte aufzunehmen und zu diskutieren. Neue politische Weblogs wurden gestartet.



Mit dem Weblog der NRWSPD als Wegbereiter richteten im Bundestagswahlkampf 2005 alle Parteien und viele Kandidatinnen und Kandidaten eigene Weblogs als neues Wahlkampfinstrument ein. Dazu gesellte sich ein weit gespanntes Netz politischer Weblogs von zahlreichen unabhängiger Herausgeber im Sinne eines neuartigen "Bürger-Journalismus".

Monatliche Entwicklung der Seitenabrufe des Weblogs der NRWSPD zwischen Juni 2004 und Mai 2005:



Besonderheiten

Das Weblog der NRWSPD ist kein reines Wahlkampfinstrument, sondern eine dauerhafte Einrichtung. Gegenüber der Blogosphäre und der Netzgemeinde wird so deutlich gemacht, dass es sich um ein fortwährendes Gesprächs- und Diskussionsangebot auch nach der Stimmabgabe am Wahltag handelt.

Mitmach-Center

Idee

Die NRWSPD wollte im Online-Wahlkampf 2005 das Internet verstärkt als Instrument zur Gewinnung neuer Freiwilliger und neuer Unterstützer und zu deren Einsatz und Koordination im Wahlkampf nutzen. Neu gewonnene Unterstützer sollten erstmals vollständig online organisiert attraktive Mitwirkungsangebote erhalten und als wichtige Ressource im Wahlkampf genutzt werden. Dies erfolgte mit und ohne Anbindung an die lokale Parteiorganisation.

Innovation

Mit dem Relaunch von NRWSPD.de im Oktober 2005 wurde das neue „Mitmach-Center“ – erstmals in dieser Form in Deutschland – gestartet. Das Mitmach-Center ist eine personalisierte Online-Community, in der Mitglieder Materialien und Vorschläge für eigene Wahlkampfaktivitäten finden, weitere Mitstreiter für das Mitmach-Center gewinnen, E-Cards versenden, exklusiven Zugang zu Veranstaltungen der NRWSPD erhalten und sich online organisieren können.

Das NRWSPD Online-Team konnte durch das Mitmach-Center die Mitglieder über Postleitzahlenbereiche für lokale Aktivitäten und Informationen regionalisiert mobilisieren.



Mitglieder des Mitmach-Centers unterstützen Peer Steinbrück in Dortmund

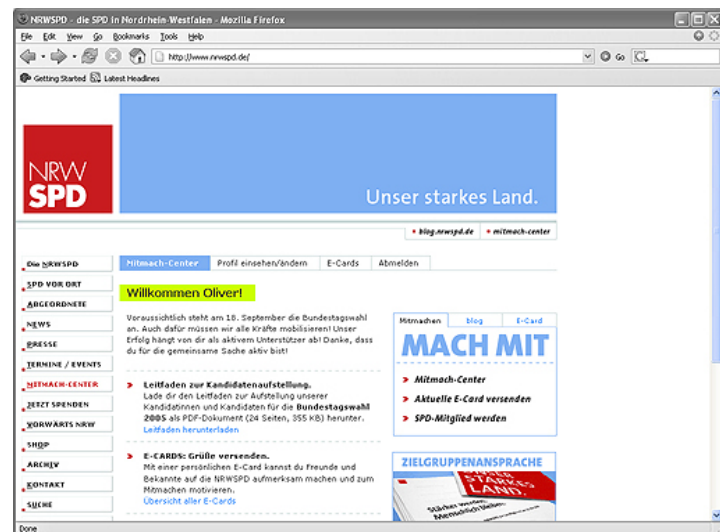
Jeder interessierte Besucher der Website kann durch Ausfüllen eines Anmeldeformulars mit seinen Kontaktdaten und der Antwort auf eine Bestätigungs-E-Mail Mitglied im Mitmach-Center werden, unabhängig von einer Parteizugehörigkeit zur SPD.

Erfolg

Die NRWSPD hat im Landtagswahlkampf 2005 damit als erste Partei in Deutschland eine Online-Community aufgebaut, mit der zentral gesteuert ein dezentraler Einsatz von Freiwilligen und Unterstützern in verschiedenen Bereichen möglich wurde.

Das Mitmach-Center hat im Landtagswahlkampf einige Tausend Mitglieder zu aktiven Unterstützern, tatkräftigen Wahlkampf Helfern und sogar zu neuen Parteimitgliedern gemacht. Große Teiler der Mitglieder des Mitmach-Centers waren bisher nicht für die NRWSPD oder lokale SPD-Gliederungen aktiv. In jedem Postleitzahlenbezirk und Wahlkreis war für das Online-Team eine Gruppe von Mitstreitern ansprechbar.

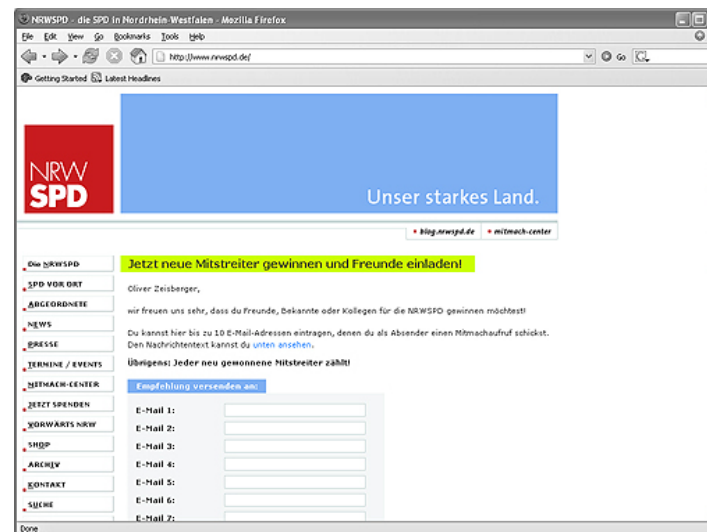
Kontinuierlich wurden die Mitglieder des Mitmach-Centers zu konkretem, zum Teil mehrmaligem und mehrstündigem Einsatz im Wahlkampf aufgefordert. Die Aufforderung erfolgte jeweils mit personalisierten und regionalisierten E-Mails. Außergewöhnliche 75 Prozent der im Mitmach-Center freiwillig registrierten Unterstützer nahmen die konkreten Unterstützungsaufforderungen an und wurden tatsächlich aktiv.



Besonderheiten

Das Mitmach-Center wird kontinuierlich ausgebaut. Es dokumentiert für die aktiven Mitglieder, welche Aktivitäten sie durchgeführt haben. Ein internes Punktesystem bietet Anreize zu Aktivitäten.

Mit einem Eventplanungs-Modul können Mitglieder im Mitmach-Center eigene Termine oder Events planen, Einladungen dazu versenden und den Anmeldestand jederzeit aktuell überprüfen. Ein integriertes Modul zur Bildung eigener Teams steht jedem Mitglieder des Mitmach-Centers zur Verfügung, fördert die Organisation untereinander und die Gewinnung, Einbindung und Aktivierung neuer Mitstreiter.



Webvideos Steinbrücks Wochensicht

Idee

Besuchern der persönlichen Wahlkampfplattform von Ministerpräsident Peer Steinbrück sollte regelmäßig und in kurzer Taktung exklusiver Inhalt geboten werden. Die besondere Wertschätzung der Online-Interessierten durch Peer Steinbrück sollte durch diese authentischen Statements dargestellt werden. Gleichzeitig war beabsichtigt, zu zeigen, wie nah der Internet-Wahlkampf der NRWSPD am Spitzenkandidaten und an aktuellen Themen war.

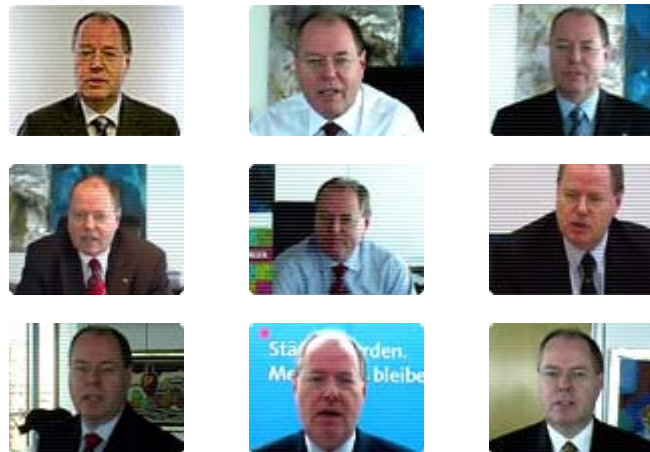
Innovation

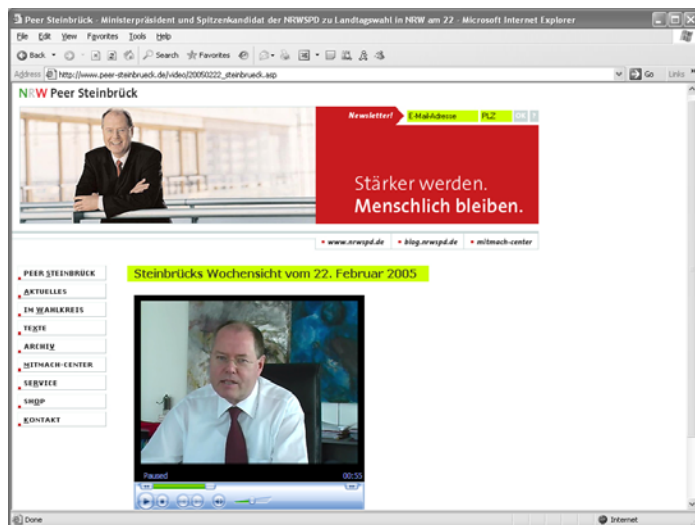
Die NRWSPD hat als erste Partei in einem deutschen Wahlkampf ein wöchentliches Video von einem Spitzenkandidaten exklusiv für den Internetwahlkampf produziert. Ministerpräsident Peer Steinbrück zeichnete jede Woche mit einem zweiköpfigen Videoteam sein aktuelles Statement "Steinbrücks Wochensicht" auf.

Das Videostatement wurde ohne Postproduction "wie aufgezeichnet" als Webvideo unmittelbar nach der Aufzeichnung auf der Website veröffentlicht. Der Ministerpräsident wurde "ungeschminkt" in seinem Büro in der Staatskanzlei oder unterwegs in NRW mit einem MiniDV-Camcorder aufgezeichnet – ohne Schnitte und Gegen-

schnitte, ohne Ausleuchtung und Maske, ohne Vorspann und Abspann, ohne besondere Tontechnik. Peer Steinbrück wurde gezeigt, wie auch Hobbyfilmer ihn gefilmt hätten: Selbst kleinere Versprecher waren zu hören und die Betrachter konnten an Mimik, Gestik und Stimme die "Tagesform" von Peer Steinbrück wahrnehmen.

Insgesamt wurden 13 Videostatements mit einer Länge von 1:37 Minuten bis 4:46 Minuten aufgezeichnet. Die "Wochensichten" wurden insgesamt 14.642 Mal von Besuchern der Website angesehen. Das NRWSPD Online-Team erreichte einige Hundert E-Mails, die die Videostatements kommentierten.





Neu im Wahlkampf: Jede Woche ein neues Webvideo auf der Website von Peer Steinbrück

Erfolg

Das exklusive wöchentliche Webvideo wurde von den klassischen Medien in einem eigenen Interview mit Peer Steinbrück auf Radio NRW, in zahlreichen Presseartikeln in Zeitungen und Zeitschriften und in Beiträgen von Online-Magazinen aufgegriffen. Videostatements wurden vom WDR-Fernsehen von der Website abgefilmt und Ausschnitte unter anderem in der TV-Sendung "hart aber fair" ausgestrahlt.

CDU-Spitzenkandidat Jürgen Rüttgers hat nach einigen Wochen auf seiner persönlichen Website mit vier vorproduzierten Videostatements nachgezogen.

Im Bundestagswahlkampf 2005 wurden nach der Idee der NRWSPD Web-Videostatements von Spitzenfunktionären, Unterstützern und Prominenten produziert und online veröffentlicht.

Besonderheiten

Die Herausforderung für die Produktion eines regelmäßigen Videostatements war der sich täglich verändernde Terminkalender des NRW-Ministerpräsidenten. Der wöchentliche Aufzeichnungstermin – und damit auch die Idee an sich – war Peer Steinbrück so wichtig, dass es 13 Wochen am Stück gelang, jeweils aktuelle Statements mit ihm aufzuzeichnen.

E-Mail-Kampagne

Idee

E-Mail-Kampagnen erzielen heute – wegen der Flut an (Werbe-)E-Mails – nur noch geringe Wirkung. Die NRWSPD wollte aber eine beachtete und wirkungsvolle E-Mail-Kampagne durchführen, die detailreich steuerbar war und messbaren Erfolg brachte.

Innovation

Mit einer professionellen E-Mail-Marketing-Software, die in die Websites und das Mitmach-Center auf NRWSPD.de integriert war, wurde erstmals eine neuartige E-Mail-Kampagne umgesetzt:

Die NRWSPD baute konsequent ihre E-Mail-Verteiler auf. Das so genannte Double-Opt-In-Verfahren mit Bestätigungsemail führte dazu, dass nur Empfänger angeschrieben wurden, die der SPD eine ausdrückliche Zustimmung zur Zusendung von Informationen gegeben hatten.

Erstmals wurden alle E-Mails monothematisch formuliert, um die Aufmerksamkeit der Empfänger auf jeweils nur ein wichtiges Thema zu fokussieren. Es wurden durchgängig keine Newsletter verschickt, die sich mit zwei oder mehr Themen beschäftigten.

Für die Gestaltung der E-Mails wurden graphisch gestaltete Layouts im Online-Corporate-Design entwickelt. Die E-Mail-Kampagne nutzte unterschiedliche Personen als Absender, die die Texte in ihrer eigenen Sprache und ihrem eigenen Duktus verfassten.

Die Empfängerkreise der E-Mails wurden nach regionalen, demographischen und weiteren Kriterien selektiert. Zusätzlich konnte beim Versand auch der persönliche Aktivitätsgrad der Mitglieder des Mitmach-Center von nrwspd.de Berücksichtigung finden.

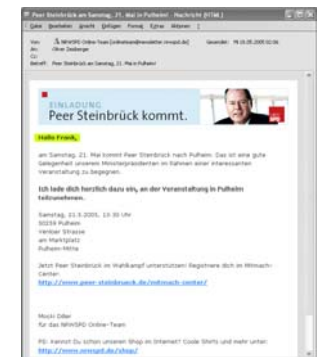
Erfolg

Im Landtagswahlkampf 2005 hat die NRWSPD über 565.000 E-Mails verschickt. Einige Tausend Antworten auf E-Mail-Marketing-Aktionen wurden vom gesamten NRWSPD Online-Team mit einer Reaktionszeit von unter 48 Stunden rückbeantwortet. In der übrigen E-Mail-Kommunikation über die zentrale Adresse info@nrwspd.de hat die NRWSPD mehrere Tausend E-Mail-Anfragen bearbeitet.

Der Erfolg ist wegweisend: Übliche Öffnungsraten von E-Mails bei E-Mail-Marketing-Aktionen liegen bei zehn Prozent der verschickten E-Mails. Die Klickhäufigkeit liegt für Gewöhnlich bei einem Prozent der Verschickten E-Mails. Dagegen erreichte die NRWSPD folgende Werte: Die Öffnungsrate aller verschickten E-Mails lag zwischen 45 Prozent und 85 Prozent. Insgesamt wurden ca. 250.000 Klicks auf die in den 565.000 verschickten E-Mails enthaltenen Links gezählt.



E-Mails zu den verschiedenen Anlässen



Zwei persönlich von Ministerpräsident Peer Steinbrück geschriebene E-Mails, die er jeweils am Tag vor den beiden TV-Duellen verschickt hat, lösten bei den Empfängern Begeisterung aus und führten zu zahlreichen Unterstützungsaktivitäten. Diese beiden E-Mails sorgten für die höchsten Öffnungs-, Klick- und Antwortraten.

Weitere E-Mails wurden unter anderem vom Landesvorsitzenden Harald Schartau, vom Generalsekretär Michael Groschek, vom Schatzmeister Norbert Römer, vom Landesgeschäftsführer Frank-Ulrich Wessel und von einzelnen Mitarbeitern des NRWSPD Online-Teams verschickt.

Gut die Hälfte aller Besucher der Wahlkampfveranstaltungen und Kundgebungen der NRWSPD meldeten sich aufgrund von persönlichen E-Mail-Einladungen direkt online an.

Besonderheiten

Obwohl die E-Mail-Kampagne als personalisierter "Massen"-Versand mit mehreren Tausend Empfängern pro Versand durchgeführt wurde, hat das NRWSPD Online-Team darauf geachtet, dass Antworten, die von den Empfängern zurückgeschickt wurden, wiederum gelesen und alle beantwortet wurden. Erstmals ist es so gelungen, den Empfängern der E-Mail-Kampagne deutlich zu machen, dass der Wahlkampf von Menschen für Menschen durchgeführt wurde, die einander etwas zu sagen hatten und deren persönliche Nachrichten und Botschaften beim NRWSPD Online-Team Gehör fanden.

Morgen: Zeit fuer das erste TV-Duell - Nachricht (HTML)


Antworten | Allen antworten | Weiterleiten

Von: Peer Steinbrück [onlineteam@nrwspd.de] | Gesendet: Mi 04.05.2005 13:25
An: Oliver Zeisberger
Cc:
Betreff: Morgen: Zeit fuer das erste TV-Duell

PEER STEINBRÜCK
MINISTERPRÄSIDENT IN NRW UND SPD-SPITZENKANDIDAT

Lieber Oliver,

morgen trete ich im ersten von zwei TV-Duellen in Nordrhein-Westfalen gegen Jürgen Rüttgers an. Ich bin entschlossen, diese Gelegenheit für unseren Wahlerfolg am 22. Mai zu nutzen, und gut vorbereitet.



Du und ich, wir wissen: Das TV-Duell wird eine bedeutende Etappe in diesem Wahlkampf-Endspurt sein. **Es kann nur gelingen, wenn du mit dafür sorgst, dass es viele Wählerinnen und Wähler sehen - besonders die Unentschlossenen - und anschließend darüber gesprochen wird!** Bitte Sorge mit dafür. Ich will meinen Beitrag leisten.

Hier noch mal der Sendetermin: **Donnerstag, 17:45 Uhr, RTL. Das Duell wird um 19 Uhr und 22 Uhr bei n-tv wiederholt.**


Das Online-Team begleitet mich während des Duells:
<http://www.nrwspd.de/tv-duell>

Im Studio werde ich auf einen entschlossenen Oppositionsführer treffen. Er wird das Land schwarz in schwarz malen. **Ich werde deutlich machen, wo die Unterschiede liegen. Der Kurs ist klar: NRW muss wirtschaftlich noch stärker werden und weiterhin sozial bleiben.** Wir sind bisher gut mit der sozialen Marktwirtschaft und einem handlungsfähigen Staat gewachsen. Wichtige Säulen dieser sozialen Marktwirtschaft wie die Mitbestimmung, die Tarifautonomie oder den Kündigungsschutz stellen wir nicht in Frage, wie das Schwarz-Gelb tun. Und ich werde mich auch weiterhin täglich für Arbeitsplätze einsetzen - hier bei uns in NRW!

Das erste TV-Duell ist eine gute Gelegenheit zum unmittelbaren Vergleich zwischen ihm und mir, und unseren Positionen und denen der CDU.

Ich möchte dich bitten, dir diese Sendung anzuschauen und mit anderen über das TV-Duell zu sprechen.

Mein herzlicher Gruß,



Dein Peer Steinbrück
Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen

PS: Besonders freuen mich die vielen TV-Partys, die landesweit zu den TV-Duellen stattfinden. Deine Reaktionen auf das TV-Duell kannst du an tv-duell@nrwspd.de schicken.

Persönliche E-Mail von Peer Steinbrück zum 1. TV-Duell

TV-Partys zu den TV-Duellen

Idee

Für die NRWSPD und Peer Steinbrück waren die TV-Duelle mit Jürgen Rüttgers und die Begleitberichterstattung ein wichtiger Baustein der Mobilisierung und Zuspitzung des Landtagswahlkampfes.

Den TV-Duellen sollte hohe Aufmerksamkeit gewidmet werden und damit ein Schub für den Wahlkampfendspurt ausgelöst werden. Der Online-Wahlkampf sollte dazu im Vorfeld, während der Duelle und in der Nachbearbeitung wesentliche Beiträge entwickeln.

Innovation

Das Online-Team initiierte für die TV-Duelle erstmals in Deutschland "TV-Partys". Besucher der Websites der NRWSPD konnten online eigene TV-Partys planen und direkt Einladungen an Gäste verschicken um gemeinsam die Duelle anzusehen. Die TV-Partys wurden in einem Party-Kalender angekündigt und Interessierte konnten sich zu einer in ihrer Nähe angebotene TV-Party online anmelden. Für den Tag nach den TV-Duellen wurden Flugblattverteilaktionen organisiert.

Für die TV-Partys stellte das NRWSPD Online-Team zahlreiche Hilfen bereit: Musterlayouts, ein eigenes TV-Duell-Logo für Flugblätter, eine Checkliste zur Vorbereitung der Party mit Einkaufsliste, Rezepte für Begrüßungscocktails, ein Kartenspiel mit politischen Kernaussagen zum Herunterladen, Dekorationsmaterialien zum Selbstbasteln und vieles mehr.

Die inhaltliche Begleitung der TV-Duelle fand im NRWSPD Weblog statt. Es wurde live aus der Wahlkampfzentrale und beim ersten Duell auch direkt aus dem TV-Studio berichtet, bewertet und kommentiert. Die Live-Kommentierung der Duelle im NRWSPD Weblog waren die meistgelesenen Beiträge mit insgesamt über 8.500 Seitenaufrufen. Das Online-Team fing Reaktionen prominenter Zuschauer der Duelle mit eigenen Webvideos ein und führte im Anschluss an die Übertragung die Diskussion im Web und mit einer E-Mail-Kampagne fort.

Erfolg

TV-Partys wurden in ganz NRW veranstaltet – von Zweipersonen-Rendezvous, wo der Freund die Freundin zum Ferngucken eingeladen hat, bis hin zu öffentlichen TV-Partys auf Marktplätzen mit mehreren 100 Teilnehmern. Die TV-Party-Veranstalter haben über die Online-Plattform knapp 1.300 E-Mail-Einladungen verschickt.

Die TV-Duelle wurden durch die TV-Partys und die begleitende Berichterstattung zu einem emotionaler Höhepunkt und Erfolg für die NRWSPD und ihre Sympathisanten. Die TV-Partys boten eine Gelegenheit, neue Mitstreiter für die



TV-Party in Warburg



Vorbereitungen zur
TV-Party in Düsseldorf

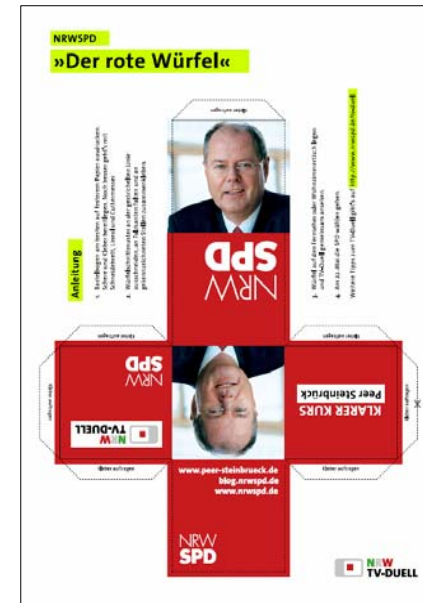
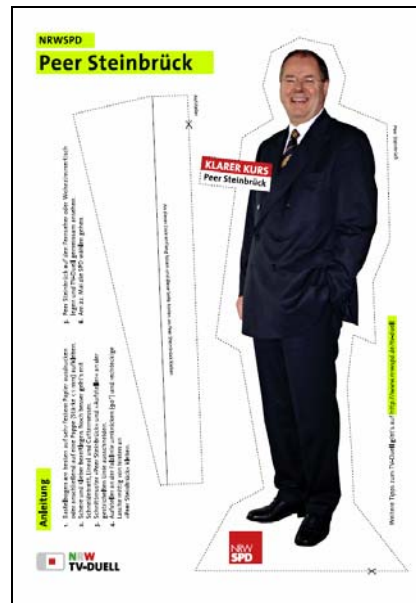


Aufsteller Peer Steinbrück
als Dekorationsmaterial

letzten Tage zu gewinnen und Unterstützer zu mobilisieren.

Die Live-Kommentierung im NRWSPD Weblog wurde von Print- und TV-Medien aufgegriffen. TV-Partys wurden von Medienvertretern besucht, die dort O-Töne und Live-Bilder mit Bewertungen der Duelle einfingen. Die TV-Partys und die Kommentierung des NRWSPD Online-Teams haben zur medialen Begleitberichterstattung und damit zur Gesamtbewertung der TV-Duelle durch die Öffentlichkeit einen wesentlichen Beitrag geleistet.

Die Vorlage der Organisation von TV-Partys über das Internet wurde von CDU und SPD im Bundestagswahlkampf zum TV-Duell zwischen Gerhard Schröder und Angela Merkel aufgegriffen und imitiert.



Bastelbögen für die TV-Partys:
"Peer-Aufsteller" und "Der rote Würfel"

Online-Spendenkampagne

Idee

Über das Internet Spendenaufrufe an Unterstützer und Sympathisanten zu richten und die Gewinnung von Spendern und die Abwicklung der Spendentransaktion direkt online umzusetzen, war im Landtagswahlkampf 2005 ein neues Ziel der NRWSPD.

Die NRWSPD wollte eine große Zahl neuer Kleinstspender gewinnen und die kleinen Spendenbeträge mit wirtschaftlich vertretbarem Aufwand verwalten.

Innovation

In der Woche vor der Landtagswahl 2005 wurde von der NRWSPD ein eigenes Online-Spendensystem <http://spenden.nrwspd.de> in Betrieb genommen.

Das System ermöglicht Spenden ab einem Spendenbetrag von 10,00 EURO zu verarbeiten. Als Zahlungsmittel werden Kreditkarten akzeptiert oder alternativ kann eine Abbuchung vom Konto ausgelöst werden.

Zusätzlich zur Bereitstellung des Systems im Web wurden per E-Mail zwei Spendenaufrufe in der Woche vor der Landtagswahl an unterschiedliche Zielgruppen gesendet:

1. Der Schatzmeister der NRWSPD rief registrierte Unterstützer der NRWSPD im Alter über 35 Jahre zu einer Spende für zusätzliche Werbemaßnahmen in den letzten Tagen auf.
2. Das NRWSPD Online-Team rief registrierte Unterstützer, die jünger als 35 Jahre waren, zu einer Spende für eine SMS-Kampagne am Wahlsonntag auf.

Erfolg

Die Einrichtungskosten des Online-Spendensystems haben sich innerhalb von 48 Stunden nach dem Versand der Spendenaufrufe amortisiert. Zusätzliche wurden in diesem Zeitraum Spenden in nochmals gleicher Höhe generiert. Durch die direkte digitale Zahlungsverarbeitung konnten die Spendenbeträge noch vor der Wahl für die NRWSPD gutgeschrieben und eingesetzt werden.

Noch nie zuvor konnte die NRWSPD bei einem Spendenaufruf eine so große Zahl an Kleinstspenden innerhalb weniger Stunden effizient abwickeln. Erstmals konnten auch diejenigen einen finanziellen Beitrag zu den hohen Wahlkampfausgaben leisten, denen höhere Spendenbeträge üblicherweise nicht möglich sind. Der durchschnittliche Spendenbetrag lag bei knapp unter 40 Euro pro Spender. Die bei dieser ersten Online-Spendenkampagne erreichte Zahl an Spendern und das Gesamtspendenaufkommen stellt eine beeindruckende Gemeinschaftsleistung vieler Unterstützer dar, die langfristig auch die von Großspendern oftmals beabsichtigte politische Einflussnahme in ihrer Bedeutung zurückdrängen kann.

Die Verfügbarkeit zusätzlicher Finanzmittel innerhalb weniger Stunden nach dem Start einer Spendenkampagne war für die NRWSPD auch eine neue Erfahrung. Im Bundestagswahlkampf 2005 wurde mit einem Aufwand von

ca. 2 Stunden ein weiterer Spendenaufruf formuliert und verschickt. Wiederum ermöglichte das innerhalb von wenigen Stunden bereitstehende Spendenaufkommen zusätzliche Aktivitäten im Schlussspurt vor der Bundestagswahl.

Besonderheiten

Den Spendenaufrufen folgten zahlreiche Antworten per E-Mail, die deutlich vor Augen führten, welche Anstrengungen die Spender auf sich nahmen, um auch kleine Spendenbeträge möglich zu machen: Eine junge Kleinfamilie gestand zum Beispiel als Anerkennung für die SPD-Politik eine Spende in Höhe von 30 Euro zu, die der Erhöhung des Kindergeldes für ihren kleinen Sohn für einen Monat entsprach.

Spenden-Formular im Web

Deine Unterstützung für Wahlaufrufe per SMS - Nachricht (HTML)

Von: NRWSPD Online-Team [onlineteam@newsletter.nrwspd.de] Gesendet: Fr 20.05.2005 12:24
 An: Oliver Zeisberger
 Cc:
 Betreff: Deine Unterstützung für Wahlaufrufe per SMS

Klarer Kurs. NRWSPD Online-Team.

Hallo Matthias,

wir haben uns für die letzten Stunden dieses Wahlkampf noch etwas einfallen lassen und brauchen dafür jetzt unmittelbar deine Unterstützung.

Schon mit einer kleinen Spende über <https://spenden.nrwspd.de/aktion.asp> hilfst du uns bei folgender Aktion:

Deine Spende für Wahlaufrufe per SMS
 Wir wollen am Wochenende noch einige 10.000 Wahlaufrufe per SMS versenden. Dazu haben wir Rufnummern über die letzten Jahre gesammelt. Du entscheidest mit, wie viele SMS wir versenden können.

Mit einer Spende von 15 Euro machst du schon einen gewaltigen Unterschied: Dafür können wir 500 SMS versenden. Eine etwas größere Spende und schon multipliziert du unsere Präsenz!

Für deine Spende erhältst du eine Spendenquittung für das Finanzamt. Grob gesagt erstattet dir das Finanzamt die Hälfte deiner Spende. Also: Verdoppeln bringt doppelten Erfolg!

Hilf uns jetzt – über unser sicheres Online-Spendensystem:
<https://spenden.nrwspd.de/aktion.asp>

Unser herzlicher Dank und viele Grüße,

Dein NRWSPD Online-Team
 Dirk, Mocki, Arno, Thorsten, Martin, Damaris, Fred, Carsten und Oliver – alle heute unterwegs auf den Schlussspurtveranstaltungen.

PS: Sollte es Dir aus finanziellen Gründen aktuell nicht möglich sein, uns mit einer Spende zu unterstützen, dann hilfst du uns schon sehr, wenn du unseren Aufruf an andere weiterleitest, von denen du denkst, dass es ihnen etwas leichter fällt.

Spendenaufruf für eine SMS-Aktion am Wahltag

Online-Petitionen

Idee

Wählerinnen und Wähler sollten durch besonders polarisierende Themen im Wahlkampf aktiviert werden. Die direkten Interaktionsmöglichkeiten zeigten, wie wichtig jede einzelne Wählerstimme ist und das die Summe der Stimmen Wirkung erzielt.

Innovation

Die NRWSPD richtete zwei Online-Petitionen ein, die in dieser Form ebenfalls erstmalig eingesetzt wurden. Die beiden Themen „Privatisierung der Sparkassen“ und „Einführung von Studiengebühren“ wurden zeitlich begrenzt als monothematische Startseiten vor die eigentlichen Internet-Auftritte geschaltet. Mit den Vorschaltsseiten wurde jeder Besucher der Websites der NRWSPD aufgefordert, den auf der Seite angezeigten Aufrufertext zu unterzeichnen, Freunde und Bekannte über die Unterschriftenaktion zu informieren und bei ihnen um Unterstützung zu werben.

Rettet die Sparkassen!
Die CDU will ihnen an den Kragen.

Die CDU plant die Privatisierung der Sparkassen. Das bedeutet:

- Schließung zahlreicher Zweigstellen
- keine Kredite örtlicher Sparkassen für kleinere Unternehmen und Handwerker
- Personalabbau trotz hoher Gewinne - Beispiel Deutsche Bank

In England haben rund 5 Millionen Menschen kein Girokonto mehr.
So darf's in NRW nicht kommen!

Die Sparkassen müssen erhalten bleiben!

Zeigen Sie der CDU, dass Sie gegen die Privatisierung der öffentlich-rechtlichen Sparkassen sind.

Tragen Sie sich in die Unterschriftenliste zum Erhalt der Sparkassen ein.

Ja, das Erststudium muss kostenfrei bleiben!

E-Mail-Adresse Ihre Nachricht
Vorname
Nachname
PLZ

Newsletter abonnieren

[zur Homepage](#)

Das Erststudium bleibt gebührenfrei.

KLARER KURS
Peer Steinbrück

Die CDU in NRW will von Studenten pro Jahr 1.000 Euro Gebühren!
Rüttgers' konservative Parteifreunde wollen zudem das BAföG abschaffen.

Das Erststudium muss gebührenfrei bleiben!

Zeigen Sie der CDU, dass Sie gegen die Einführung von Studiengebühren sind.

Tragen Sie sich in die Unterschriftenliste für ein gebührenfreies Erststudium ein.

Ja, das Erststudium muss gebührenfrei bleiben!

E-Mail-Adresse Ihre Nachricht
Vorname
Nachname
PLZ

Newsletter abonnieren

[zur Homepage](#)

Die Unterschriften aller Unterstützer der beiden Aufrufe wurden gezählt. Der Zugang zur regulären Homepage war – auch ohne Unterschrift unter die Aufrufe – über einen Link möglich.

Auf den Websites wurde die Anzahl an Unterstützern dokumentiert und alle Unterzeichner der Online-Petitionen wurden per E-Mail über das Ergebnis der Unterschriftenaktion informiert.

Um aus den Petitionsunterstützern aktive Wählkämpfer zu gewinnen, wurden die Petitions-Unterzeichner sofort nach ihrer Unterschrift aufgefordert, Mitglied im Mitmach-Center der NRWSPD zu werden.

Erfolg

Der Einsatz von Unterschriftenaktionen in einem Online-Wahlkampf zur Mobilisierung und Gewinnung neuer Freiwilliger für die SPD waren ein besonders wirkungsvolles neues Instrument.

So wurden zum Beispiel innerhalb von 48 Stunden nach dem Start der Unterschriftenaktion gegen die Privatisierung der Sparkassen in NRW über 5.000 Unterschriften gesammelt. Mehr als die Hälfte aller Unterzeichner, die noch nicht Mitglied im Mitmach-Center waren, meldeten sich unmittelbar nach der Unterzeichnung des Aufrufes an.

Besonderheiten

Die Quote der Besucher der Websites, die die vor geschalteten Online-Petitionen übersprungen haben und direkt ohne Unterschrift auf die reguläre Homepage weitergeklückt haben, war wesentlich geringer, als die Zahl der Unterzeichner. Mit den Unterschriftenaktionen wurden Themen aufgegriffen, die die Besucher der Websites der NRWSPD interessierten.

Hinweise

Dieses Dokument wurde von der barracuda digitale agentur GmbH erstellt.

Mehr über uns, unsere Leistungen, Know-how, Projekte und Kunden finden Sie auf unserer Homepage:

www.barracuda.de

Wir laden Sie zur fortlaufenden Diskussion in unserem Weblog ein: www.barracuda.de/blog

Copyright

Dieses Dokument wird unter "Creative Commons Namensnennung-NichtKommerziell-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 2.0"-Lizenzbedingung zur Verfügung gestellt. Wenn Sie den Inhalt bearbeiten oder in anderer Weise umgestalten, verändern oder als Grundlage für einen anderen Inhalt verwenden, dann dürfen Sie den neu entstandenen Inhalt nur unter Verwendung identischer Lizenzbedingungen weitergeben.

Ein Belegexemplar des neu entstandenen Inhaltes senden Sie bitte an: info@barracuda.de



Spichernhöfe Spichernstraße 6

50672 Köln Germany

Tel +49 221 56965-70

Fax +49 221 56965-777

info@barracuda.de

www.barracuda.de