

2021
AfDBTW
Kampagne

© politbuero

Ausgangslage heute

Politische Situation allgemein

Seit 2015 verschärft sich die politische Lage. Es gibt ein Establishment, das immer weniger Kritik zulassen will. Die Pandemie mit den staatlichen Maßnahmen setzt dem Ganzen noch eines drauf. Und leitet eine wirtschaftliche Krise ein.

Merkel und die Grünen

Der Mainstream merkelt. Und Merkel ist grün. Die linksextreme Gesellschaftspartei mag nicht die mächtigste sein. Doch ihre Argumente und gesellschaftlichen Zielvorstellungen sind tief in den Ideenkorpus anderer Parteien eingedrungen. Die Roten sind grün. Die Schwarzen sowieso.

Opposition

Wer weiß, was Männer und Frauen sind, ist dagegen. Wer eine bestimmte Vorstellung von Deutschland hat, auch.

AfD in der öffentlichen Wahrnehmung

Verfassungsschutz

Die AfD könnte zum Verdachtsfall hochgestuft werden. Das schadet der Partei in der konservativen Klientel, es wird ihr aber nicht schaden bei Menschen, die eine Alternative suchen.

Richtungstreit

Die Pluralität der Partei, egal ob wirtschaftsliberales oder sozial-patriotisches AfD-Lager, wird gerne gegen die Partei ausgespielt. Die interne Vielfalt bedingt aber auch eine große Breite, die die AfD repräsentiert. Hier gilt: Debatten sind gut, Streit ist es nicht. Im Wahklampf muss an einem Strang gezogen werden. Die Partei darf sich nicht gegeneinander auspielen lassen.

Themen und Personen

Noch regiert Corona. Der gigantische Rummel um Fallzahlen, Sterberaten, Infektionsstatistiken und Mutantenbedrohungen macht es für die AfD nahezu unmöglich, jetzt schon Personen aus ihren Reihen als Spitzenkandidaten zu positionieren.

Dabei spannend: Die AfD bleibt die einzige Partei, der man keine Verantwortung an den Corona-Maßnahmen oder ihren Folgen umhängen kann.

Deutschland im Herbst

Corona und die Folgen

Wie sich die Corona-Lage bis hin zum Wahltermin entwickelt, ist komplett unklar. Kommen mehrere Lockdowns? Normalisiert sich das Leben über den Sommer? Wie massiv werden die wirtschaftlichen Auswirkungen sein? Die Kampagne muss im Gehen auf diese Lagen antworten können.

Bürgerbewegungen

Der Protest gegen die Lockdowns und auch gegen die Knebelung der Wirtschaft – mit allen Folgen – schafft neue Bürgerbewegungen, die offen protestieren. Die Partei muss einen klaren Blick darauf haben, wo sich anschlussfähige Bündnispartner finden, die rational und politikfähig sind.

Sehnsucht nach Normalität

2015, Merkel-Politik, Grün-Ideologie überall und Corona-Debakel wecken ein tiefes Bedürfnis nach Sicherheit und Normalität.

- Freiheit her! Nach all den Lockdowns.
- Heimat erhalten! Zusammenhalt gegen alle Kräfte, die die deutsche Gesellschaft spalten.
- Sozial handeln! Für- und miteinander Verantwortung übernehmen.
- Holen wir Deutschland zurück.

Zielgruppen und Wähler

Einbindung der Parteibasis

Mitglieder und Stammwählerschaft der AfD müssen für eine aktive Wahlteilnahme motiviert und mobilisiert werden. Mit ihrer Hilfe sollen unterschiedliche Wählermilieus, bzw. potentielle AfD-Wähler angesprochen und überzeugt werden.

Gegenüber der Werbewirkung durch Mainstream-Medien kann die AfD dort punkten, wo sich einfache Parteimitglieder vor Ort engagieren.

Die Parteibasis ist deshalb die erste und wichtigste Zielgruppe, die es zu erreichen gilt.

Wählergruppen

- Patriotische Bürger, die bereits in der Vergangenheit AfD gewählt haben.
- Konservative CDU/CSU-Wähler, denen „ihre“ Partei längst zu grün geworden ist („Wer nicht grün will, wählt blau.“)
- Protestbewegungen, Querdenker, Opfer der Corona-Politik, Ökos, Konsumenten freier Medien etc.

Aufgabenstellung an die Agentur

Abbildung der Markenerneigenschaften:
freiheitlich, patriotisch, sozial.

Deutliche Darstellung der Inhalte des politischen Gegners:
alle sind grün.

Zeigen, daß die AfD über eine reine Protestpartei hinausgewachsen ist:
Regierungsverantwortung ist denkbar.

Besondere Herausforderung bei dieser Wahlkampagne:
ein sehr flexibler Aufbau, um damit jederzeit und relativ spontan auf besondere Vorkommnisse reagieren zu können.

Inhaltlicher Ansatz

Neue und alte Normalität

Die AfD ist die einzige politische Alternative mit klarem und unverstelltem Blick auf die Realitäten.

Die AfD steht für die „alte Normalität“. Das Deutschland ante Merkel, von der Leyen, Habeck, Baerbock, 2015, G20, Corona & Co. Eine Normalität, die die Bürger noch in positiver Erinnerung haben.

Früher war alles besser.

Das Angebot an die Wähler

Wir entlarven das nichtssagende oder weltfremd ideologisierte Gerede der politischen Gegner in Grün und ähnlichen Farben. Dagegen setzen wir klare Ansagen und politische Tugenden.

Wir spucken in die Hände. Wir packen an. Wir richten den Blick nach vorne, um unser soziales Leben wieder zu „normalisieren“.

Hol dir Deutschland zurück!

Claim = Call to Action

In der Aufstiegsphase konnte den Wählern mit „Trau Dich, Deutschland!“ erfolgreich die Angst vor der AfD genommen werden. „Hol dir Deutschland zurück!“ ist seine folgerichtige Fortsetzung und nimmt die Wähler von damals mit.

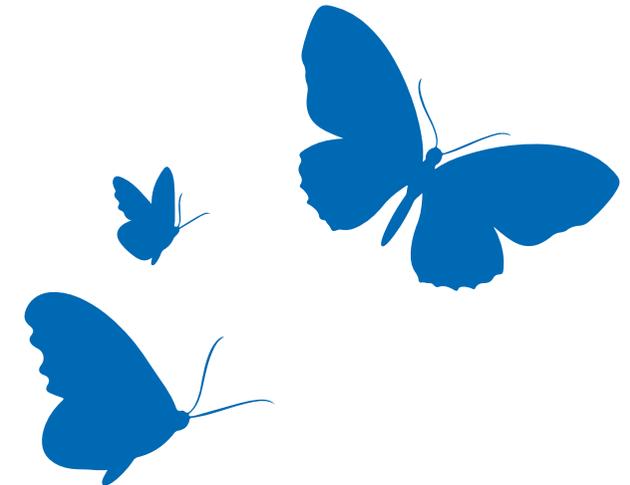
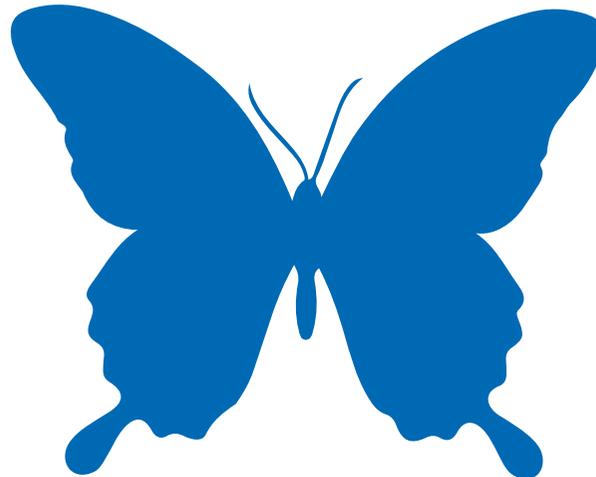
- Weckt Sehnsüchte nach der alten Normalität
- Macht Mut
- Zeigt, es geht uns um Deutschland
- Fordert zum Handeln auf

Hol dir Deutschland zurück!

Sympathieträger (Keyvisual)

Die heile Welt der Schmetterlinge

Schmetterlinge sind dort, wo die Natur in Ordnung ist, wo Ruhe und Frieden herrschen. Sie stehen für Freiheit, Leichtigkeit, Wendigkeit, aber auch Weiblichkeit und Zerbrechlichkeit. Sie gelten als wertvoll und schützenswert.



Als aktives Element taucht das Keyvisual in unterschiedlichster Art und Weise auf. Er soll auf allen Werbemitteln präsent sein und kann sogar ein Eigenleben entwickeln.

Bildwelten

Menschen wie Du und ich

In Plakaten, Broschüren und Videos wird eine Bildersprache verwendet, die gegensätzlich zur grünen Wirklichkeit ist.

Wir zeigen ausschließlich Menschen, die das Lebensgefühl ausstrahlen, das dem sich der deutsche Durchschnittsbürger des Jahres 2021 sehnt.

Es sind Menschen aller Berufs- und Altersgruppen, vorzugsweise die klassische AfD-Wählerschicht mit speziellem Fokus auf Frauen.

Patriotismus

Für unsere Protagonisten ist es normal, sich zu Deutschland und damit zur AfD zu bekennen. Deshalb sind die Nationalfarben immer in unaufdringlicher Nebenrolle präsent. So besetzen wir wieder die Nationalfarben und schaffen gleichzeitig eine optische Klammer.

Bürgernähe

Enge Bildausschnitte vermitteln menschliche Nähe, wie sie in Zeiten von Abstands- und Maskenpflicht ungewöhnlich erscheinen. Bürgernähe im wortwörtlichen Sinn.

KONZEPTION

KREATION

UMSETZUNGEN

ZUSAMMENARBEIT

11



Kandidaten

- Gesichtsausdruck: zuversichtlich, freundlich, unverkrampft
- Flatternde Deutschlandfahne vor AfD-blauem Himmel
- Hell-luftige Studiophotographie



Text und Sprache

Die AfD spricht aus, was sich viele Menschen denken aber nicht wagen, offen auszusprechen. Die AfD gibt der schweigenden Mehrheit eine Stimme.

Wir sprechen die Sprache des Volkes...

... und setzen dabei auf knappe Worte. Die Formulierungen sind so kurz – und doch so klug und pointiert wie möglich. Niemals intellektuell überladen, stets gerne provokant. Minimalistischer Satzbau, Idiome mit regionalen Eigenheiten sind erwünscht. Prolosprache und Denglisch gehen gar nicht.

Copytext

Klassische Copytexte bleiben Anzeigen und inhaltsgeladenen Werbemitteln vorbehalten.

Die Argumente werden kürzer als gewohnt zusammengefasst. Prägnante Dreizeiler reichen aus, das stärkste Argument sachlich und faktenbasiert darzustellen. Lange Aufzählungen und überladene Textwüsten sind tabu.

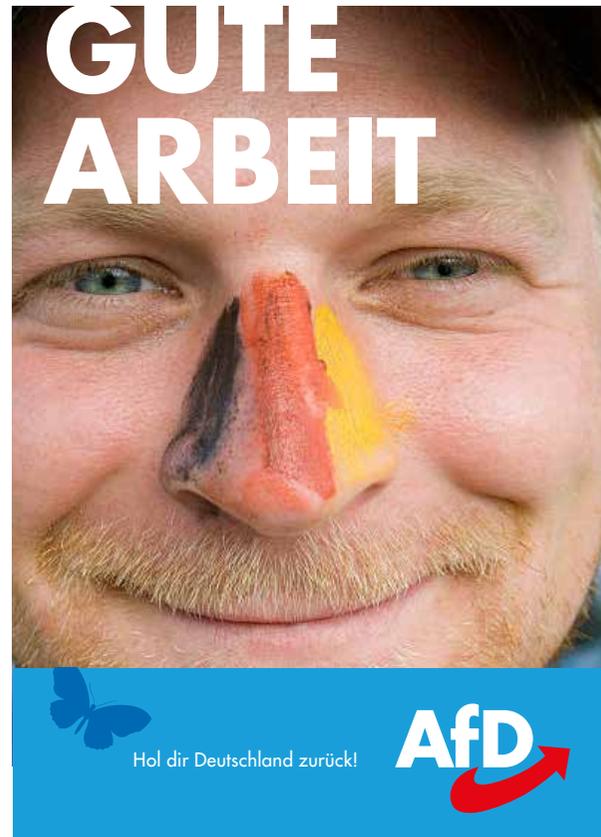
Teaserplakat + Auflösung



Themenplakate Image



Themenplakat Image



Themenplakat Text



Themenplakat Text



Kandidatenplakat



Themen-Faltblatt

1, 2 oder 3 – Jedes Thema wird auf eine überschaubare Zahl an Argumenten reduziert.

The image displays four vertical panels, each representing a different campaign theme. Each panel has a blue background and features a person holding up a specific number of fingers to indicate the number of arguments. The AfD logo and slogan are present at the bottom of each panel.

- KLASSE LEISTUNG ARBEIT**: A man in a blue work jacket and hard hat holds up three fingers. Text: "Drei Argumente, warum die AfD von den Fleißigen gewählt wird."
- KOHLE DIESEL ENERGIE**: A man in a blue plaid shirt holds up four fingers. Text: "Vier Punkte, in denen sich die AfD von den Blockparteien unterscheidet."
- WERTE WURZELN ASYL**: A woman in a pink tank top holds up five fingers. Text: "Fünf Strategien, wie die AfD die Überfremdung stoppen will."
- KINDER ZUKUNFT BILDUNG**: A young girl in a white t-shirt holds up six fingers. Text: "Sechs Punkte, warum Familien die AfD wählen würden."

At the bottom of each panel, the slogan "Hol dir Deutschland zurück!" is written next to the "AfD" logo, which includes a red arrow pointing to the right.

Themen-Faltblatt



Die Aufschlagseite präsentiert den Spitzenkandidaten mit seinem Themen-Highlight.

Die Rückseite bleibt für die Briefwahl reserviert.

Themen-Faltblatt



Innen:

- Übersichtliche Gliederung
- Leicht erfassbare Texte
- Positive Bildsprache

Kandidaten-Blatt

Setkarte oder
DIN A5-Flyer

Vorderseite:

Allgemeine Stoß-
richtung der AfD
als direkte Rede.
Name, Funktion
sowie Kandidatur
für Land/Kreis...

HOLEN WIR DEUTSCHLAND ZURÜCK!

„Grüne Politik schaffte Massenzuwanderung samt Kriminalität, Energiewende, Stromausfälle, Coronawahnsinn und Arbeitslosigkeit. Das wollen wir jetzt ändern. Mit einem einzigartigen Wiederaufbauprogramm für Deutschland. Die AfD ist die einzige Partei für Menschen mit Hausverstand.“

Maria Muster
AfD-Bundestagskandidat für das Bundesland Niedersachsen

AfD

MEINE ARBEITSSCHWERPUNKTE,

GEGEN ISLAMISMUS
Für strenge Gesetze bei Herabwürdigung, sexueller Demütigung und Gewalt gegen Frauen.

- Drastische Strafen bei Gewaltdelikten
- Verbot von Zwangsverheiratung und Inzest
- Keine öffentliche Vollverschleierung

FÜR FAMILIEN
Familien bekommen immer weniger Kinder. Wohnraum auch für normale Familien leistbar werden.

- 10.000 Euro Rentenanrechnung je Kind
- Kinderbetreuungsgeld 3 Jahre fix
- zahlungsfreier Ehe-Startkredit

PÄDOGRÜNE
Frühsexualisierung und Genderwahn machen Kinder für Elternrechte und Kinderschutz.

- Verbot in Kitas
- raus aus den Schulen

Name
Maria Mustermann

Geboren
01.01.1990

Erlerner Beruf
Lehrerin

Familie
Verheiratet, drei Kinder

Warum Politik
Mir ist es wichtig, in unserer Gesellschaft aktiv mitzugestalten und dabei insbesondere den sozial Schwachen helfen zu können. Damit unsere Kinder auch morgen noch in Deutschland leben können.

Alternative für Deutschland

Rückseite:

Arbeitsschwerpunkte
mit Kernforderungen
und Kurzvita.

Kandidaten-Blatt



HOLEN WIR DEUTSCHLAND ZURÜCK!

„Grüne Politik schaffe Massenzuwanderung samt Kriminalität, Energiewende, Stromausfälle, Coronawahnsinn und Arbeitslosigkeit. Das wollen wir jetzt ändern. Mit einem einzigartigen Wiederaufbauprogramm für Deutschland. Die AfD ist die einzige Partei für Menschen mit Hausverstand.“

Max Mustermaier
AfD-Bundestagskandidat für das Bundesland Bayern



HOLEN WIR DEUTSCHLAND ZURÜCK!

„Grüne Politik schaffe Massenzuwanderung samt Kriminalität, Energiewende, Stromausfälle, Coronawahnsinn und Arbeitslosigkeit. Das wollen wir jetzt ändern. Mit einem einzigartigen Wiederaufbauprogramm für Deutschland. Die AfD ist die einzige Partei für Menschen mit Hausverstand.“

Dr. Mario Mustermann
AfD-Bundestagskandidat für das Bundesland Thüringen



HOLEN WIR DEUTSCHLAND ZURÜCK!

„Grüne Politik schaffe Massenzuwanderung samt Kriminalität, Energiewende, Stromausfälle, Coronawahnsinn und Arbeitslosigkeit. Das wollen wir jetzt ändern. Mit einem einzigartigen Wiederaufbauprogramm für Deutschland. Die AfD ist die einzige Partei für Menschen mit Hausverstand.“

Ing. Max Muster
AfD-Bundestagskandidat für das Bundesland Mecklenburg-Vorpommern



Mitgliedermagazin „Kampagne_21“

Format DIN A4
16-48 Seiten stark
Erscheinungsweise 3 x



- *Ansprechendes Layout*
- *übersichtliche Gliederung*
- *praxisnahe Inhalte*
- *einfach aufbereitet*
- *Aufzeigen von Vorteilen einer AfD-Parteimitgliedschaft*
- *Spendenaufrufe*
- *Vorstellung attraktiver Aktionen, Subkampagnen u. v. m.*

Mitgliedermagazin „Kampagne_21“

- Erreicht Mitglieder jeder Altersgruppe, auch abseits des Internets
- Mobilisierung der Parteibasis zur aktiven Teilnahme am Wahlkampf
- Stärkt das Wir-Gefühl: „Wir gegen die anderen“

No 1: Auftakt

- Vorstellung der Kampagne
- Themen-Schwerpunkte
- Kandidaten
- Termine und FAQ
- Aufruf zum Casting
„Farbe bekennen“

No 2: Start

- Sujets und Werbemittel
- Argumentationshilfen
- Kandidaten
- Eigeninitiativen
- Termine und FAQ
- Aufruf zur Subkampagne
„Briefwahl“
- Aufruf zur Subkampagne
„Freiheit“

No 3: Finale

- Aktuelle Entwicklungen,
Umfragen, Reaktionen
- Kandidaten
- Mitgliederstimmen
- Termine und FAQ
- Aufruf zur Subkampagne
„Wahlhelfer“
- Ergebnisse Subkampagne
„Freiheit“

Social-Media-Header

*Einheitlicher Stil für alle
angemeldeten Accounts
und Vertreter auf Facebook
und in den sozialen Medien*

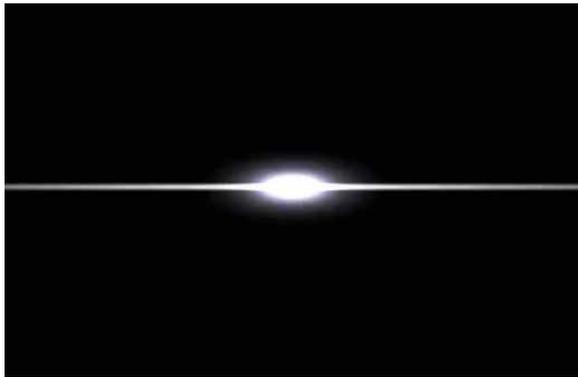


Social-Media-Kacheln

*Ansprechende und überzeugenden Botschaften
auf Facebook, Instagram & Co*



TV-Spot (nur GEZ-Medien)



Der Spot startet mit dem AfD-Logo, das bald darauf wie bei einem Senderausfall verschwindet.

Im schwarzen Screen läuft ein Text von rechts nach links durch das Bild: „+++ Sendepause +++ Stromausfall wegen grüner Flatterenergie +++ Grün wählen kann Ihre Lebensqualität massiv einschränken +++ Stromausfall wegen grüner Flatterenergie ... usw. usf.“

Einige Sekunden vor Schluss wieder Bildstörungen bis schließlich der ursprüngliche blaue Startscreen mit AfD-Logo stehenbleibt.

Eine männliche Nachrichtensprecher-Stimme:

*Du willst Dein Deutschland zurück?
Dann wähl es!*

Insert: Hol dir Deutschland zurück! (X)

Wahlkampfvideo

Hol Dir Deutschland zurück!

Jugendlich freche Frauenstimme aus dem Off
Schnelle Bildfolge mit Schlagwort-Inserts

1/4



<i>Sprechstimme</i>	<i>Bildsequenz</i>	<i>Text-Insert</i>
Erinnerst Du Dich an Deutschland?	<i>AfD-blau</i>	Erinnerst Du Dich an Deutschland?
Herrliche Natur, pulsierende Städte	<i>Felder, Bauernhof</i>	Natur
gelebte Traditionen	<i>Brauchtum</i>	
Freie Meinung	<i>Demonstration</i>	Meinungsfreiheit
freie Medien	<i>Gespräch, Internet</i>	
naja ... nicht immer	<i>DDR-Fernsehen</i>	
Harte Arbeit	<i>Stolzer Grubenkumpel</i>	Arbeit
guter Lohn	<i>Rauchende Fabriksschlote</i>	

Wahlkampfvideo

2/4

	und jede Menge Lebensfreude	<i>Biertrinker stoßen an</i>	Prost
	Wir waren Weltmeister.	<i>Fußballstadion D-Fahnen</i>	
	Sichere Plätze, sicherer Heimweg.	<i>Kinderspielplatz, Karusell</i>	Sicherheit
	Eigenes Auto, eigene Wohnung	<i>VW beim Diesel tanken</i>	Wohlstand
		<i>Frau am Balkon</i>	
	Und ab in den Urlaub: so	<i>Familie startet in Urlaub</i>	Familie
	oder so	<i>Auto im Stau</i>	
	mit Opa, Oma	<i>Flieger hebt ab</i>	Energie
	und jeder Menge Kinder	<i>Opa und Oma lachen</i>	
		<i>Bub zeigt die Zunge</i>	Kinder
	Und die Rente? Die ist sicher	<i>Opa gibt Enkel ein Eis</i>	Rente
	haben sie zumindest gesagt.		

Wahlkampfvideo

3/4

	Was ist von Deutschland geblieben?	<i>AfD-blau</i>	?
	<i>Geräusche wie Faustschläge</i>	<i>Grüne Inserts pflastern das Bild zu</i>	Dieserverbot Clans Kriminalität Masseneinwanderung Lockdown Parallelgesellschaften No-Go-Areas Fahrverbote Klimawahn Sprechverbote Antifa-Gewalt Islamschulen Genderwahn Armut Suizide Energiewende Blackout (groß)
			

Wahlkampfvideo

4/4

	Verantwortlich dafür sind	<i>Grüne Fläche</i>	
	die	<i>CDU, CSU (Logos)</i>	
	die	<i>SPD (Logo)</i>	
	die	<i>FDP(Logo)</i>	
	die	<i>Linke (Logo)</i>	
	und natürlich die	<i>Grüne (Logo)</i>	
	Die nicht.	<i>AfD (Logo)</i>	
	Die arbeiten daran, daß Deutschland wieder so wird, wie wir es lieben.	<i>Kandidaten im Wahlkampf, im Bundestag, beim Nachdenken, beim Bürgergespräch</i>	Industriestandort Deutschland
			Null Zuwanderung
	Mit Ideen, mit Lösungen, mit Herz und Hirn.		Kriminelle abschieben
			20.000,- Euro für jedes Kind
	Du willst Dein Deutschland zurück?	<i>AfD-blau</i>	
	Dann musst Du es auch wählen: AfD	<i>AfD (Logo) Kreuz über das o</i>	Hol Dir Deutschland zurück!
		<i>Briefwahl-Störer</i>	

Hörfunk

Jugendlich freche Frauenstimme aus dem Off:
„Erinnerst Du Dich an Deutschland?“

Gelächter, Gläser klirren, Begrüßung, Küsse,
Musik– so eine Art Kneipenlärm

Männerstimme düster:
„Was ist von Deinem Deutschland geblieben?“

Totenstille, leises Gemurmel hinter Masken,
Polizeisirene, Stimme eines Ordnungshüters:
„Das kostet 1.000 Euro Strafe!“

Frauenstimme :
*„Du willst DEIN Deutschland zurück? Dann
wähl es.“*

AfD-Jingle



Erklärvideos/Serie

Antigrüne Lach- und Sachgeschichten

Kurze Erklärvideos, die gänzlich ohne Absender auskommen. Nur der blaue Schmetterling fliegt am Ende durchs Bild. Bild und Sprache sind abgestimmt auf die Zielgruppe der jungen Menschen. Eine sonore Männerstimme spricht zu bewegten Schnipsel-Bildern.



1. AussenGrünInnen

Ziel ist es nicht nur, die Grünen als Partei vorzuführen, sondern zu zeigen, wie Ihre Ideen längst von anderen übernommen und normalisiert worden sind. Das erklärt, warum die Gegenseite „eine Front“ ist von Grün über die CDU, die SPD bis zur FDP mit ähnlichen Gesamtvorstellungen.

2. Die falsche Frucht

Was Grüne mit Wassermelonen zu tun haben. Geschichte über Kommunismus, Enteignungen, Mauerschützen, China und viele, viele Tote und Ermordete. Verständnis für Gewalt gegen Andersdenkende, vor allem gegen die AfD.

Erklärvideos/Serie

3. Gemeinsame Sache

Linksextremismus, Grüne und Gewalt. Geschichte über RAF, BLM, Fridays for Future und grüne Karrieren. Lifestyle und Gewaltfantasien. Antifa als verlängerter Arm der parlamentarischen Linken.

4. Falsche Energie

Warum grüne Flatterenergie so gefährlich ist. Windkraftanlagen, Blackouts, Versorgungspässe und Energieabhängigkeiten. Die Wirtschaft und das Klima brauchen aber zuverlässige Energie und kein subventioniertes Spielzeug.

5. Einfach nur Frau

Unterschied zwischen gleich und gleichberechtigt. Geschichte über echte Frauen, Gender-Wahn, falschen Feminismus, Kopftuch als Nicht-Problem für Linke, Minderheiten und Mehrheiten und Realitätsverlust in Geschlechterfragen.

6. Programm Selbsthass

Warum Grüne Identitätsprobleme haben. Geschichte rund um Abtreibung, Familie, Frühsexualisierung, Gender-Wahn, Inzest und Pädophilie. Und immer wieder und parteienübergreifend: Gender als soziale Konstruktion.

Erklärvideos/Serie

7. Alle gleich

Was die Grünen mit der CDU gemeinsam haben. Geschichte über Masseneinwanderung, Kriminalität, Parallelgesellschaften, Islam und natürlich über Geld. Über Merkel und schwarz-grüne Koalitionsmöglichkeiten und wie man die Gesellschaft unter sich aufteilt.

8. Wider die Wirtschaft

Warum das Grün-Wählen arm macht. Geschichte über Wirtschaft, über den Industriestandort Deutschland, über Arbeitsplätze, Enteignungen, Wohnungsnot und Wohlstand. Der Staat als Lenkungsapparat und Menschen, die unter den Augen der Alt-Parteien verarmen.

9. Lügenpresse

Der Unterschied zwischen Information und Propaganda. Geschichte über Staatsmedien, GEZ, Zensur, Mind Control, politische Propaganda und über Anetta Kahane. Wie die Grünen in den Medien angekommen sind, warum Gesinnungsjournalismus nicht objektiv ist, sondern ein Kampfinstrument.

Forsetzung folgt.

Subkampagne „Freiheit“

Social-Media Kampagne zur kurzfristigen Unterstützung von Protestbewegungen, die sich gegen Einschränkungen von Grund- und Freiheitsrechten richten.

Vorteile:

Nutzen des Protestpotentials über Parteigrenzen hinaus

Schnelle, unkomplizierte Durchführung über Social Media-Kanäle



„Inszeniere auf kreative Art und Weise das Wort FREIHEIT Schick uns ein Foto davon und ...“



CD / Kampagnenportal



BUNDESTAGSWAHL 2021
DIE KAMPAGNE

KAMPAGNE

STRATEGIE
IDEE UND KONZEPT
AUF EINEN BLICK

PRINT

THEMEN-FOLDER
KANDIDATEN-FOLDER
KANDIDATEN-SETKARTE
MITGLIEDERZEITUNG
PLAKAT 1/1
PLAKAT 18/1
MEGALIGHT-PLAKAT
ANZEIGEN

DIGITAL

TV-SPOT
KAMPAGNEN-SPOT
HÖRFUNK-SPOT
ERKLÄRVIDEOS
SOCIAL MEDIA
WERBEBANNER

EVENT

ROLLUP
WAHLKAMPFTEAM
WERBEARTIKEL

WAHLHELPER

STRATEGIE
KONZEPTION
ÜBERSICHT

FLYER
ANZEIGEN

SOCIAL MEDIA
WERBEBANNER

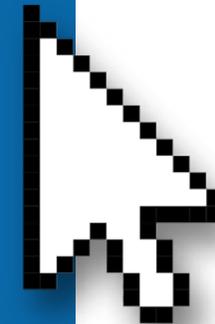
BRIEFWAHL

STRATEGIE
IDEE UND KONZEPT
AUF EINEN BLICK

FLYER
ANZEIGEN

SOCIAL MEDIA
WERBEBANNER

Das Corporate Design der Kampagne wird auf einer Website übersichtlich dargestellt. Neben Dateivorlagen und Styleguides kann auch ein Werbemittelshop mit Bestellfunktion integriert werden.



Zeit-/Maßnahmenplan

April

Präsentation parteiintern
Mitgliederzeitung No. 1
Vorstellung der Kampagne und Casting „Farbe bekennen“

Mai

Fotoshootings und Drehs deutschlandweit
Ausarbeitung aller Scripts für Hörfunk, TV und Video

Juni

Fertigstellung/Produktion sämtlicher Werbemittel

Juli

1. Plakatwelle, Teaser
Mitgliederzeitung No. 2
Kampagnenportal inkl. Shop geht online

Optional
Subkampagne
„Freiheit“

August

2. Plakatwelle Image + Themen
Subkampagne – „Briefwahl“

September

3. Plakatwelle Kandidaten + Themen
Mitgliederzeitung No. 3
Subkampagne „Wahlbeobachter“

Budget und Kosten

Im Rahmen der veranschlagten Budgets von 160.000 Euro (inkl. MwSt.) können wir als Lead Agentur folgende Leistungen anbieten:

Konzeption	Grundkonzept inkl. laufender Evaluierung
Kreation	Uneingeschränkte Nutzungsrechte an allen vorliegenden Designs
Corporate Design	Styleguide in Form eines Online-Kampagnenportals inkl. Shop
Foto	Fotografenbriefing, Fotoauswahl und Bearbeitungsanweisungen
Video	Idee, Drehbuch, Storyboards, Text, Artdirektion Anweisungen für Regie, Sprecher, Ton und Postproduktion
Social Media	Datei-Vorlagen zur Erstellung aller Sujets in sämtlichen Formaten
Magazin	Konzept, Dateivorlagen, Headline-Textierung, Artdirektion
Media	Media-Beratung, Dateivorlagen für Print und Digital
Event	Konzeption und Basisdesign
Artdirektion	Umfang XX Stunden
Beratungsleistung	Umfang XX Stunden

politbuero

Ganzheitliche Kommunikation

Unter dem Namen „politbuero“ haben sich erfahrene Kommunikationsfachleute zusammengeschlossen:

- Marketing, Strategie und Konzeption
- Idee und Kreation
- Gestaltung, Typographie, Graphikdesign
- Fotografie, Film, Illustration
- Werbetext, Ghostwriting und redaktionelle PR
- Soziale Medien
- Eventkonzeption



Kontakt:

Ulrich Novak

unovak@coscomedia.de

+49 175 4149606

+43 677 61350572



Wir freuen uns, von Ihnen zu hören!

© politbuero