

PLUSPUNKTE

IMPULSE FÜR POLITIK- UND POTENZIALENTWICKLUNG

Best Practice: Heute SPD-OV Dortmund Wickede

Publikation mit Gewinn

Seit 110 Jahren gibt es den SPD Ortsverein Dortmund Wickede. Das runde Jubiläum feierten die Genossinnen und Genossen im September 2011 öffentlich und mit großer Resonanz. Dafür produzierten sie mit viel ehrenamtlichem Engagement eine werbefinanzierte Jubiläumsbroschüre über die Geschichte des Ortsvereins und die Politik im Ort. Der Überschuss finanzierte den Festabend mit und schuf zusätzlich ein ordentliches finanzielles Polster für die Zukunft.

Weitere positive Wirkung: • Hervorragende Öffentlichkeitsarbeit über die Themen und Personen der SPD. • Erweiterte Kooperation mit örtlichen Vereinen. • Vielfältige Berichterstattungen in der regionalen Presse.

Die Eckdaten: 80-seitige Jubiläumsbroschüre, vierfarbig gedruckt, mit der Auflage von 5.000 Exemplaren zur flächendeckenden Verteilung.

Die finanzielle Kalkulation: Der Ortsverein holte Angebote von Druckereien ein und entschied sich für eine günstige regionale Druckerei. Der Brutto-Angebotspreis der Druckerei wurde in der Kalkulation mit dem Faktor 3 multipliziert, um den angestrebten Ertrag aus den Werbeanzeigen festzulegen. Fast die Hälfte der Broschüre (3 Umschlagseiten, 32 Innenseiten) wurde für Werbeeinnahmen genutzt. Hieraus ergaben sich die Preise für die Inserate, die in den folgenden Wochen mit einer Menge Fleißarbeit eingeworben wurden.

Tipps zum Nachmachen:

- Beobachte die anderen lokalen Veröffentlichungen. Wer inseriert wo? Sprich die Werbetreibenden persönlich an und unterbreite ein konkretes Angebot: „Ihre Anzeige aus der Publikation XY erreicht im SPD-Jubiläumsheft alle Haushalte und kostet so und so viel Euro.“
- Halte einen Mustervertrag bereit, damit du schnell und unbürokratisch, aber verbindlich und fair die Absprachen fixieren kannst. Der Vertrag legt mindestens die Größe der Anzeige und den Preis, gegebenenfalls die Zahlungsfrist und die Platzierung fest.
- Für die Innenumschlagseiten und für die Rückseite sind Aufpreise bis zu 100 Prozent marktüblich.
- Der Vertrag legt auch fest, bis wann der Werbepartner kostenfrei das Anzeigenmotiv zur Verfügung stellt.
- Fallstrick Urheberrecht: Ein wichtiges Detail ist das Urheberrecht an den Inseraten der Werbekunden. Mitunter liegt es bei Werbeagenturen, die Rechnungen bei Abdruck zu Euren Lasten ausstellen. Tipp: Gestalte mit dem Werbekunden eine neue Anzeige.
- Fallstrick Mehrwertsteuer: Die sog. Kleinunternehmerregelung (§ 19 Abs.1 UStG) regelt, ob Mehrwertsteuer ausgewiesen werden muss. Ortsvereine mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz (inkl. der Nettoeinnahmen des Insertionsgeschäfts!) zahlen keine Mehrwertsteuer an das Finanzamt und dürfen deshalb auch keine erheben.

Herzlichen Dank an Volker Lee (volker.lee@spd-wickede.de)

Immer hilfreich: Das Handbuch „Finanzen“ des SPD-Parteivorstands, das Nachschlagewerk mit Tipps zu allen Bereichen des Kassenwesens.

Jetzt alle „Pluspunkte“ im Bildungswiki der Parteischnle im Willy-Brandt-Haus: <http://parteischnle-wiki.spd.de>.