

Ausgaben:

- A.) Beim **Personal** sind alle Kosten aufgeführt, die zusätzlich zum Stellenplan in der Bundesgeschäftsstelle anfallen. Hierzu gehören auch PraktikantInnen und Aushilfen
- B.) Der **Bundesparteitag** mit 850 Delegierten, der das Wahlprogramm entschieden hat, kostete 310.000 €.
- C.) Die **externe Wahlkampfzentrale** „Triebwerk“ wurde befristet angemietet.
- D.) Hierunter fallen alle **Wahlveranstaltungen** des Bundesvorstandes inklusive der Kosten für die Touren des Spitzenteams.
- E.) **Plakate, Programme, Faltblätter und Giveaways** werden kostendeckend an die Kreisverbände verkauft. (siehe auch Position E bei den Einnahmen)
- F.) Die komplette **Mediaschaltung** (Großflächen, Kino, Anzeigen, Fernsehen, Radio) inklusive der Produktion der Spots. Weitere großer Posten ist der Bereich Internet
- G.) Enthalten sind das Honorar für die Agentur, eine WählerInnenanalyse , sowie die Kosten für die Wahlparty und das Fundraising.

Einnahmen:

- B.) Das Wahlkampfmaterial wird an die Kreis- und Ortsverbände verkauft.
- C.) Das sind Spenden von Unternehmen und Personen nur für den Bundestagswahlkampf
- J.) Beteiligungen der Landes- und Kreisverbände an Großflächenschaltungen

Überplanmäßig:

Neben dem Zuschuß in Höhe von 150.000 € für die Schaltung von Großflächen haben Kreisverbände und SpenderInnen weitere 345.000 € für Schaltung von Kinospots und Großflächen eingezahlt.