

1 **Beschluss des Schleswig-Holstein-Rates am 28. Mai 2011**

2

3

Zukunft der Volkspartei CDU

4

5 **Einleitung**

6 Am 06. Mai 2012 wählen die Schleswig-Holsteiner einen neuen Landtag und die CDU
7 schickt sich an, wieder die stärkste Kraft im Land zu werden, um weiterhin bürgerlich
8 regieren zu können. Nur ist die CDU dafür gut aufgestellt? Hat sie noch den integrativen
9 Charakter, um Wahlergebnisse von 40% zu erreichen? Was zeichnet eigentlich eine
10 Volkspartei aus, deren letzte viel beschworene die CDU sein will?

11 Wir als Junge Union Schleswig-Holstein haben uns seit jeher abseits der Tagespolitik mit
12 dem Auftritt und dem Erscheinungsbild unserer Mutterpartei auseinandergesetzt und
13 haben Verbesserungsvorschläge gemacht. Doch so dramatisch wie derzeit war die
14 Situation wohl noch nie: Die Mitgliederzahlen der CDU sinken seit Jahren. In fünf Jahren
15 hat unsere Mutterpartei knapp 5000 Mitglieder verloren und der Trend setzt sich fort. Der
16 Frauenanteil ist nach wie vor einer der schlechtesten aller Parteien. Das durchschnittliche
17 Mitgliedsalter steigt kontinuierlich, es gelingt kaum junge Mitglieder für die Partei zu
18 begeistern. Die CDU ist zu unattraktiv für Erstwähler und für die junge Generation. In den
19 großen Städten ist die CDU mittlerweile auf Augenhöhe mit den Grünen angelangt. Aber
20 auch in den „Hochburgen“ des ländlichen Raumes mussten bei den letzten Wahlen
21 Verluste von bis zu 15% verkraftet werden. Dennoch ist die CDU derzeit die letzte
22 verbliebene Volkspartei und dies soll auch nicht schlecht geredet werden. Die gerade
23 genannten Punkte sind aber klare Warnsignale dafür, dass es uns genauso gehen kann wie
24 der SPD und, wenn wir nichts ändern, uns es auch so gehen wird.

25 Daher wollen wir mit diesem Papier vorschlagen, wie die CDU künftig wieder an bessere
26 Zeiten anknüpfen und zukunftsfest ausgestaltet werden kann.

27 **Mitgliedschaft**

28 Die CDU Schleswig-Holstein ist die mitgliederstärkste Partei des Landes. Knapp 25.000
29 Menschen sind in der CDU organisiert. Die CDU soll auch in Zukunft stärkste politische
30 Kraft des Landes bleiben, daher ist es notwendig auf Veränderungen von Ansprüchen und
31 Wünschen künftiger Mitgliedergenerationen zu reagieren.

32

33 Die Gründe für einen Parteieintritt in die CDU sind vielfältig. Neben dem Wunsch sich
34 politisch zu engagieren und mitzugestalten ist es auch wichtig, ob Freunde, Bekannte oder
35 Familienmitglieder schon CDU-Mitglieder sind und einen an die Partei heranzuführen. Oft
36 führt auch ein bestimmtes Ereignis dazu, sich politisch zu engagieren. Der bisherige
37 Mehrwert der CDU-Mitgliedschaft – Informationen zum politischen Geschehen aus erster
38 Hand – reicht in der heutigen Informationsgesellschaft nicht mehr aus, um den großen
39 Aufwand des herkömmlichen ehrenamtlichen Engagements in einer Partei zu
40 rechtfertigen. Hinzu kommt, dass Neumitglieder frühzeitiger mitwirken und
41 mitentscheiden wollen. Strukturen wie sie in der CDU lange galten, dass sich Mitglieder
42 erst über mehrere Jahre bewähren müssen, bevor man ihnen Verantwortung überträgt,
43 funktionieren heute nicht mehr. Die CDU Schleswig-Holstein muss vor diesem
44 Hintergrund das Angebot der Parteimitgliedschaft attraktiver gestalten. Es bietet sich
45 hierzu an, das Mittel der Mitgliederbefragung zu nutzen, um Wünsche, Anregungen und
46 Vorstellungen der Mitglieder einzuholen.

47

48 Es ist Aufgabe der politischen Führung, Entscheidungsprozesse verständlicher und
49 transparenter zu machen. Es muss eine generelle Diskussionskultur in der CDU entstehen,
50 die es erlaubt Themen und Inhalte von Unten nach Oben zu transportieren und nicht nur
51 die von Oben getroffenen Entscheidungen von Unten zu legitimieren. Nur so kann eine
52 breite, direkte und demokratische Beteiligung der Mitglieder gewährleistet werden.

53

54 Die Partei muss jedoch nicht nur ihre Mitglieder stärker binden, sondern sich auch stärker
55 als bisher Nichtmitgliedern öffnen. Es ist Aufgabe der Kreis- und Ortsverbände das
56 Angebot an Einstiegsmitgliedschaften auszubauen. Gerade bei Menschen mit niedrigen
57 Einkommen, wie zum Beispiel Schülern, Studenten und Rentnern, kann bereits der

58 monatliche Mitgliedsbeitrag einen Neueintritt verhindern oder einen Austritt zur Folge
59 haben.

60

61 Bei der Öffnung der Partei durch flexiblere Einstiegsmöglichkeiten ist ein großer Spagat zu
62 bewältigen. Zum einen müssen Interessierte schneller und einfacher zur CDU finden. Auf
63 der anderen Seite darf dies nicht die aktive Mitgliedschaft verwässern, die den Mitgliedern
64 einen spürbaren Mehrwert bieten muss. Die Mitgliedschaft in der CDU darf sich nicht nur
65 darin unterscheiden, wer auf einer Jahreshauptversammlung stimmberechtigt ist.

66

67 In der freien Wirtschaft erfolgreich praktizierte „Kundenbindungsprogramme“ sind auch
68 auf die CDU übertragbar. Daher fordert die Junge Union die CDU auf, geeignete Angebote
69 für Mitglieder zu schaffen, die die CDU-Mitgliedschaft interessanter als bisher machen.
70 Hier sind alle Ebenen der CDU Schleswig-Holstein gefordert. Die Partei muss
71 Möglichkeiten der Schulungen für Neumitglieder vorsehen. Lange Zeit hieß Politik in der
72 CDU zu gestalten „learning by doing“. Das Ziel der CDU Schleswig-Holstein muss es aber
73 sein, Mitglieder und Funktionsträger möglichst kompetent auf politisches Engagement
74 vorbereiten zu können, denn die Mitglieder sind auch Repräsentanten der CDU in ihrem
75 jeweiligen Umfeld, d.h. in der Familie, am Arbeitsplatz oder auch im Verein. Daher muss
76 das Angebot zur Mitgliederschulung ausgebaut und viel stärker beworben werden.

77

78 Daher fordern wir von der CDU:

79

- 80 • Regelmäßige Mitgliederbefragungen durchzuführen.
- 81 • Urabstimmungen der gesamten Mitgliedschaft über Spitzenkandidaten zur
82 Landtagswahl und Landesvorsitzenden zu ermöglichen.
- 83 • Angebote der Einstiegsmitgliedschaften zu schaffen und auszubauen.
- 84 • Mehr Flexibilität bei den Mitgliedsbeiträgen.
- 85 • Ausbau und bessere Vermarktung der Mitgliederschulung.

86

87 **Die CDU in der Gesellschaft**

88 Hauptgrund für schwache Wahlumfragen und -ergebnisse ist dabei insbesondere die
89 fehlende Verwurzelung der CDU in der Gesellschaft. Diese erodiert durch die sinkenden
90 Mitgliederzahlen immer weiter. In Ortsverbänden, wo sich früher teilweise das
91 gesellschaftliche Leben vor Ort abgespielt hat, sind heutzutage häufig nur noch
92 Stammtische im Alter von 60+ anzutreffen. Neumitglieder fühlen sich in solche Runden
93 nicht integriert, jüngere Mitglieder vielleicht sogar abgeschreckt. Dies muss sich ändern.
94 Mitgliederwerbung kann nur über die Ansprache vor Ort funktionieren, so viele
95 Werbeaktionen der Landes- oder Bundesverband auch organisiert. Das heißt aber nicht
96 nur, dass die Mitglieder vor Ort besser geschult und ausgestattet werden müssen, damit
97 die Ansprache von Interessierten besser funktioniert, sondern auch, dass die CDU vor Ort
98 sich öffnen muss.

99

100 Stammtische in Hinterzimmeratmosphäre hatten ihren Platz in der Vergangenheit, heute
101 muss die Partei raus zu den Menschen. Es müssen also nicht nur attraktive
102 Veranstaltungen angeboten, sondern auch häufiger Informationsstände gemacht werden.
103 Insbesondere projektbezogene Veranstaltungen, Unterschriftenaktionen oder Kampagnen
104 sind dabei hervorzuheben und verstärkt durchzuführen, da über solche kurzzeitigen
105 Aktionen Interessierte an die CDU herangeführt werden können. Über solche Kampagnen
106 wird ein positives Bild der CDU nach draußen transportiert, Bürger bekommen die
107 Möglichkeit der Partizipation an einer politischen Aktion ohne gleich Mitglied werden zu
108 müssen und die Chance in einem solchen positiven Umfeld Mitglieder zu werben, verstärkt
109 sich ebenfalls.

110

111 Denn Menschen sind heutzutage immer seltener bereit, sich an eine Partei oder
112 Gruppierung zu binden und sich für diese ehrenamtlich zu engagieren. Der CDU ist es in
113 den letzten Jahren nicht gelungen das Ehrenamt zu stärken und attraktiver zu machen.
114 Dazu kommt, dass es in der CDU immer mehr durch die erodierende Mitgliederzahl zu
115 Panikblüten kommt. So leben Vereinigungen, Arbeitskreise und andere Parteigliederungen
116 in Teilen wieder auf, ohne dass es dafür eine ausreichende Mitgliederbasis gibt.
117 Stattdessen wäre es sinnvoller sich an der SPD ein Vorbild zu nehmen und sich vermehrt
118 im sog. vopolitischen Raum zu engagieren. Viele Funktions- und Mandatsträger der CDU

119 sind nicht in Verbänden und Vereinigungen organisiert, so dass wir dort keine Fürsprecher
120 haben und keine Multiplikatoren ausbilden können. Dies liegt daran, dass dies auf
121 Landesebene in der CDU wenig Tradition hat und wir wenige „natürliche“ Partner im
122 vorpolitischen Raum haben. Des Weiteren beschäftigt sich die Partei häufig zu sehr mit
123 sich selbst. Die Anspruchshaltung der Mitglieder, dass der örtliche Landtagsabgeordnete
124 auch noch zum letzten Grünkohlessen kommen muss, ist nicht mehr zeitgemäß, wenn man
125 auf parallelen Veranstaltungen von Verbänden und Vereinigungen wesentlich mehr
126 Menschen erreichen kann.

127

128 Darüber hinaus hat die CDU Schleswig-Holstein es in der Vergangenheit vielfach
129 versäumt, die relevanten gesellschaftlichen Gruppen im Land anzusprechen. Das muss sich
130 ändern! Der Landesvorstand der CDU muss dafür sorgen, dass der Kontakt zu Verbänden
131 in Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur wieder belebt wird. Die Gespräche des erweiterten
132 Landesvorstandes in diesem Bereich sind dabei ein guter Schritt und müssen unbedingt
133 fortgeführt werden. Hinzu treten müsste aber eine Einbindung dieser externen Fachleute
134 in die inhaltliche Arbeit der Landespartei über die Gesprächskreise. Diese bieten eine
135 große Chance, wichtige Vertreter gesellschaftlich relevanter Gruppen gezielt ansprechen
136 zu können und sie in die Arbeit der Partei einzubinden, unabhängig von einer
137 Parteimitgliedschaft. Die Gesprächskreise müssen ohnehin zu echten Expertengremien
138 aufgewertet und in die Erarbeitung von inhaltlichen Positionen eingebunden werden. Hier
139 muss für den Landesvorstand auch das Prinzip des Förderns und Forderns gelten, konkrete
140 Arbeitsaufträge müssen vergeben und Positionierungen eingefordert werden.

141 Eine derartige Erdung im „zivilen“ Bereich der Gesellschaft kann auch dabei helfen, die
142 Realitäten der Menschen wieder besser zu erkennen und zu verstehen. Die CDU muss
143 anerkennen, dass sie immer häufiger nicht die Lebensrealität der Menschen widerspiegelt.
144 Solange wir nur in eigenen Kreisen verharren und nicht nach außen gehen, können wir uns
145 auch noch so anstrengen eine gute Politik zu machen – die Menschen erreichen wir damit
146 nicht. Politik darf keine Einbahnstraße sein. Es muss ein Informationsaustausch
147 stattfinden. Den Bürgern unseres Landes müssen wir Partizipationsmöglichkeiten
148 einräumen, auch ohne Mitglied unserer Partei zu sein.

149

150 Besonders verheerend und ein guter Ausblick auf das, was uns auf dem Land erwartet, ist
151 ein Blick in die kreisfreien Städte und der dortigen CDU. Dort hat die CDU die niedrigsten
152 Mitgliederzahlen, die am schlechtesten ausgerüsteten Kreisgeschäftsstellen, die
153 wenigsten Abgeordneten (in Kiel und Lübeck gar keine) und die schlechtesten
154 Wahlergebnisse. Gerade in den Städten hat sich die CDU, auch durch den starken
155 Mitgliederschwund, in den letzten Jahren immer weiter vom Bürger entfernt. Zwar stechen
156 die Siege in Flensburg und Neumünster bei den letzten Landtagswahlen heraus. Dies lag zu
157 einem Teil auch an dem schlechten Abschneiden der SPD vor Ort und/ oder einem starken
158 SSW und der lokalen Bekanntheit der jeweiligen Kandidaten. Dies kann uns allerdings auch
159 nicht erstaunen, wenn die CDU in weiten urbanen Teilen in Schleswig-Holstein als eine
160 ländliche, angestaubte Altherren-Partei wahrgenommen wird. Trotz der starken
161 gesellschafts-liberalen Öffnung vor allem in den Themen Migration und Familie auf
162 Bundesebene hat die CDU vor Ort kaum davon profitiert. Dies liegt zum Einen daran, dass
163 die Landespartei in diesen weichen Themen kaum eigene Akzente gesetzt hat, zum
164 Anderen daran, dass diese Themen vor Ort in der CDU kaum eine Rolle spielen. Dies
165 können wir uns künftig nicht mehr erlauben. Vor allem in den Städten versäumt es unsere
166 Partei zu oft, wichtige Themen wie Daten- und Verbraucherschutz, Umwelt- und
167 Sozialpolitik zu besetzen und überlässt so große Teile des bürgerlichen Milieus an andere
168 Parteien. Es kann kein Zufall sein, dass die Grünen beginnen in unseren ehemaligen
169 „Hochburgen“ im städtischen Raum uns den Rang abzulaufen.

170

171 Die Landespartei muss daher mit gutem Beispiel vorangehen. Es muss eine Zukunftsvision
172 von Schleswig-Holstein entwickelt werden, die die Interessen, Sorge und Nöte aller Bürger
173 in Schleswig-Holstein umfasst und keine Partikularinteressen verfolgt. Sowohl der
174 ländliche Bereich wie auch der urbane Bereich müssen umfasst sein. Die CDU muss
175 anfangen Politik für das ganze Land zu machen und muss dies auch entsprechend
176 kommunizieren. Dabei kann die eingesetzte Grundwertekommission eine entscheidende
177 Rolle spielen. Wir fordern daher die Landespartei auf, diese Kommission zu stützen und
178 ihre Ergebnisse auch konsequent zu verfolgen – wie anfangs gesagt: meist hat die CDU ein
179 Umsetzungs- und kein Erkenntnisproblem.

180

181 Daher fordern wir von der CDU:

182

- 183 • Sich der Lebensrealität der Menschen zu stellen und von ideologischen
184 Grabenkämpfen abzusehen.
- 185 • Bisher vernachlässigte Politikfelder aufzugreifen und Lösungen für verdrängte
186 Probleme zu finden.
- 187 • Politik aus einem Guss: Themen müssen basisdemokratisch erarbeitet und dann
188 von der Parteispitze vermittelt werden.
- 189 • Auch unpopuläre Maßnahmen müssen unbeirrt nach breiter Diskussion in der
190 Partei durchgeführt werden.
- 191 • Die Partei muss unter Beteiligung aller Mitglieder eine Zukunftsvision für unser
192 Land entwickeln.
- 193 • In den Städten müssen insbesondere weiche Politikfelder gesondert angesprochen
194 werden – auch von der Landespartei.
- 195 • Die CDU in den Städten bedarf der besonderen Unterstützung der Landespartei –
196 finanziell, personell und organisatorisch. Ggf. muss zur finanziellen Entlastung über
197 einen „Städte-Soli“ zwischen den Kreisverbänden nachgedacht werden.
- 198 • Mandats- und Funktionsträger sollten neben ihrer Funktion in der Partei auch in
199 einem weiteren gesellschaftlichen Ehrenamt tätig sein.
- 200 • Es müssen Partizipationsmöglichkeiten für Nicht-Mitglieder geschaffen werden.
- 201 • Die Gesprächskreise müssen für Nichtmitglieder geöffnet und zu echten Think
202 Tanks der Landespartei ausgebaut werden. Sie müssen bei der Erarbeitung
203 inhaltlicher Positionen eingebunden werden.
- 204 • Das Bild der CDU nach außen muss jünger, dynamischer und vor allem offener
205 werden.
- 206 • Die Mitgliederwerbung muss vermehrt über Kampagnen und Aktionen versucht
207 werden. Passende Themen müssen also entsprechend aufbereitet und den Kreis-
208 und Ortsverbänden zur Verfügung gestellt werden.
- 209 • Veranstaltungen der CDU müssen einen Mehrwert haben und dürfen nicht um ihrer
210 Selbstwillen durchgeführt werden. Die Veranstaltungsdichte ist auszudünnen, um
211 mehr Raum für Engagement im außerparteilichen Bereich zu ermöglichen. Zudem

212 sollte kein Geld für aufwendige aber wenig gewinnbringende Veranstaltungen
213 ausgegeben werden.

214

215 **Die Junge Union als CDU-Nachwuchsorganisation**

216 Die Junge Union Schleswig-Holstein ist unter den Vereinigungen der CDU die wichtigste
217 Organisation zur Mitgliederwerbung und ständigen Erneuerung der Partei. Viele junge
218 Menschen finden in der ersten Hälfte Ihres Lebens eine politische Heimat, werden so auch
219 Mitglied der CDU oder bleiben zumindest der CDU als Wähler ihr Leben lang treu. So ist es
220 nicht verwunderlich, dass sich unter den Mandatsträger der CDU vom Gemeinderat bis
221 zum Bundestag zahlreiche Mitglieder und ehemalige Mitglieder finden lassen, die Ihr
222 politisches Zaumzeug für die Gestaltung von Politik in der Jungen Union erlernt haben.
223 Zusätzlich unterstützt die Junge Union als verlässliche Basis die CDU mit „Manpower“. Sei
224 es bei Plakataktionen vor Ort oder bei medienwirksamen Aktionen auf Landesparteitagen.

225

226 Auch die Junge Union Schleswig-Holstein hat ähnlich wie die CDU in den letzten Jahren
227 einen kontinuierlichen Rückgang der Mitgliederzahlen verkraften müssen. Zahlreiche
228 Ortsverbände sind eingeschlafen und in einigen Kreisverbänden fällt es schwer den
229 gewohnten Aktivitätsgrad zu erhalten. Dieser Prozess hat mittlerweile einen solchen
230 Umfang erreicht, dass die flächendeckende Präsenz der Jungen Union in Schleswig-
231 Holstein gefährdet erscheint. Selbstverständlich ist es als aller erstes die Aufgabe des
232 Landesverbandes der Jungen Union selbst die Aktivitäten und Veranstaltungen an die
233 geänderten Rahmenbedingungen anzupassen. So hat der JU-Landesverband in den letzten
234 Jahren viele der von der CDU in diesem Papier geforderten Maßnahmen in der eigenen
235 Verbandsstruktur umgesetzt. Zum Beispiel finden die meisten Veranstaltungen offen für
236 Interessierte und Mitglieder statt, das Internet ist als ein wesentliches
237 Informationsmedium etabliert worden und es wurden zahlreiche Kontakte in den
238 vorpolitischen Raum aufgebaut.

239 Viele Probleme innerhalb der Struktur der Jungen Union Schleswig-Holstein gehen neben
240 verbandsorganisatorischen Herausforderungen auf die finanzielle Ausstattung der Jungen
241 Union Schleswig-Holstein zurück. In den letzten Jahren mussten erhebliche

242 Mittelkürzungen sowohl bei den Zuschüssen durch die CDU als auch bei der
243 Bezuschussung durch den Verband politischer Jugend, der aus öffentlichen Mitteln
244 gefördert wird, hingenommen werden. Mittlerweile ist die Finanzsituation so angespannt,
245 dass im Wesentlichen nur noch die laufenden Kosten der in der Satzung festgelegten
246 Aufgaben des Landesverbandes getragen werden können. Regelmäßige
247 Mitgliederschreiben oder das Verbandsmagazin „Ins Schwarze“ können kaum aus dem
248 laufenden Haushalt finanziert werden. Mehrtägige Veranstaltungen können nur noch zum
249 Selbstkostenpreis organisiert werden. In der Vergangenheit wurden für die regelmäßige
250 Mitarbeit in den Landesarbeitskreisen Fahrtkostenerstattungen ausgezahlt, diese
251 Unterstützungen an die aktiven Mitglieder ist eingestellt worden. Eine eigene Kampagne
252 der Jungen Union zur anstehenden Landtagswahl, wie es diese in der Vergangenheit zu
253 vielen Wahlen gegeben hat, ist auf Grund der aktuellen Finanzlage vollkommen
254 undenkbar. Eine weitere Folge dieser Einwicklung ist, dass die Stelle des
255 Landesgeschäftsführers von einer vollen Stelle zu einer Halbtagsstelle umgewandelt
256 werden musste. Der ehrenamtlichen Arbeit vor Ort fehlt dadurch ein kontinuierlicher und
257 regelmäßig erreichbarer Ansprechpartner. Diese Einsparungen führen im Ergebnis zu einer
258 Reduzierung der Aktivitäten der Jungen Union und erschweren es erheblich die noch
259 vorhandenen Mitglieder für die Aktivitäten der Jungen Union weiter zu mobilisieren sowie
260 neue Mitglieder zu gewinnen.

261 Da die Jungen Union fast ausschließlich aus Mitgliedern besteht, die noch Schüler oder
262 Studenten sind, können die Mittelkürzungen nicht durch steigende Beiträge der eigenen
263 Mitglieder ausgeglichen werden. Ein ins Leben gerufener „Freundeskreis“ erfreut sich zwar
264 einer steigenden Mitgliederzahl, kann aber die bestehenden finanziellen Lücken nicht
265 annähernd decken. Daher ist die Junge Union auf die politische und finanzielle
266 Unterstützung der CDU Schleswig-Holstein angewiesen. Dabei bleibt festzuhalten, dass
267 der zu anderen Ausgaben relativ geringe Mittelbedarf der Jungen Union der CDU, wie
268 oben ausgeführt, einen überaus großen Nutzenbeitrag für die Zukunftsfähigkeit der Partei
269 spendet. Gerade die Kürzungen beim Verband politischer Jugend tragen unerheblich zur
270 Konsolidierung der Haushalte bei, bringen aber noch vorhanden Strukturen der politischen
271 Nachwuchsgewinnung, die für unsere Parteiendemokratie einen wichtigen Beitrag leisten,
272 erheblich in Gefahr.

273

274 Daher fordern wir von der CDU:

- 275 • Kürzungen beim Verband politischer Jugend auf Landes-/Kreis- und Ortsebene
276 zumindest abzuwehren und die Mittel wieder aufzustocken
- 277 • Die Finanzausstattung der Jungen Union Schleswig-Holstein so verbessert wird,
278 dass ein Verbandsmagazin, inhaltliche mehrtägige Veranstaltungen und die
279 Fahrtkostenerstattung der Landesarbeitskreise wieder aus dem Haushalt der
280 Jungen Union Schleswig-Holstein finanziert werden können
- 281 • Die Stelle des Landesgeschäftsführers der Jungen Union wieder zu einer vollen
282 Stelle aufzuwerten
- 283 • Der Jungen Union eine eigene Kampagne zumindest im Rahmen der CDU-
284 Kampagne für die anstehenden Landtagswahl zu ermöglichen

285

286 **Kommunikation und Kampagnen**

287 Gute und geeignete Kommunikation ist ein entscheidender Erfolgsfaktor in der Politik.
288 Derzeit gibt es keinen regelmäßigen, einheitlichen Informationsdienst der CDU Schleswig-
289 Holstein für alle Funktions- und Mandatsträger zur CDU-Politik in Schleswig-Holstein.
290 Neben dem Schleswig-Holstein-Kurier braucht die CDU einen Informationsdienst. Die
291 Junge Union fordert die Erstellung eines CDU-internen Informationsdienstes per E-Mail,
292 der schnell, kurz und kompetent über die wichtigsten Themen der CDU Schleswig-Holstein
293 informiert.

294

295 Ein großes Problem in der Durchführung verschiedener Kampagnen ist die mangelnde
296 oder falsche Datenpflege in der Zentralmitgliederdatei. Die Zentralmitgliederdatei bietet
297 eine hervorragende Möglichkeit durch von der UID festgelegte Zuordnungsschlüssel alle
298 möglichen Funktions- und Zielgruppenverteiler innerhalb kürzester Zeit anzusprechen.
299 Hierbei muss es endlich zu tragfähigen Vereinbarungen zwischen dem Landesverband und
300 den Kreisverbänden kommen, um die gemeinsame Arbeit sicherzustellen. Die Junge Union
301 Schleswig-Holstein fordert die CDU auf, moderne Mittel wie z.B. gezielte telefonische
302 Ansprachen u.a. für inhaltliche Aktionen zu nutzen.

303 Neben der reinen Pressearbeit spielt die Öffentlichkeitsarbeit der Landespartei eine
304 zentrale Rolle bei der Darstellung der Partei nach Innen und Außen. Das Internet spielt in
305 der Öffentlichkeitsarbeit der CDU Schleswig-Holstein bislang leider nur eine
306 untergeordnete Rolle. Obwohl das Internet von großen Teilen der Bevölkerung zur
307 politischen Meinungsbildung genutzt wird, hat das Internet bis jetzt noch keine
308 angemessene Beachtung in der Öffentlichkeitsarbeit der Landespartei gefunden.

309

310 Nur ein funktionierendes Internetsystem, das den speziellen Anforderungen einer
311 modernen Partei entspricht, kann für die Zukunft die digitale Kampagnenfähigkeit
312 gewährleisten und den Informationsfluss und -vertrieb der CDU und ihrer Vereinigungen
313 so optimieren, dass unsere Außenwirkung und Schlagkraft davon profitiert. Vor allem die
314 sozialen Netzwerke dürfen in ihrer Bedeutung als Informationsmedium nicht unterschätzt
315 werden. Die CDU Schleswig-Holstein hat insbesondere auf diesem Bereich großen
316 Nachholbedarf.

317 Generell wird das Medium „Internet“ mit seinen Chancen und Möglichkeiten für
318 Bürgernähe, Transparenz und Effizienz offenbar nach wie vor in weiten Teilen der Union
319 unterschätzt und vernachlässigt, daher gibt es großen Bedarf für
320 Funktionsträgerschulungen mit besonderem Blick auf die strategischen Aspekte und
321 politisch-gesellschaftlichen Implikationen dieses Mediums. Funktions- und Mandatsträger,
322 die bereits im Internet und in sozialen Netzwerken aktiv sind, müssen sich stärker als
323 bisher ihrer Verantwortung gegenüber der Wahrnehmung unserer Partei bewusst werden,
324 um das Bild unserer Partei im Internet gemeinsam zu vertreten.

325

326 Daher fordern wir von der CDU:

327

- 328 • Die Einrichtung eines Newsletters, der alle Mitglieder regelmäßig über die Arbeit
329 der CDU Schleswig-Holstein informiert.
- 330 • Ein Konzept zum gezielteren Umgang und Einsatz der ZMD.
- 331 • Einen stärkeren Fokus auf das Internet im Konzept der Öffentlichkeitsarbeit zu
332 legen.

- 333 • Die Einrichtung einer Facebook-Gruppe und die freiwillige Selbstverpflichtung der
334 aktiven Funktions- und Mandatsträger, an der gemeinsamen Außendarstellung der
335 Partei im Internet mitzuwirken.
- 336 • Die Einrichtung einer mobilen Homepage: Pressemitteilungen, Beschlüsse, Termine
337 und die wichtigsten Downloads sollten auf einer mobilfähigen Internetseite
338 dargestellt werden.

339

340 **Volkspartei bleiben**

341 Die JUNGE UNION erhebt den Anspruch, dass es Ziel der CDU Schleswig-Holstein sein
342 muss, den Status als Volkspartei sicherzustellen, um eine dauerhafte Mehrheitsfähigkeit
343 und den politischen Führungsanspruch in unserem Land zu erhalten. Wir wollen Schleswig-
344 Holstein gestalten. Dazu bedarf es einer starken, gesellschaftsnahen Volkspartei. Unsere
345 Partei befindet sich derzeit auf dem Weg den Status als Volkspartei zu verlieren. Die
346 Defizite, die wir sehen, sind auch der Führung und weiten Teilen der Basis seit langem
347 bekannt. Doch bis heute ist leider nur wenig passiert.

348 Die Landespartei muss endlich gemeinschaftlich auf allen Ebenen den Mut fassen und
349 handeln. Die CDU muss nicht nur zum Selbstzweck Volkspartei bleiben sondern auch die
350 daraus resultierenden Chancen und Nutzen besser wahrnehmen. Hierbei steht die Partei
351 vor einem langen und schwierigen, aber lohnenswerten Weg. Es wird eine gewisse Zeit
352 dauern, bis das Einschlagen dieses Weges Früchte tragen wird. Daher müssen einfache und
353 leicht realisierbare Neuerungen, wie zum Beispiel ein besserer Auftritt im Internet, die
354 Einrichtung eines Newsletters und die Miteinbeziehung aller Mitglieder bei der Erstellung
355 eines Wahlprogramms schnellst möglich umgesetzt werden.

356 Nur gemeinsam mit allen Ebenen, Gliederungen und verantwortlichen Akteuren kann
357 dieser wichtige Schritt zum dauerhaften Überleben der Volkspartei CDU gelingen. Die
358 JUNGE UNION wird sich ihrer Verantwortung auf diesem Weg nicht verschließen und die
359 Arbeit der Partei auf dem Weg zu einem Erhalt der CDU als Volkspartei als Motor und
360 Gewissen unserer Partei vorantreiben.