

MITEINANDER. ZUKUNFT. MACHEN.

BERICHT DER

ZUKUNFTS-KOMMISSION

CDU BADEN-WÜRTTEMBERG



Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Generalsekretärin	1
Tätigkeitsbericht der Zukunfts-Kommission der CDU Baden-Württemberg	2
Analyseteil	5
Arbeitsgruppe 1: „Themen und Botschaften“	7
Arbeitsgruppe 2: „Kampagnen und Kommunikation“	13
Arbeitsgruppe 3: „Struktur und Organisation“	18
Arbeitsgruppe 4: „Beteiligung und Bindung“	24
Mitglieder der Zukunfts-Kommission	29

Vorwort der Generalsekretärin



Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Mitglieder,

bei den letzten Wahlen auf Bundes- und Landesebene ist die CDU Baden-Württemberg mit den Wahlergebnissen deutlich hinter den Erwartungen zurückgeblieben.

Vor diesem Hintergrund hat die CDU Baden-Württemberg eine Zukunfts-Kommission ins Leben gerufen, die einen umfassenden Aufarbeitungs- und Erneuerungsprozess begonnen hat. Es war die Kernaufgabe der Zukunfts-Kommission, Vorschläge zur Modernisierung und Erneuerung der Partei vorzulegen. Alle Kreisverbände haben Mitglieder in die Kommission entsendet, um eine breite Beteiligung und Rückkopplung vor Ort zu gewährleisten. Außerdem waren jeweils ein Mitglied aus den Vereinigungen und Sonderorganisationen der CDU Baden-Württemberg, dem Landesvorstand, den vier Bezirksverbänden, der CDU-Landtagsfraktion sowie den CDU-Landesgruppen im Bund und in Europa mit vertreten.

Mein großer Dank gilt insbesondere allen Mitgliedern der Zukunfts-Kommission, die sich mit voller Kraft ehrenamtlich dieser Aufgabe gestellt haben. Sie haben mit ihrem Einsatz und ihrer Haltung zu einem neuen Miteinander in unserer Partei beigetragen. Ihr Einsatz war maßgeblich für den Erfolg des Gesamtprozesses und den vorliegenden Bericht.

Gleichzeitig möchte ich allen Mitgliedern der Partei danken, die sich in den umfänglichen Prozess im Rahmen unserer digitalen Formate und bei den zahlreichen Veranstaltungen vor Ort eingebracht haben. Auch hieran zeigt sich klar: Unsere CDU lebt als Volkspartei vom Engagement ihrer Mitglieder und von der Arbeit ihrer Verbände vor Ort.

Der Prozess der Zukunfts-Kommission hat gezeigt, dass wir gemeinsam mit frischen Ideen und Lust auf Neues viel bewegen können. So wird die CDU auch weiterhin und stärker als zuvor für die Menschen in unserem Heimatland Baden-Württemberg arbeiten.

Die jetzigen Herausforderungen machen deutlich, dass unser Land eine Politik des Zusammenhalts braucht. Wir wollen zusammenführen und immer das Verbindende in den Vordergrund stellen. Als Volkspartei wollen wir die Zukunft unseres Landes mit voller Kraft angehen.

Lassen Sie uns miteinander Zukunft machen!

Herzliche Grüße

Ihre

Isabell Huber MdL
Generalsekretärin

Tätigkeitsbericht der Zukunfts-Kommission der CDU Baden-Württemberg

1. Die Zukunfts-Kommission

Die 62-köpfige Zukunfts-Kommission unter der Leitung der Generalsekretärin Isabell Huber MdL setzt sich aus den verschiedensten Teilen der CDU Baden-Württemberg, insbesondere aus unseren Mitgliedern vor Ort, zusammen. Dabei handelt es sich um 41 Vertreterinnen und Vertreter der einzelnen Kreisverbände sowie jeweils ein Mitglied aus den Vereinigungen und Sonderorganisationen der CDU Baden-Württemberg, dem Landesvorstand, den vier Bezirksverbänden, der CDU-Landtagsfraktion sowie den CDU-Landesgruppen im Bund und in Europa. Die Kommission ist ein Arbeitsgremium, das konkrete Vorschläge und Denkanstöße zur Verbesserung und Erneuerung der Parteiarbeit erarbeitet hat, um die CDU Baden-Württemberg zu neuer Stärke zu führen.

2. Arbeitsprozess der Zukunfts-Kommission

2.1 Konstituierende Sitzung

In der ersten Sitzung der Zukunfts-Kommission am 2. November 2021, die in Präsenz stattfand, wurden die vorausgegangenen Land- und Bundestagswahlergebnisse sowie die aktuelle Situation der Landespartei gemeinsam analysiert und umfassend diskutiert. Hierbei wurden die verschiedenen Herausforderungen für die CDU Baden-Württemberg herausgearbeitet. Auf dieser Grundlage wurden zusammen vier Themenbereiche und Fragestellungen identifiziert, die im Rahmen der Kommissionsarbeit genauer betrachtet und bearbeitet wurden. Dabei handelt es sich um folgende Themenfelder:

1. Themen und Botschaften: Warum sollten die Menschen CDU wählen?
2. Kampagnen und Kommunikation: Wie erreichen wir die Menschen mit unseren Inhalten?
3. Struktur und Organisation: Wie stellen wir unsere CDU künftig in der Fläche auf?
4. Beteiligung und Bindung: Wie machen wir unsere CDU attraktiver für Mitglieder?

Zur zielgerichteten Bearbeitung der aufgeführten Themen und zur Beantwortung der dargelegten Fragen wurde sich darauf verständigt, den Arbeitsprozess in drei eigenständige Phasen zu untergliedern.

Der Zeitplan der Zukunfts-Kommission

In der Phase des Erkenntnisgewinns wurde mit Fachexpertinnen und Fachexperten über die einzelnen Themen intensiv diskutiert und sich ausgetauscht. Dadurch wurde eine gemeinsame Basis geschaffen. In der Werkstatt- und Beteiligungsphase wurde die Mitgliederbasis der CDU Baden-Württemberg umfänglich sowohl analog als auch digital in den Arbeits- und Erneuerungsprozess der Partei eingebunden. Zudem wurden zu den Themenschwerpunkten Arbeitsgruppen mit jeweils einer Koordinatorin beziehungsweise einem Koordinator gebildet. Die Ergebnisphase finalisierte den Arbeitsprozess, indem die einzelnen Arbeitsgruppen der Zukunfts-Kommission ihre eigenen Ergebnisse sowie das umfängliche Feedback der Parteimitglieder zur Anfertigung der einzelnen Gruppenarbeitskapitel nutzten und daran anschließend der vollständige Bericht erstellt wurde.



2.2 Phase des Erkenntnisgewinns

In der Phase des Erkenntnisgewinns wurden zu den vier Themenschwerpunkten externe Expertinnen und Experten eingeladen, unter deren Mithilfe die vergangenen als auch bestehenden Herausforderungen und künftige Ziele der Partei fortführend und vertieft analysiert, diskutiert und bearbeitet wurden. Die Sitzungen wurden aufgrund der vorherrschenden Corona-Pandemie mittels digitaler Videoschalten abgehalten:

- 2. Sitzung am 30. November 2021 zum Thema „Wahlanalyse“, Gäste: Reinhard Schlinkert und Stefan Krüger von „Infratest dimap“
- 3. Sitzung am 21. Dezember 2021 zum Thema „Themen und Botschaften“, Gast: Fabian Gramling MdB in seiner Funktion als Vorsitzender eines Landesfachausschusses
- 4. Sitzung am 1. Februar 2022 zum Thema „Kampagnen und Kommunikation“, Gäste: Prof. Dr. Frank Brettschneider von der Uni Hohenheim sowie Juri Schnöller von „Cosmonauts & Kings“
- 5. Sitzung am 22. Februar 2022 zum Thema „Struktur und Organisation“, Gast: Dr. Viola Neu als Leiterin der Abteilung Wahl- und Sozialforschung sowie stellvertretende Leiterin der Hauptabteilung Analyse und Beratung der Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
- 6. Sitzung am 1. März 2022 zum Thema „Beteiligung und Bindung“, Gäste: Sarah Schweizer MdL in ihrer Funktion als Landesmitgliederbeauftragte, Henning Otte MdB als Mitgliederbeauftragter der CDU Deutschlands sowie Frank Niebuhr als Koordinator des Mitgliederservices und der Parteireform der CDU Deutschlands

2.3 Werkstatt- und Beteiligungsphase

In der Werkstatt- und Beteiligungsphase wurden die Parteimitglieder sowohl digital durch den Landesverband als auch in Präsenzveranstaltungen vor Ort in den Kreisverbänden in den Erneuerungsprozess der CDU Baden-Württemberg eingebunden. Dabei fand zu jedem der vier einzelnen Arbeitsgruppenthemen der Zukunfts-

Kommission eine eigene digitale Veranstaltung für alle unsere Parteimitglieder statt. Zudem bestand durchgängig die Möglichkeit für alle Mitglieder, eigene Ideen und Anregungen über ein Online-Beteiligungsformular der Landesgeschäftsstelle unter www.cdu-bw.de/parteiwerkstatt/ einzubringen, die in den weiteren Arbeitsprozess der einzelnen Arbeitsgruppen einfließen.

2.3.1 Sitzungen der Zukunfts-Kommission

- 7. Sitzung als Workshop in Präsenz am 12. März 2022 in Gerlingen zum Thema „Erneuerungsprozess auf Bundes- und Landesebene“, Gäste: Prof. Dr. Mario Voigt als stellvertretender Vorsitzender der Programm- und Grundsatzkommission der CDU Deutschlands sowie Dr. Stefan Hofmann, Landesbeauftragter der Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. und Leiter des Politischen Bildungsforums, als Moderator
- 8. Sitzung am 28. März 2022 zum Thema „Kollaborative Veranstaltungsformate und Hilfsmittel“, Gast: Dr. Stefan Hofmann
- 9. Sitzung am 3. Juni 2022 zum gemeinsamen, internen Austausch hinsichtlich der unterschiedlichen Veranstaltungsformate in den einzelnen Kreisverbänden

2.3.2 Phase der Mitgliederbeteiligung

- Digitaler Kick-Off zum Thema „Mitgliederbeteiligung und -bindung“ am 5. April 2022, Gäste: Parteivorsitzender Minister Thomas Strobl, Generalsekretärin Isabell Huber MdL sowie Isabel Kling, Koordinatorin der Arbeitsgruppe „Beteiligung und Bindung“
- Digitales Format zum Thema „Themen und Botschaften“ am 12. April 2022, Gäste: Generalsekretärin Isabell Huber MdL und Dr. Fabio Crivellari, Koordinator der Arbeitsgruppe „Themen und Botschaften“
- Digitales Format zum Thema „Kampagnen und Kommunikation“ am 26. April 2022, Gäste: Generalsekretärin Isabell Huber MdL und Nicole LaCroix, Koordinatorin der Arbeitsgruppe „Kampagnen und Kommunikation“
- Digitales Format zum Thema „Struktur und Organisation“ am 3. Mai 2022, Gäste: Generalsekretärin Isabell Huber MdL und Christoph Naser, Koordinator der Arbeitsgruppe „Struktur und Organisation“
- Digitales Format am 11. Mai 2022 zur Gesamtheit der Gruppenarbeitsthemen der Zukunfts-Kommission in einer Orts- und Stadtverbandsvorsitzendenkonferenz

2.4 Ergebnisphase

In der Ergebnisphase trugen die einzelnen Arbeitsgruppen ihre jeweiligen Ergebnisse, die Inhalte aus den digitalen Mitmachformaten des Landesverbands, das Feedback und die Rückmeldungen aus den Präsenzveranstaltungen in den einzelnen Kreisverbänden sowie die über das Online-Beteiligungsformular eingebrachten Ideen und Anregungen in Form eines eigenständig zu erstellenden Kapitels zusammen. Die Kapitel beruhen darüber hinaus auf der Grundlage der Informationen aus den Videoschalten mit den Expertinnen und Experten aus der Phase des Erkenntnisgewinns sowie den jeweiligen Arbeitsgruppensitzungen während der Werkstatt- und Beteiligungsphase der Kommissionsarbeit. Dabei bilden die vier Arbeitsgruppenkapitel, neben der vorangestellten Analyse der Ausgangssituation sowie der hier abgebildeten Darstellung des Gesamtarbeitsprozesses der Zukunfts-Kommission den inhaltlichen Kern des Berichts, der gemeinsam beim Workshop am 16. Juli 2022 in Präsenz von den Mitgliedern der Zukunfts-Kommission beschlossen wurde.

Analyseteil

1. Organisatorischer und struktureller Umbruch

Die CDU Baden-Württemberg zeichnet sich durch ihre eng vernetzte und dichte Parteistruktur aus. Mit rund 55.000 Mitgliedern ist die CDU die mit Abstand größte Partei in Baden-Württemberg. Gleichzeitig ist festzustellen, dass der Mitgliederschwund, vor allem demografiebedingt, weiter voranschreitet. Dies ist in starkem Maße auf das Durchschnittsalter der Parteimitglieder zurückzuführen. Der Frauenanteil steigt zwar leicht, jedoch wollen wir hier unsere Bemühungen weiter intensivieren. Darüber hinaus ist in den Gliederungen der Partei vor Ort zu beobachten, dass jahrzehntelang gewachsene Strukturen schwächer werden. Als Mitglieder-Volkspartei stellt diese Entwicklung die Partei vor große Herausforderungen in der Zukunft, die wir kraftvoll anpacken wollen.

In der Corona-Pandemie konnte die Digitalisierung der Parteiarbeit erheblich verbessert werden. Gerade digitale Formate haben sich in den verschiedenen Ebenen der Partei etabliert. Die Veränderungsbereitschaft und -geschwindigkeit machen die enormen Potentiale deutlich, die innerhalb der CDU Baden-Württemberg bestehen. Es ist unser Ziel, die gemachten Fortschritte weiter zu verstetigen und auszubauen.

2. Ergebnisse der letzten Wahlen

Große Verluste erzielte die CDU bei der letzten Bundestagswahl und bei der vergangenen Landtagswahl. In den vergangenen Jahren verlor die CDU vor allem auch auf Landesebene substantiell Wählerstimmen. Die Wahlniederlagen im Doppelwahljahr haben den Handlungsbedarf noch einmal deutlich hervorgehoben.

Die Stimmenverluste bei der Bundestagswahl hatten unter anderem damit zu tun, dass die Wählerinnen und Wähler der CDU keine Lösungskompetenz in zentralen Zukunftsfragen mehr zutrauten. Die CDU verlor Stimmen in allen sozialen Gruppen und konnte weder mit dem Spitzenkandidaten noch mit der Programmatik überzeugen. Besonders schmerzhaft war für die CDU, dass die Kompetenzvermutung im Bereich der Wirtschaftspolitik abgenommen hat. Deutlich wurde auch, dass die CDU bei zentralen Zukunftsfragen, wie der Rente oder der Klimapolitik, keine Antworten geben konnte, die einen Großteil der Wählerinnen und Wähler hätte ansprechen und überzeugen können. Insbesondere bei der jüngeren Wählerschaft ist das Ergebnis keinesfalls zufriedenstellend. Dieser Befund unterstreicht nochmals, dass gerade die Zukunftskompetenz bei der CDU nicht erkennbar war und die jungen Wählerinnen und Wähler nicht erreicht wurden. Ein weiterer wichtiger Aspekt für den Vertrauensverlust der Wählerinnen und Wähler war die Uneinigkeit innerhalb der Union und die Zerstrittenheit innerhalb der CDU. Die Streitigkeiten zwischen CDU und CSU haben im besonderen Maße geschadet.

Bei der letzten Bundestagswahl hat der Prozess zur Kanzlerkandidatur den Wunsch der Parteibasis nach einer besseren Rückkopplung mit den Führungsgremien deutlich gemacht. Generell ist ein höheres Partizipationsbedürfnis bei den Mitgliedern der CDU festzustellen. Vor diesem Hintergrund unterstreichen die Ereignisse im vergangenen Jahr die Wichtigkeit einer Balance zwischen Parteiführung, Mitgliedern und Wählerschaft.

Bei der Landtagswahl verlor die CDU in Baden-Württemberg im Vergleich zur vorhergehenden Wahl weiter an Zustimmung. Die größten Verluste wurden bei den Nichtwählerinnen und Nichtwählern verzeichnet. Viele ehemalige Wählerinnen und Wähler der CDU gingen nicht mehr zur Wahl. Überdurchschnittliche Verluste hatte die CDU auch bei der jüngeren Wählerschaft sowie bei Beamtinnen und Beamten. Eine große Rolle spielte bei der Wahl die Beliebtheit des Amtsinhabers beziehungsweise des Ministerpräsidenten.

3. Miteinander Zukunft machen

Auf Bundes- und Landesebene wurde direkt nach den jeweiligen Wahlen mit Aufarbeitungsprozessen sowie einer Neuorientierung begonnen. Auf Bundesebene hat der Bundesvorsitzende Friedrich Merz den neu aufgelegten Grundsatzprogrammprozess gestartet. Die CDU Baden-Württemberg hatte hierfür die Initiative ergriffen.

Auf Landesebene wurde neben zahlreichen Formaten zur Aufarbeitung die Zukunfts-Kommission ins Leben gerufen, um einen breit angelegten Prozess der Erneuerung durchzuführen. Dabei wurden von Anfang an die Breite der Partei, sowie unterschiedliche interne und externe Experten in den Analyseprozess miteinbezogen, um eine offene Aufarbeitung zu garantieren und die Partei mit neuen Ideen zu neuer Stärke zu führen.

Die CDU begeht seitdem in Bund und Land kontinuierlich den Prozess der Erneuerung. Auf Bundesebene hat sich die CDU als Oppositionskraft erfolgreich etabliert, was sich auch in den derzeit höheren Zustimmungswerten in der Bevölkerung abzeichnet. In Baden-Württemberg zeigt sich nach mehr als einem Jahr Regierungsarbeit, dass sich die gute Arbeit der CDU Baden-Württemberg nach der Landtagswahl auszahlt und die Partei entsprechenden Zuspruch genießt, was sich auch im geschlossenen Auftreten von Partei, Fraktion und Regierung begründet.

Arbeitsgruppe 1: „Themen und Botschaften“

1. Einleitung

Das vorliegende Kapitel ist nicht der Entwurf eines neuen Wahlprogramms. Das obliegt den Vorständen, Landesfachausschüssen, Arbeitskreisen und Arbeitsgruppen, einem Landesparteitag sowie wünschenswerterweise einer Form der Mitgliederbeteiligung.

Vielmehr geht es im Folgenden darum, wie die CDU Baden-Württemberg ihre Themen entwickelt, wovon sie sich dabei leiten lassen sollte und wie dies zu einem Prozess innerhalb der Partei führen kann, der eine stärkere Einbindung und Identifikation der Mitglieder mit der Partei ermöglicht. Dabei war die Überlegung ausschlaggebend, dass Mitglieder, die von der Politik ihrer Partei überzeugt sind und die das Gefühl haben, dass ihre Meinungen in der Partei zählen, am besten andere Menschen dafür begeistern können, die Union zu wählen oder sich dort zu engagieren. Dazu ist es sinnvoll zwischen „Botschaften“ und „Themen“ zu unterscheiden sowie zu klären, wie diese beiden Begriffe zusammenhängen und sich gegenseitig stärken können.

So sind unter „Botschaften“ jene Selbstaussagen der CDU zu verstehen, die Auskunft über unser Selbstverständnis und unsere Haltung geben, die also beschreiben, wofür wir als CDU stehen und wie wir von außen wahrgenommen werden wollen. Botschaften sind mehr als nur Slogans. Sie müssen eine Grundhaltung zu Themen formulieren, womit eine grundsätzliche, aber nicht konkrete Zielorientierung ausgedrückt wird. In Botschaften fließen letztlich Werte, Empfindungen und Überzeugungen ein.

Unter „Themen“ sind sodann die politischen Inhalte zu verstehen, mit denen wir unsere Überzeugungen in politisches Handeln übersetzen möchten und die wir als Angebot an die Wählerinnen und Wähler richten. Bei der Befassung mit politischen Inhalten ist vor allem der sich von anderen Parteien unterscheidbare Lösungsweg von herausragender Bedeutung, auf den die CDU die Bevölkerung „mitnehmen“ will. Denn bei vielen Themenfeldern sind die grundsätzlichen Ziele identisch oder sich nahe, was eine Unterscheidbarkeit beziehungsweise Profilierung deutlich erschwert. Das Ausweichen auf einen Wettbewerb, um bezifferte oder terminierte Ziele, verschafft dann auch in aller Regel keinen Vorteil.

Im Folgenden werden die Schwerpunkte unserer Arbeit nach „Botschaften“ und „Themen“ genauer skizziert, bevor sich an den dargelegten Unterpunkt der Themenfindung ein spezifischer Maßnahmenkatalog anschließt. Dieser offeriert konkrete Vorschläge zur Verbesserung und Erneuerung der Partei und ihrer Arbeitsprozesse, um die CDU Baden-Württemberg zu neuer Stärke zu führen.

2. Herausforderungen – Wo kommen wir her und wo wollen wir hin?

2.1 Botschaften

Im Prozess der Zukunfts-Kommission wurden zentrale Botschaften im Rahmen verschiedener Formate herausgearbeitet. Diese Botschaften spiegeln das Selbstverständnis und gleichzeitig die Erwartungshaltung an die CDU wider. Sie werden als wichtige Orientierung für die Positionierung der CDU wahrgenommen.

Inhaltlich ist dabei besonders auffällig, dass sich die meisten Nennungen bezüglich positiver Selbstaussagen auf Werte oder Eigenschaften beziehen, die sich auch aus dem christlichen Menschenbild ableiten lassen. Der Wunsch, für ein gutes Miteinander einzustehen und dabei Werte wie Nächstenliebe, Solidarität, aber auch Gerechtigkeit und Subsidiarität zu leben und auszustrahlen, ist in zahlreichen Gesprächen und Diskussionen deutlich zu vernehmen.

Die Union baut Brücken. Die CDU soll als Partei gesehen werden, die Menschen unterschiedlicher Lebenslagen und Überzeugungen integrieren kann, welche die gesamte Gesellschaft im Blick hat und welche dafür sorgt, dass jeder Mensch die Chance erhält, sein Leben selbstbestimmt zu gestalten. So lässt sich auf Basis des christlichen

Menschenbildes die Würde des Menschen sowie die Bewahrung der Schöpfung ableiten. Gleichzeitig ist es von zentraler Bedeutung, dass die Freiheit des Menschen in Verantwortung und in Gemeinschaft gelebt werden soll. Die christlich-sozialen, liberalen und konservativen Wurzeln müssen in ihrer Gesamtheit wieder eine wichtigere Rolle im Selbstverständnis der Partei spielen. Gerade in diesen Zeiten können sie handlungsleitend sein und gleichzeitig die notwendige Orientierung geben.

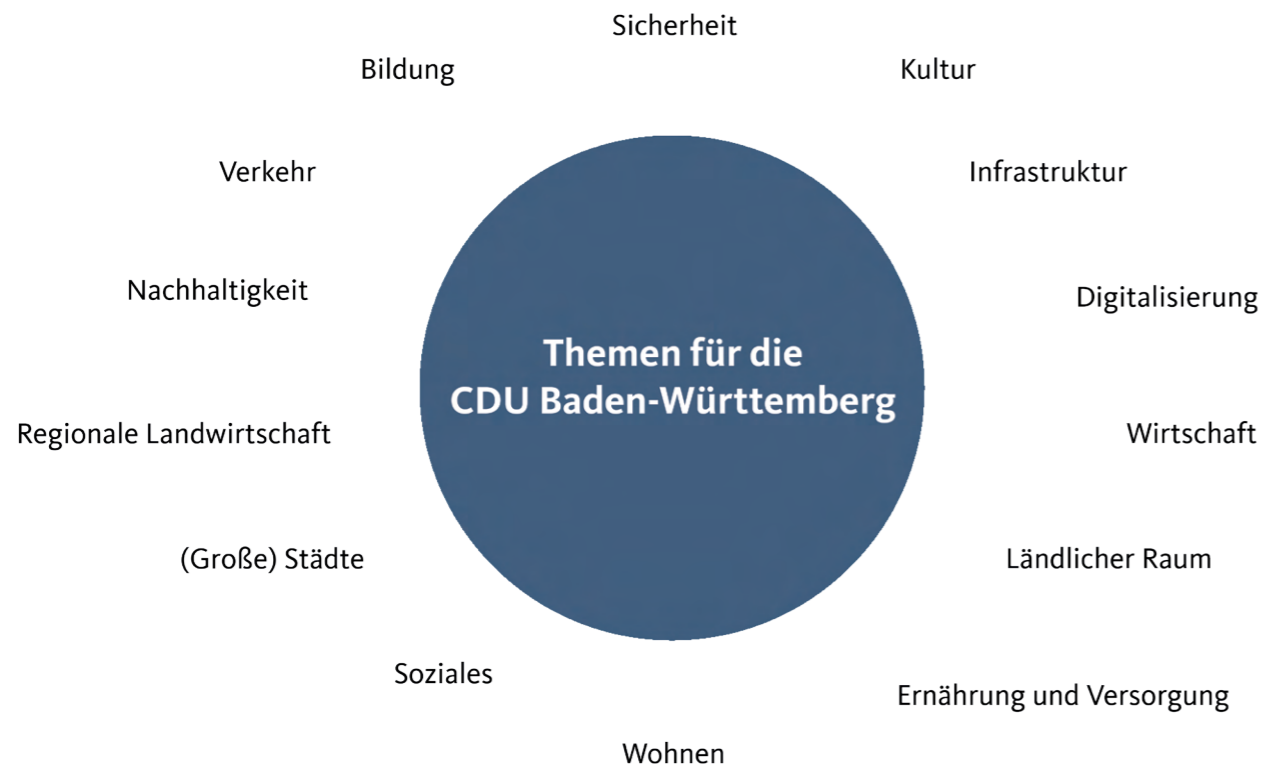
Nicht zuletzt aufgrund dieser Zusammenhänge darf auf keinen Fall auf das „C“ im Parteinamen verzichtet werden, wenngleich die Diskussion darüber, was dies heute und in Zukunft bedeutet, notwendig und fruchtbar erscheint. Neben dem „C“ sollte aber vor dem genannten Hintergrund auch das „U“ im Parteinamen wieder stärkere Beachtung erfahren. Die Stärke der CDU war es stets, vermeintlich gegensätzliche Positionen miteinander in Einklang zu bringen. In ihrer jahrzehntelangen Geschichte hat die schon erwähnte Eigenschaft des Brückenbaus über alle Generationen hinweg die CDU zu einem Integrations- und Zusammenhaltsmotor in und für Deutschland gemacht. Dabei erfordern gerade die aktuellen politischen und gesellschaftlichen Herausforderungen sowie Konfliktlinien mehr Brückenbauer in der Politik.



2.2 Themen

Im Prozess der Zukunfts-Kommission wurden zahlreiche Themen und deren Bedeutung für die CDU auf allen Ebenen diskutiert. Es wird empfohlen, die konkreten Nennungen zur weiteren Bearbeitung an die zuständigen Landesfachausschüsse, Arbeitskreise und Kommissionen weiterzugeben. Die folgende Grafik gibt einen kleinen Eindruck von der Bandbreite der genannten Themenfelder wieder, ohne deren Unterteilungen (wie Familie, Jugend, Frauen, Rente, Gesundheit unter „Soziales“) klar herauszustellen.

Um nun künftige Themen aus Botschaften abzuleiten, wurden folgende Fragen genauer besprochen: Welche Inhalte stehen in enger Beziehung zu unseren Botschaften? Welche Inhalte können mit der CDU im Land Baden-Württemberg besonders verbunden werden?



Geht man davon aus, dass die Union eine Partei ist, die verbindet, liegt es nahe, auch die politischen Themen vernetzt zu denken. Am Beispiel der „Bildung“ als einem spezifisch landespolitischen Thema, lässt sich das Potential vernetzten Denkens gut skizzieren: Zunächst legt Bildung den Grundstein für die Verwirklichung eigenständiger Lebensentwürfe. Sie ist daher ein zentraler Ort früher Chancengerechtigkeit. Schule ist dann auch der Ort von Integration einer vielfältigen Gesellschaft, denn insbesondere in den Grundschulen kommt diese Vielfalt nahezu ungefiltert an. Vielfalt besteht auf zahlreichen Ebenen – derjenigen der Geschlechter, Kulturen, Religionen, Sprachen, körperlichen und geistigen Dispositionen, Leistungen und vielen mehr. Wir wollen Vielfalt nicht nur nivellieren, sondern vielmehr den konstruktiven Umgang damit fördern. Das erfordert integrative und individualisierende Lern-Konzepte.

Ebenso ist festzuhalten, dass viele Jugendliche schon früh ein hohes Maß an Leistungsbereitschaft zeigen. Sie sollen früh erkennen, dass diese Leistungsbereitschaft gefördert wird und entsprechende Anreize dafür erhalten. Gleichzeitig sorgen sich viele Jugendliche um die Zukunft unseres Planeten und um den Erhalt der Schöpfung. Eine Union, die Wirtschaft und Ökologie konsequent zusammendenkt und im Bildungssystem sinnvoll integriert, macht einen richtigen Schritt, um ihr Selbstverständnis als christliche Volkspartei deutlich zu machen.

Auf diese Weise können auch weitere Themen bearbeitet werden, die für unser Selbstverständnis grundlegend sind beziehungsweise dieses deutlich zum Ausdruck bringen. Dabei ist zu fragen, welches unsere Kernthemen

sind: Für welche Inhalte schätzt man die Union als besonders kompetent ein? Für welches Thema wollen wir dies selbst auch sein? Für was werden wir gegebenenfalls auch gewählt? Wo liegen die „aktiven“ oder „reaktiven“, die „Herz-“ oder die „Kopf-Themen“?

Das Beispiel der „Sozialen Marktwirtschaft“ mag dies illustrieren: Die Wirtschaft im Land steht vor der großen Herausforderung, grundlegende Transformationsprozesse zu bearbeiten, wie beispielsweise die Krise der weltweiten Lieferketten, die starke Exportorientierung, die Digitalisierung und – insbesondere in der Automobilindustrie – die Elektrifizierung. Solche Prozesse muss eine Landespartei in den Blick nehmen und sowohl nach den notwendigen Rahmenbedingungen als auch nach den sozialen und ökologischen Konsequenzen fragen. Die Wirtschaft ökologisch und digital zukunftsfähig zu gestalten, muss ein Projekt für die gesamte Breite der Gesellschaft sein. Wir müssen die sozialen und kulturellen Folgen sensibler in den Blick nehmen, als das bei den politischen Mitbewerbern geschieht. Dazu ist der enge Kontakt in die Wirtschaft ebenso wichtig, wie der zu Fachleuten im sozialen und ökologischen Bereich und nicht zuletzt zu den Kommunen, die vor Ort damit umzugehen haben beziehungsweise dies umsetzen.

Eine weitere Klammer kann mit dem Kompetenzfeld „Sicherheit“ gesetzt werden. Über die Themenfelder der „Inneren-“ und „Äußeren Sicherheit“ und den damit einhergehenden Zielen Freiheit, Schutz und Unversehrtheit kann nämlich die Brücke zu einem viele Themen umfassenden Sicherheitsverlangen, beziehungsweise -empfinden gebaut werden: sichere Arbeitsplätze, soziale Sicherungssysteme, sichere Energieversorgung, stabile Währung, Verkehrssicherheit, Katastrophenschutz etc. Insgesamt zeigt sich die Notwendigkeit, Themen vernetzt in ihrer gesamten Komplexität zu diskutieren, um auch die Kompetenzen der Union deutlicher herausstellen zu können.

Neben den genannten Kernthemen sind auch weitere Themen in den Blick zu nehmen. Dazu zählen neben der Nachhaltigkeit in allen Dimensionen unter anderem folgende Themenkomplexe: Alleinerziehende, demografischer Wandel, gesellschaftliche Vielfalt, Digitalisierung, Energieversorgung, frühkindliche Bildung, Generationengerechtigkeit, Jugendliche und Integration. Diese Themen können entweder über die Kernthemen integriert werden (vernetzte Argumentation) oder sie sind gesondert in den Landesfachausschüssen und weiteren Parteigremien zu bearbeiten. Generell ist bei der Befassung mit diesen Themen die inhaltliche Brücke von den Kompetenzfeldern her zu schlagen. Zum Beispiel: Umweltschutz auf der Grundlage wirtschaftlichen und technologischen Verständnisses oder Jugendarbeit als Grundstein für die Zukunftssicherung der Einzelnen und der Gesellschaft. Daran wird deutlich, dass die Hinwendung zu diesen Themen schließlich auch neue politische Botschaften verlangt.

Unter diesen genannten Themen gibt es Spannungsfelder, die innerhalb der CDU umstritten sind und in der Außendarstellung nicht einheitlich kommuniziert werden können. Es versteht sich von selbst, dass eine plurale Partei hier unterschiedliche Perspektiven abbildet, dennoch muss sie in ihrer Zielsetzung zuverlässig sein. Die CDU im Bund und im Land muss gemeinsam mit den Mitgliedern zügig die Themen bearbeiten und klare Haltungen und Lösungen für die jeweiligen Politikfelder entwickeln.

2.3 Themenfindung

Ein erstes konkretes Ergebnis der Zukunfts-Kommission ist, dass die Landesfachausschüsse, Arbeitskreise und Kommissionen neu aufgestellt und teilweise inhaltlich erneuert wurden. Es wird dafür plädiert, die Arbeit der Landesfachausschüsse und Arbeitskreise mitgliedertransparent und möglichst mitgliederoffen zu gestalten. Ihre Sitzungen könnten dann digital für interessierte Mitglieder geöffnet werden. Das muss nicht immer geschehen, denn der Kreis der Expertinnen und Experten soll auch untereinander vertraulich beraten können. Dennoch sollte dies im Sinne größtmöglicher Transparenz und der Beteiligung der Mitglieder regelmäßig angeboten werden.

Das in den Themenwerkstätten der Zukunfts-Kommission sichtbar gewordene Interesse der Mitglieder an Diskussionen ist höchst erfreulich und für alle Beteiligten und die Partei als solche gewinnbringend und motivierend. Es ist zwingend notwendig, dieses Interesse am Austausch in der Partei lebendig zu halten. Dazu muss mit den Mitgliedern weiter ins Gespräch gegangen werden und zwar auf allen Ebenen. Mandatsträgerinnen und Mandatsträger tragen die Verantwortung, die von den Mitgliedern erarbeiteten Impulse in ihre Arbeit in den Parlamenten und Gremien einfließen zu lassen und hierüber in gegebenen Abständen zu berichten.

Der Landesverband hat hier bereits erste Formate erfolgreich umgesetzt.

Zugleich ist die Transparenz weiter zu erhöhen. Mitglieder sollen erfahren können, an welchen Themen ihre Abgeordneten und Landesvorstände aktuell arbeiten, beispielsweise über Newsletter und andere Kommunikationsformen. Dies gilt auch für Themen und Anträge, über die auf Parteitag diskutiert wird. Die entsprechenden Vorlagen könnten bereits vorab allen Mitgliedern zur Verfügung gestellt werden – nicht nur den Delegierten. So könnten Diskussionen bereits vorab an der Basis geführt werden, um diese dann über die Delegierten in die Parteitage zu tragen.

Dieser Prozess rund um die zuvor genannten Botschaften und Themenfelder dient der innerparteilichen Diskussion und Themenfindung. Hier sollte breit und vernetzt diskutiert werden, um die bestmöglichen Argumente untereinander auszutauschen.

Für öffentliche Wahlkampagnen soll eine frühzeitige Fokussierung der Themenbandbreite auf drei oder vier Kernthemen stattfinden, mit denen die CDU Baden-Württemberg identifiziert werden will und die bereits lange vor dem Wahlkampf (zum Beispiel in Themenwochen oder -werkstätten) öffentlich behandelt werden. Diese Themen sind auch nicht in ihrer ganzen Breite auszuführen, sondern in gut transportierbaren und zahlenmäßig überschaubaren Hauptforderungen auszuarbeiten. Durch die vorangegangenen Diskussionsrunden mit den Mitgliedern ist sichergestellt, dass die Argumentationsbasis für diese Kernthemen vorhanden ist und somit vor Ort aktiviert werden kann.

Um dies zum Beispiel im kommenden Landtagswahlkampf gezielt zu nutzen, soll neben einem ausführlicheren Wahlprogramm eine Broschüre mit den auf diese Weise erarbeiteten Kernbotschaften aufgelegt werden. Die Kernbotschaften dienen dann dazu, unsere Zielvorstellungen aus unserer Grundhaltung beziehungsweise unseren Grundüberzeugungen abzuleiten und diese nachvollziehbar und übersichtlich auf den Punkt zu bringen.

3. Handlungsempfehlungen - Maßnahmenkatalog

Die Mitglieder der CDU Baden-Württemberg repräsentieren breite Teile der Bevölkerung und deren Expertise aus zahlreichen Berufen und Lebenslagen. Diese Expertise ist ein großer Schatz, der künftig weiter genutzt und gefördert werden soll. Zugleich ist es Aufgabe der Partei, die politische Willensbildung nach innen und außen zu betreiben. Das bedeutet zum einen, die Mitglieder und deren Expertise stärker einzubinden und zum anderen, den Mitgliedern und einer breiten Öffentlichkeit Angebote zur Information und zum politischen Austausch zu machen.

1. Mitglieder beteiligen: Landesvorstand und Landesgeschäftsstelle werden ermutigt, das Format „CDU direkt“ beizubehalten und weiterzuentwickeln. Mit „CDU direkt“ hat der Landesverband ein Format der unmittelbaren Ansprache und Beteiligung der Mitglieder an politischen Diskussionen gestartet. Vielen Orts- und Kreisverbänden ist die Durchführung solcher Formate nicht ohne Weiteres möglich. Deshalb schlagen wir vor, das Format abwechselnd mit mehreren Kreisverbänden gemeinsam oder auch auf deren Initiative hin durchzuführen, um die Bindung zwischen den Parteiebenen zu stärken. Die Veranstaltungen sollten immer die gesamte Landespartei adressieren.
2. Im Hinblick auf die nächste Landtagswahl sollten zwei Jahre zuvor mittels Regionalkonferenzen die Themenanregungen der Mitglieder in den Prozess der Erstellung des Wahlprogramms einbezogen werden.
3. Themenworkshops anbieten: Innerhalb dieses Formats sollen die in diesem Papier vorgeschlagenen Themen und Botschaften konkret weiter besprochen und weiterentwickelt werden. Ziel ist es, Grundlagen für die weitere inhaltliche Diskussion in die Partei zu tragen und dabei auch die Grundwerte der CDU wieder so anzusprechen, dass sie nicht nur als Floskel, sondern in ihrer inhaltlichen Bedeutung ins breite Bewusstsein rücken. Das kann beispielsweise im Kontext der Diskussion des neuen Grundsatzprogramms der CDU Deutschlands geschehen. Denkbar wäre, dies entweder in Regionalkonferenzen oder rein digital zu organisieren.
4. Landesfachausschüsse öffnen: Landesfachausschüsse, Arbeitskreise und Kommissionen sollen die Expertise der Mitglieder konzentrieren, weshalb sie eine repräsentative Struktur brauchen. Um deren Arbeit transpa-

rent zu halten und auch hier Beteiligungsangebote anzubieten, sollen Landesfachausschüsse, Arbeitskreise und Kommissionen regelmäßig mitgliederoffene Veranstaltungen anbieten, um über ihre aktuellen Themen zu informieren und neue Ideen einzuholen. Als Format bietet sich auch hier „CDU direkt“ an. Es ist auch zu überlegen, ob die Landesfachausschüsse nicht mit einer Doppelspitze aus Mandatsträgerinnen und Mandatsträgern sowie Expertinnen und Experten geleitet werden.

5. Externes Wissen nutzen: Die Arbeit der Zukunfts-Kommission hat gezeigt, dass externe Expertise auch für die Parteiarbeit gewinnbringend sein kann. Deshalb ist es ratsam, regelmäßig diese externe Expertise einzuholen, die insbesondere in komplexen Sachthemen unterstützen und einen Perspektivwechsel ermöglichen kann und soll. Im Parlament ist dies üblich, in der Parteiarbeit kann das noch ausgeweitet werden, insbesondere in der Vorbereitung der nächsten Wahlkampagne und unter breiter Beteiligung der Mitgliedschaft.
6. Antragsdatenbank einführen: Um Willensbildung, politische Diskussion und Transparenz zu fördern, soll eine Antragsdatenbank im Land eingerichtet werden, in der jedes Mitglied und jede Vereinigung unter thematischen Schlagworten sehen kann, welche Anträge auf Bezirks- und Landesparteitagen in den vergangenen Jahren debattiert wurden und wie jeweils darüber entschieden wurde. So kann die eigene Antragsarbeit auf mögliche Redundanzen hin überprüft werden, vor allem aber können Standpunkte, Ideen und Impulse für die eigene Arbeit gewonnen werden.
7. Anträge für Mitglieder: Auch die allgemeinen Anträge der kommenden Parteitage sollen digital an alle Mitglieder versendet oder als Download bereitgestellt werden, sodass vor Ort und mit den Delegierten darüber ins Gespräch gegangen werden kann. Ergänzend dazu sollen Livestreams von den Parteitagen, zumindest auf Landesebene, Standard werden, um auch hier die Mitglieder stärker einbinden zu können.
8. Meinungsbilder einholen: Eine niedrigschwellige und eingängige Form der Beteiligung ist es, Meinungsbilder einzuholen. Landesvorstand und Landesgeschäftsstelle sollten in wichtigen inhaltlichen Fragen die Meinung der breiten Parteibasis unverbindlich über Umfragen erfassen. Dies kann sowohl im Rahmen von „CDU direkt“ geschehen oder mittels entsprechender Tools für Onlinekonferenzen. Diese wurden in den digitalen Themenwerkstätten des Landesverbands bereits sehr gewinnbringend eingesetzt. Alternativ oder ergänzend kann dies auch in eigenständigen Umfragen geschehen.
9. Agenda Setting durch die Mitglieder: Mitglieder sollen über ein noch zu definierendes Quorum Themen auf die Agenda des Landesvorstands setzen können, die dieser dann gegebenenfalls an einen Fachausschuss delegieren kann. Dessen Befassung mit dem beantragten Thema muss dann aber mitgliederoffen geschehen.

Entscheidend bei all diesen Maßnahmen ist, dass die Mitglieder darauf vertrauen können, dass ihre Meinungen und Impulse zählen und dass es sich lohnt, sich inhaltlich einzubringen.

Arbeitsgruppe 2:

„Kampagnen und Kommunikation“

1. Einleitung

Die Anforderungen an moderne Kampagnen und entsprechend einhergehende Kommunikation sind in den letzten Jahren erheblich gestiegen. Dies stellt den Landesverband sowie die Gliederungen der CDU Baden-Württemberg vor große Herausforderungen. Im Kern geht es um die Frage, wie die CDU Baden-Württemberg schlagkräftig und in der Breite der Partei kampagnenfähig sein kann. Hierbei geht es auch darum, die verschiedenen Kanäle und Zielgruppen in einem ganzheitlichen Kommunikationsansatz in den Blick zu nehmen, der auch die modernen Mittel der Direktkommunikation und des Direktmarketings beinhaltet. Dazu gehört ein Datenschutzkonformes Kontaktmanagement. Die verschiedenen Ebenen in der Partei müssen in die Lage versetzt werden, mit den zur Verfügung stehenden Mitteln die Politik der CDU Baden-Württemberg in die Breite vermitteln und kommunizieren zu können.

2. Herausforderungen und erste Lösungsansätze – Wo kommen wir her und wo wollen wir hin?

Bei der Ansprache und Kommunikation der Partei sowie im Hinblick auf die generelle Kampagnenführung sind verschiedene Aspekte nachhaltig zu berücksichtigen:

1. Die Zielgruppenanalyse muss eine Differenzierung nach diversen Charakteristika vornehmen, um präzise und zielgruppengerecht zu sein beziehungsweise durchgeführt werden zu können. Dabei handelt es sich um eine Differenzierung nach Altersgruppen, nach der Zugehörigkeit zu allen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppierungen, der Unterscheidung zwischen Stadt und Land, der Differenzierung nach Interessengruppen sowie einer Unterteilung zwischen internen und externen Akteuren und entsprechenden Kommunikationsformen.
2. Die jeweilige Zielgruppenansprache muss adressatengerecht sein, weshalb Form und Sprache, aber auch die Art der Ansprache gegenüber den entsprechenden Zielgruppen angepasst werden müssen. Gleichfalls muss die jeweilige Ansprache die Menschen dort abholen, wo sie stehen und die entsprechenden Kommunikationskanäle nutzen. Es bedarf emotionaler Botschaften, die unsere Standpunkte einerseits klar erkennbar erscheinen lassen und die andererseits die Menschen überzeugen können. Wo möglich, bedarf es der direkten und verständlichen Sprache. Verklausulierte Texte und Forderungen verhindern nicht nur den eindeutigen Transport unserer Botschaften, sondern sorgen überdies für Desinteresse und mangelnde Identifikation mit unseren Werten. Die Wählerinnen und Wähler müssen eindeutig verstehen, was wir sagen und wofür wir stehen.
3. Die Zielgruppenansprache ist in eine Content Marketing-Strategie einzubetten. Der Auftrag lautet dabei, in einen ständigen Dialog – vor allem über die digitalen Medien – mit den Zielgruppen einzutreten, mehr Präsenz für die Grundüberzeugungen und den Markenkern der CDU zu schaffen und Politik besser erlebbar zu machen (Education + Entertainment = Edutainment). Anstatt nur werblichen Druck in Form von Anzeigen, Bannern oder Werbespots aufzubauen, setzt Content Marketing auf objektive Informationen und nützliche Hilfestellungen zu Sachverhalten mit Langzeitwirkung. Dies schafft die Grundlage für ein positives Image und für politische Plädoyers.
4. Auch im Bereich der internen Kommunikation bedarf es Neuerungen und/oder Verbesserungen. So ist die Kommunikation mit den Gliederungen zu verbessern und deren Vorsitzende in aktuelle Entwicklungen und Strategien einzubinden, um gemeinsame Linien besser abstimmen zu können. Überdies ist das gesamte Potential der Mitglieder in der Partei zu nutzen, da das Wissen unserer Mitglieder das größte Kapital darstellt,

den unsere Partei besitzt. Hierfür benötigt es eine offene, kontroverse, ehrliche, kritische und respektvolle Diskussionskultur, in der die Meinungen der Mitglieder beispielsweise über nicht-bindende Umfragen eingeholt werden können. Auch die Parteimitglieder müssen entsprechend angesprochen und erreicht werden, um bei ihnen Freude und einen Mehrwert der Parteiarbeit zu erzeugen und die Mitglieder der Partei zunehmend und umfangreich zu mobilisieren.

Zudem können interne Projekte und Plattformen bei der Verbesserung der internen Kommunikation helfen: Es ließe sich zum Beispiel eine interne Plattform zum gemeinsamen Austausch zwischen den einzelnen Parteebenen schaffen. Darüber hinaus lassen sich vorhandene Stärken innerhalb der Partei leichter multiplizieren, sofern ein echter Austausch, beziehungsweise verstärktes Netzwerken, durch CDU-Plattformen innerparteilich ermöglicht wird. Bei diesem würde auch eine inkludierte Toolbox oder ein Ideenpool helfen, in welchen sich beispielsweise Presseartikel, Haushaltsreden und ähnliche Schriftstücke wiederfinden ließen.

5. Auch unsere externe Kommunikation bietet Raum für Verbesserungen. So bedarf es auch hier einer authentischen und glaubhaften Kommunikation, welche Themen identifiziert und anspricht, die Menschen umtreiben. Durch die Nutzung kluger und eigener Begrifflichkeiten, die bestenfalls positiv belegt sind, lassen sich in Debatten eigene Themen, Standpunkte und Positivbotschaften setzen und kommunizieren. Wir plädieren dafür, im Austausch genau zuzuhören, Input zuzulassen und politische Ideen als mögliche Optionen anstatt als Forderung zu kommunizieren. Der offene Umgang mit den Wählerinnen und Wählern erlaubt so auch einen offenen Zugang auf ebenjene.

Darüber hinaus sollte aus Fehlern gelernt und der Umgang mit Krisen verbessert werden. Denkbar wäre es, zu diesem Zweck zentrale Mediatoren auszubilden, welche den Kreisverbänden zur Unterstützung zur Verfügung stehen. Für ein einheitliches, klares und verständliches Auftreten bedarf es zudem innerparteilicher Disziplin, einer gemeinsam abgestimmten Außendarstellung sowie gegebenenfalls der Aufstellung von einheitlichen Sprachregelungen. Intern lässt sich ehrlich und kritisch über Themen diskutieren. Ist jedoch eine Parteiposition im Konsens gefunden worden, gilt es die Parteiposition auch geschlossen nach außen zu vertreten. Letztlich sollte die Partei offensiver kommunizieren und auch positive Entwicklungen eindeutig darstellen. So wäre mehr öffentliche Berichterstattung über die konstruktiven Arbeitsprozesse der Erneuerung der Landespartei (zum Beispiel über die Arbeit der Landesfachausschüsse, der Zukunfts-Kommission oder den Digitalveranstaltungen, wie „CDU direkt“, etc.) durchaus wünschenswert und im Sinne der Partei und ihrer Mitglieder. Diese Möglichkeiten zur Partizipation fördern die Lust auf die Partei und die Lust auf Mitwirkung in der Partei generell.

6. Insgesamt bedarf es einer ganzheitlichen Kommunikation, die vollumfänglich und vernetzt gedacht wird. Das heißt im Hinblick auf die Kommunikationskanäle der Partei, dass die CDU Baden-Württemberg die digitale Transformation der Partei vollständig umsetzen und einzelne Kanäle umfassend besetzen sollte. Hierzu zählen die sozialen Medien wie Facebook, Twitter, Instagram oder TikTok ebenso wie eigene YouTube-Kanäle und eine Kooperation mit den Kreisverbänden, um höhere Reichweiten zu erzielen. Eine weitere Idee wäre ein CDU Baden-Württemberg TV-Sender. Zudem bedarf es niederschwelliger Angebote für Nicht-Mitglieder, wie zum Beispiel Streaming-Angebote oder offene Hybridveranstaltungen.
7. Darüber hinaus müssen Eisbrecher-Formate entwickelt und umgesetzt werden. Auch sollten ungewöhnliche Wege gegangen werden, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und den vorpolitischen Raum wieder mehr zu besetzen. Hierzu zählen Sportstätten, Glaubenshäuser verschiedener Religionen, die Natur, Familienorte wie Spielplätze, Zoos und noch vieles mehr. Auch sind beispielsweise Poetry-Slams als Diskussionsorte und Kultur jüngerer Generationen denkbar.
8. Das Corporate Design, beziehungsweise das Erscheinungsbild der Partei, sollte überzeugend, stimmig und einheitlich sein. Hierzu zählen Logos, Webseiten, Drucksachen oder auch Diagramme als CDU-Bild- und Grafikdienst (beispielsweise für Pressemitteilungen und Websites).
9. Auch medial müssen einige Punkte erneuert oder neugedacht werden. Hierzu zählen die Abklärung des Fortgangs mit „Union intern“ oder die Verwendung unterschiedlicher Medien für unterschiedliche Zielgruppen. Außerdem bedarf es weiterer Elemente beim Bilder- und Grafikservice für die Kreisverbände. Des Weiteren sollte ein internes Wiki aufgebaut werden.

10. Moderne Veranstaltungsformate der Partei müssen überdies zum jeweiligen Kontext passen, bestenfalls positive Bilder in verschiedenen Medien erzeugen und ordentlich im Vorfeld beworben werden. Sie sollten themen- und nicht ausschließlich personenbezogen sein. Dabei lässt sich aus einer Vielzahl verschiedener Veranstaltungsmöglichkeiten schöpfen. Hierzu zählen soziale, kulturelle und gemeinnützige Zwecke, caritative Veranstaltungen, Pilotprojekte und Best-Practice-Beispiele. Wichtig ist, wo möglich, Kooperationspartnerinnen und -partner zu finden, Multiplikatoren zu nutzen, positive Bilder für die Partei zu erzeugen und die jeweiligen Ergebnisse mit der Landesebene rückzukoppeln (Best-Practice-Beispiele). Die Einführung eines Rednerservices könnte bei der Gewinnung geeigneter Expertinnen und Experten helfen. Zudem lassen sich die Daten der Teilnehmenden aufnehmen und gewinnbringend für die Partei weiterverwenden.
11. Unter der Kommunikation über „Markenbotschafter“ versteht die Arbeitsgruppe unter anderem die Gewinnung von Multiplikatoren im Freundeskreis, in Schulen, Vereinen, Kirchen, etc., die der Partei in verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen als Markenbotschafter dienen können. Dafür ist es auch wichtig, noch mehr Chancen der Mitwirkung für neue Parteimitglieder zu schaffen und Talente zu fördern, zum Beispiel durch Einbindung in oder Übertragung von temporären Projekten (inklusive Kooptation im Vorstand). Auf diesem Wege können wir noch besser Kandidatinnen und Kandidaten für die CDU Baden-Württemberg gewinnen. Unterstützende Faktoren für die Partei und ihre Kandidatinnen und Kandidaten sehen wir bei der Bereitstellung von Rhetorikschulungen, ein verbessertes Informationsangebot und der Definition eines Ehrenkodex.
12. Hinsichtlich der Wahlkampfplanung und etwaiger Wahlkampfstrategien gibt es folgende Ideen:
 - i) Es sollten bevorzugt Kommunikationsagenturen und bei Bedarf ergänzend Werbeagenturen beauftragt und von der Partei begleitet werden;
 - ii) Die Bereitstellung eines Kommunikationscoachs für Mandatsträgerinnen und Mandatsträger beziehungsweise Kandidatinnen und Kandidaten der Partei wird als nützlich erachtet;
 - iii) Kompetenzthemen im heißen Wahlkampf sollten klar besetzt sein;
 - iv) Best-Practice-Beispiele aus der Historie könnten aufgezeigt werden;
 - v) Politische Gegner sollen in die Defensive getrieben werden;
 - vi) In der Opposition (im Bund) ist es möglich, klare Standpunkte der Partei zu vermitteln – auch im Land sollten Standpunkte klar kommuniziert werden.
13. Bezüglich konkreter Kampagnen ist besonders festzuhalten, dass die Kampagnenführung nicht ausschließlich auf Wahlzeitpunkte fokussiert sein darf, sondern dass es permanenter Kampagnen bedarf. Dadurch lässt sich verdeutlichen, dass wir uns als Partei permanent um die Themen der Menschen im Land kümmern und uns auch abseits von Wahlzeiten noch mehr für ihre konkreten Alltagsprobleme und Sorgen einsetzen. Zu organisieren sind jährlich landesweite Themenwochen mit gleichen Botschaften. Die gewählten Themen sollten aus Kompetenz- und Defizitthemen abgeleitet werden und sich idealerweise im vorpolitischen Raum abspielen.
14. Für die Außenwirkung und das Image der Partei ist es wichtig:
 - i) Sich proaktiv und nicht defensiv zu verhalten, um Geschehnissen nicht nur hinterherzulaufen;
 - ii) Strahlkraft, Ausstrahlung und Herz zu haben, zu zeigen und zu vermitteln;
 - iii) Die eigenen Standpunkte positiv zu kommunizieren;
 - iv) Eine gute Atmosphäre in den Veranstaltungen zu schaffen;
 - v) Soziale Kontakte durch Parteiarbeit zu erzeugen und zu pflegen;
 - vi) Ziele klar zu definieren;
 - vii) Zu klären, wie der Herausforderung des Einflusses der Presse auf die Außenwirkung der Partei und ihrer Arbeit zu begegnen ist.

3. Handlungsempfehlungen - Maßnahmenkatalog

Die CDU soll starke Volkspartei bleiben. Dies wird uns nur gelingen, wenn wir unsere Botschaften und Themen an die Mitglieder und Wählerinnen und Wähler klar und verständlich kommunizieren. Zugleich ist auch die „Marke CDU Baden-Württemberg“ stets aufs Neue in den Mittelpunkt zu rücken durch authentische, glaubhafte Themen- und Imagekampagnen auf der Grundlage einer ganzheitlich verstandenen Kommunikation. Der respektvolle Umgang mit- und untereinander auf Augenhöhe ist dabei der Schlüssel, die Partei in eine gute Zukunft zu führen. Zur weiteren Umsetzung der angestrebten und dargelegten Ziele werden weitere, eindeutige Maßnahmen benötigt, die der Erneuerung der Partei und der generellen Parteiarbeit zuträglich sind. Hierbei sehen wir folgende Möglichkeiten, deren Umsetzung wir aus den genannten Gründen empfehlen:

3.1 Kurzfristige Maßnahmen

1. Die vier Themenbereiche der Zukunfts-Kommission sollten als ständige Arbeitskreise im Landesvorstand installiert werden, vor allem der Bereich der Kampagnen und Kommunikation.
2. Die Beauftragung einer Kommunikationsagentur unter Einbeziehung des Arbeitskreises erscheint als sinnvoll und notwendig. Dadurch lassen sich
 - i) Ganzheitliche Kommunikationskonzepte entwickeln, welche die Marke „CDU“ für alle Altersgruppen und Bevölkerungsschichten verständlich und ansprechend darstellen;
 - ii) Moderne, logisch stringente Kampagnen erzeugen;
 - iii) Imagekampagnen starten und begleiten sowie
 - iv) Ein neues Corporate Design aufbauen.
3. Zum Austausch der Kreisverbände sowie der Stadt- und Ortsverbände wird die Einrichtung einer Plattform als Ideenpool und „Werkzeugkasten“ empfohlen.
4. Mittels Umfragetools sollte die breite Parteibasis fortführend in die Parteiarbeit miteinbezogen werden.
5. Die Kompetenzen und Befähigungen der Parteimitglieder sollten, wie die Mitglieder selbst, als Ideengeber oder als „Markenbotschafter“ der Partei genutzt werden.
6. Kurzfilme sollten unter Einbeziehung und Darstellung der Basis die Qualität und das Know-how der CDU und ihrer Mitglieder aufzeigen.
7. In Bezug auf Rechtsthemen oder dem Formulieren von kritischen Pressemitteilungen bedarf es eines verbesserten Service für die Kreisverbände in Krisenfällen.

3.2 Mittelfristige Maßnahmen

1. Sämtliche Orts- und Kreisverbände sollen im Themenfeld der Kommunikation umfänglich geschult werden.
2. Die modernen Zeiten, in denen wir leben, erfordern die Entwicklung einer gut funktionierenden CDU-App:
 - i) Alle Veranstaltungen unserer Orts- und Kreisverbände in Baden-Württemberg sollten über diesen zentralen Dienst angezeigt werden und über eine Suchfunktion nach Themen auffindbar sein;
 - ii) Es bedarf konkreter, einfach anwendbarer Feedback- und Umfragefunktionen;
 - iii) Gleichfalls sollte es mittels Suchfunktion möglich sein, passende Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner für Bürgerinnen und Bürger (themen- oder funktionsbezogen) zu finden;
 - iv) Ein schneller Zugriff auf Themen und Argumentationslinien der CDU sollte geschaffen werden;
 - v) Die Möglichkeit der schnelleren Kommunikation in Bezug auf Anregungen und möglicher Mitwirkung von Mitgliedern ließe sich zudem einfach etablieren;
 - vi) Ebenfalls denkbar wäre die Vereinfachung der Antragsstellung durch ein inkludiertes Antragstool mit Unterstützungsfunktionen von Mitgliedern;
 - vii) Zudem ließen sich Beschlüsse der CDU direkt und übersichtlich finden sowie besser kommunizieren.

3.3 Langfristige Maßnahmen

1. Die Landesgeschäftsstelle sollte mit einem größeren Fokus auf das Serviceangebot für die Kreisverbände und Mitglieder ausgebaut werden.
2. Die CDU Baden-Württemberg kann als Pilotlandesverband für einen modernen Landesverband der CDU Deutschlands gelten und eigene erfolgreiche Ideen auf die CDU Deutschlands übertragen.
3. Synergieeffekte sollen mit anderen Landesverbänden erzielt und sowohl sinnvoll als auch zielführend genutzt werden.

Kommunikationsstrategien und Kampagnen wirken besonders, wenn wir als CDU tagtäglich glaubhaft sind: geschlossen und innovativ, ehrlich und interessiert. Slogans und Botschaften werden gelebt.

Arbeitsgruppe 3: „Struktur und Organisation“

1. Einleitung

Die moderne Parteiarbeit steht in der heutigen Zeit vor enormen strukturellen und organisatorischen Herausforderungen. Aus struktureller und organisatorischer Sicht haben sich daher viele verschiedene Fragestellungen ergeben, deren Analyse und Beantwortung für den Erneuerungsprozess der Partei notwendig sowie für die künftige Parteiarbeit zuträglich sind: Wie sehen agilere, einfachere und zeitgemäße Organisationsformen der Parteiarbeit aus? Sind die Tätigkeitsprofile der unterschiedlichen Ebenen und Gliederungen der Partei zielgenau aufeinander abgestimmt? Werden Ressourcen effizient verwendet, sodass sie den politischen Erfolg der Partei vor Ort und in der Fläche ermöglichen?

Um diesen und weiteren Fragen nachgehen zu können, wurden drei Unterthemen zur genaueren Betrachtung definiert. Hierbei handelt es sich um:

1. Services, Hilfestellungen und Dienstleistungen der Partei;
2. Strukturen, Aufgaben und Ziele der verschiedenen Ebenen, Gremien und Gliederungen der Partei und
3. Die Finanzierung sowie die Mitgliederrekrutierung, -struktur und das Mitgliedermanagement der Partei.

Die aufgeführten Unterpunkte werden im folgenden Verlauf des Arbeitskapitels genauer beleuchtet und entsprechende kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen zur Professionalisierung und Optimierung der Parteiarbeit dargelegt. Zunächst gilt es jedoch darzustellen, welche strukturellen Herausforderungen für die Partei maßgeblich sind, um darauf aufbauend eine organisatorische Zielperspektive für die CDU Baden-Württemberg zu entwickeln.

2. Herausforderungen – Wo kommen wir her und wo wollen wir hin?

Herausforderungen in struktureller Hinsicht ergeben sich daraus, dass die CDU generell, so auch die CDU Baden-Württemberg, deutschlandweit Mitglieder verliert und ehrenamtlichen Strukturen in der Fläche schwerer zu erhalten sind. Zeitgleich sinken die finanziellen Ressourcen für das hauptamtliche Personal auch aufgrund der letzten Wahlergebnisse. Diesen und weiteren Entwicklungen muss der Erneuerungsprozess der Partei in organisatorischer und struktureller Hinsicht Rechnung tragen. Sinn und Zweck jeder einzelnen Struktur der Partei kann dabei nicht die Struktur selbst sein, da jede Struktur darauf ausgelegt sein muss, politische Willensbildung effektiv zu ermöglichen und Arbeitsprozesse innerhalb der Partei möglichst optimal zu gestalten.

In diesem Zusammenhang war es eine besondere Herausforderung, nicht von der vorhandenen Struktur, sondern vom politischen Angebot und vom Erfolg in der Fläche her zu denken. Daraus ergibt sich, dass die Organisationsform vor Ort bei den Bürgerinnen und Bürgern Sichtbarkeit, Aktivität und ein inhaltliches Profil erzeugen muss, um so Wahlerfolge für die CDU Baden-Württemberg in der Fläche zu ermöglichen. Lokale Sichtbarkeit, die damit verbundene Aktivierung von ehrenamtlichem und politischem Potenzial sowie gewonnene Wahlen sind wünschenswert und gelten unter anderem als Gradmesser dafür, ob die vorhandenen Parteistrukturen ihren Sinn und Zweck effektiv erfüllen. Ziel der Partei muss es daher sein, innerparteiliche Prozesse und Strukturen zu optimieren, die Sichtbarkeit der Partei und ihrer Kandidatinnen und Kandidaten zu erhöhen und die Parteiarbeit sowohl effektiv als auch effizient zu gestalten.

3. Handlungsempfehlungen – Maßnahmenkatalog

3.1 Services, Hilfestellungen und Dienstleistungen der Partei

Gerade im Hinblick auf die verschiedenen Dienstleistungen der Partei wurden Vorschläge erarbeitet, die der künftigen Parteiarbeit zuträglich sein können. Diese werden im Folgenden skizziert.

3.1.1 Kurzfristige Maßnahmen

1. In regelmäßigen Kreisvorsitzendenkonferenzen mit der Parteispitze sollen aktuelle Entwicklungen und Parteipositionen besprochen werden und Rückmeldungen von der Basis an die Parteispitze herangetragen werden. Von der innerparteilichen Rückkopplung profitieren alle Ebenen der Partei und es wird mehr Verständnis für die jeweiligen Positionen und/oder Prozesse geschaffen.
2. Ein allgemeines und Baden-Württemberg weites Printmedium soll es auch in Zukunft geben. Eine finanzierbare Lösung sollte diesbezüglich erörtert werden: Gegebenenfalls könnte eine Ausgabe mit Jahresrückblick am Jahresende zu erwägen sein.
3. Berichte über Veranstaltungen im Kreisverband sollen über die Kreisgeschäftsstellen an alle jeweiligen Ortsverbände weitergegeben werden, damit die Ebenen vor Ort mit den Texten – etwa mit Blick auf die Gemeindeboten – weiterarbeiten können.

3.1.2 Mittelfristige Maßnahmen

1. Wir als CDU Baden-Württemberg sind Kommunalpartei und wollen auch in Zukunft die Kommunalpolitik im Land inhaltlich und personell wieder stärker prägen. Für die politisch Aktiven in der Fläche braucht es daher eine stärker organisierte Unterstützung. Folgende Vorschläge erachten wir dabei als hilfreich und zielführend:
 - i) Es braucht einen aktiveren und fokussierten Austausch über anstehende Wahlen und aussichtsreiche Kandidatinnen und Kandidaten sowie deren Vermittlung. Für ein funktionierendes Personal-Recruiting für beispielsweise Bürgermeister- oder Oberbürgermeisterwahlen braucht es im besten Fall in der Landesgeschäftsstelle eine hauptamtliche Kraft (Kommunalbüro) oder einen festen Ansprechpartner;
 - ii) Erfolgreiche kommunalpolitische Initiativen wollen wir auch anderen Mitgliedern innerhalb der Partei zur Verfügung stellen. Für gute Initiativen und Anträge braucht es daher eine digitale Austauschbörse;
 - iii) In Abstimmung mit der CDU-Landesgruppe Baden-Württemberg im Deutschen Bundestag sowie der CDU-Landtagsfraktion in Stuttgart bedarf es schneller und durch die Landesgeschäftsstelle erstellter, landesweit aufbereiteter Handreichungen für die Mandatsträgerinnen und Mandatsträger in kommunalen Parlamenten. Dies sollte in Abstimmung mit dem Kommunalbüro des Konrad-Adenauer-Hauses in Berlin passieren;
 - iv) Zu aktuellen Themen könnten den Vorsitzenden in den Orts-, Stadt- und Kreisverbänden Musterreden oder Stichwortzettel zur Verfügung gestellt werden;
 - v) In Zukunft werden hybride Veranstaltungsformate weiter an Bedeutung zunehmen. Pro Bezirksverband soll daher ein Streaming-Paket zur Verfügung stehen, das die jeweiligen Orts-, Stadt- und Kreisverbände für Veranstaltungen oder Gremiensitzungen und Parteitage nutzen können.
2. Wir wollen nicht das Ehrenamt zentralisieren, sondern einzelne Arbeitsbereiche professionalisieren, sodass den Ehrenamtlichen wieder mehr Zeit für ihre Arbeit zukommt.
3. Das Finanzmanagement sollte zentral angeboten werden: Die Suche nach ehrenamtlichen Schatzmeisterinnen und Schatzmeistern ist häufig schwierig und der mit dem Ehrenamt des Schatzmeisters verbundene formale Aufwand ist groß. Der individuelle Einkauf von Expertise pro CDU-Verband ist darüber hinaus in der Summe sehr kostspielig. Kleinere Verbände dürften Hilfe bei der Erstellung von Haushalten, der Buchhaltung sowie des Rechnungswesens gerne annehmen. Eine Lösung könnte ein einfach zu bedienendes, zentrales Buchungssystem sein, über das auch rechtliche Erläuterungen, Webinare und Tutorials abrufbar sind. Das Programm sollte Fehler in der Buchhaltung erkennen und verhindern.

4. Es bedarf weiterer Hilfen bei der Veranstaltungsorganisation: Für manche Verbände ist es schwer, innovative Formate zu entwickeln und breitenwirksame Veranstaltungen zu organisieren. Auch bei einfachen Formaten ist Unterstützung etwa bei der Anzeigenerstellung hilfreich.
5. Die Mitgliederverwaltung muss optimiert werden. Die bisherige Praxis und die Qualität der Daten in der zentralen Mitgliederdatei (ZMD) sind ständig zu aktualisieren. Gegebenenfalls wäre es sinnvoll, die Mitgliederverwaltung an einem zentralen Ort vorzunehmen.

3.1.3 Langfristige Maßnahmen

1. Die bestehenden Online-Tools wie die CDU-App oder das CDU-Plus sind vielen Mitgliedern unbekannt oder von vielen Mitgliedern wird durch einen Mangel an Strukturiertheit der Seite kein Mehrwert darin gesehen. Nach dem Vorbild des „CSU Cockpits“ sollte sich der CDU-Landesverband Baden-Württemberg für eine integrierte Plattform einsetzen, welche die Vorteile eines sozialen Mediums für die Parteiarbeit nutzbar macht. Dies umfasst Angebote der Datenpflege, Mitgliederkommunikation und in erster Linie Zugang zu Services wie Flyer-, Mitgliederzeitungs- und Plakaterstellung, aber auch der Nutzung eines Buchhaltungssystems, Informationsmanagements etc.
2. Wenn sich Mitglieder zu Wort melden, sollte eine möglichst zeitnahe Rückmeldung erfolgen. Integriert in ein umfassendes Online-Tool braucht es daher eine zentrale Möglichkeit, Kritik zu äußern und zu bestehenden Services Feedback zu geben.
3. Die Beschlüsse der Zukunfts-Kommission sollten nachgehalten werden. Hierbei geht es darum, die Arbeitsfortschritte der Maßnahmenumsetzung im Blick zu behalten. Die Mitglieder der Zukunfts-Kommission könnten auch in Zukunft in regelmäßigen Abständen eingebunden beziehungsweise informiert werden.

3.2 Strukturen, Aufgaben und Ziele der verschiedenen Ebenen, Gremien und Gliederungen der Partei

In den Beratungen der Zukunfts-Kommission wurde festgestellt, dass die Binnenstruktur der Gliederungen der CDU Baden-Württemberg historisch gewachsen ist, jedoch aufgrund der sich verändernden Begebenheiten unter Anpassungsdruck steht. Eine erste Fragestellung ist, inwieweit administrative, strukturelle und organisatorische Prozesse neu gedacht beziehungsweise ausgerichtet werden müssen. Wenn die Kernarbeit einer Partei die politische Willensbildung der Menschen vor Ort ist, muss jede übergeordnete Ebene diesem Zweck dienen: Wie wird ein Mensch vor Ort für die CDU gewonnen? Daraus ergeben sich weitere, folgende Gedanken und Fragen: Welche Arbeit muss im Sinne dieses Ziels auf welcher Ebene getan werden ohne Ressourcen zu verschwenden? Auf welcher Ebene werden politische Inhalte generiert? Wo wird verwaltet? Was leistet Ehren- und was Hauptamt? Wichtig ist bei allen Überlegungen der Gedanke der Selbstverantwortung: Kann ein Verband bestimmte Tätigkeiten selbst tragen, soll es keinen Zwang zur Vereinheitlichung oder Zentralisierung geben. Spricht viel dafür, dass Funktionen gebündelt auf anderer Ebene besser, schneller oder günstiger erfüllt werden können, sind entsprechende Angebote zu entwickeln.

3.2.1 Kurzfristige Maßnahmen

1. Ebene der Kreisverbände: Die Orts-, Stadt- und Kreisverbände sind die erste Ebene, auf der hauptamtliche Kräfte arbeiten. Die CDU soll auch weiterhin in der Fläche professionell organisiert sein. Kreisverbände bringen die Orts- und Stadtverbände zusammen und üben ihnen gegenüber in einigen Punkten (zum Beispiel bei der Kassenführung) eine wichtige Unterstützungs-, Beratungs- und Aufsichtsfunktion aus. Der jeweilige Kreisverband koordiniert die Zusammenarbeit der Fraktionen vor Ort und unterstützt bei Wahlkampfmanagement sowie Veranstaltungsplanung. Hier geschieht politische Meinungsbildung auf der Ebene der Kreistage. Wünschenswert wäre:
 - i) Ein gemeinsamer Terminkalender aller Verbände innerhalb eines Kreisverbands;
 - ii) Die Unterstützung kleinerer Kreisverbände durch beispielsweise einen fairen Ressourcenausgleich zur Wahrnehmung ihrer originären Tätigkeiten. Das gilt auch für Kreisverbände ohne Mandatsträgerinnen und -träger auf Landes- oder Bundesebene;
 - iii) Die Kreisverbände sollen regelmäßig digitale Teilnahmemöglichkeiten bei Veranstaltungen und Sitzun-

- gen ermöglichen, um die Parteiarbeit mit Berufstätigkeit und Familienleben besser vereinbar zu machen;
- iv) Eine Begrenzung der Sitzungszeiten ist im Sinne der besseren Vereinbarkeit der Parteiarbeit mit Beruf und Familie ebenfalls zu prüfen;
- v) Auf Kreisparteitagen soll Kinderbetreuung angeboten werden.

2. Ebene der Bezirksverbände: Der Bezirksverband dient als wichtiges Willensbildungsorgan gegenüber übergeordneten Ebenen. Er koordiniert die Arbeit der Kreisverbände im jeweiligen Bezirksverband und sollte den Ressourcenausgleich zwischen stärkeren und schwächeren Kreisverbänden organisieren.

Zur Funktion und zum Aufgabenspektrum der Bezirksverbände wurden im Rahmen der Zukunfts-Kommission folgende Anregungen geäußert:

- i) Bezirksfachausschüsse sollen stärker für interessierte Mitglieder sowie Fachleute aus der jeweiligen Region geöffnet werden;
 - ii) Bezirksfachausschüsse brauchen zudem konkrete Arbeitsaufträge für die Erarbeitung von Anträgen auf Landesparteitagen. Ihre Arbeit ist einerseits stärker einzufordern und andererseits stärker in die Öffentlichkeit zu kommunizieren;
 - iii) In den Rückmeldungen der Kreis-, Stadt- und Ortsverbände wurde im Laufe des Prozesses der Zukunfts-Kommission die Rolle der Bezirksverbände sowohl quantitativ als auch qualitativ stark und bisweilen kritisch thematisiert. Die Diskussion zur Zukunft und zur Funktion der Bezirksverbände sollte auch deshalb weitergeführt und intensiviert werden. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Bezirksverbände in einem organisatorischen Gesamtgefüge eingebettet sind, das betrachtet werden muss.
3. Ebene des Landesverbands: Der Landesverband vereint und koordiniert die politische, inhaltliche und organisatorische Arbeit der CDU Baden-Württemberg. Auf Landesebene werden die Wahlkämpfe federführend organisiert und zentrale inhaltliche Formate, Schulungen sowie Vernetzungsformate angeboten. Die Landesgeschäftsstelle sollte für die Bündelung der Inhalte, die aus den Ebenen der EU, des Bundes, des Landes und aus den Kommunen kommen sowie zu deren Transport an die richtigen Stellen der Partei verantwortlich sein.
 4. Vereinigungen: Die Vereinigungen haben die Funktion, die CDU im vorpolitischen Raum in ihren Zielgruppen zu verankern und gleichzeitig das Profil der CDU als Volkspartei zu schärfen. Es gilt zu diskutieren, wie aktuelle Megatrends, wie beispielsweise die Themenfelder der Klima- oder Digitalpolitik, dabei hinreichend abgebildet werden. Es bedarf daher einer Diskussion über eine Präzisierung der Aufgabenbeschreibung der Vereinigungen.
 5. Gremien: Die Struktur der Landesfachausschüsse entlang der Ministerien ist sinnvoll. Die Bildung von ad-hoc-Fachausschüssen zu inhaltlichen und/oder zeitlich begrenzten Themen sollte nichtsdestotrotz niederschwelliger und schneller möglich sein.
 - i) Die Landesfachausschüsse sollen konkrete Arbeitsaufträge durch den Landesvorstand erhalten;
 - ii) Die Berufungsdauer von fünf Jahren ist aus Sicht der Arbeitsgruppe zu lang. Zwei Optionen wurden deshalb diskutiert: Einerseits könnte über eine Neubesetzung der Hälfte der Mitglieder nach zweieinhalb Jahren nachgedacht werden, andererseits ist eine rollierende Neubesetzung, wobei sich die Besetzung an der jeweiligen Amtszeit des benennenden Gremiums orientiert, denkbar;
 - iii) Die neue Möglichkeit der Direktbewerbung als CDU-Mitglied ist sinnvoll und sollte auch zukünftig beibehalten werden. Es braucht darüber hinaus auch die Einbindung derjenigen, die sich erfolglos auf die LFA-Mitgliedschaft beworben haben. Hierfür müssen Formate geschaffen werden;
 - iv) Härtere und auf Verbindlichkeit abzielende Kriterien zur Mitgliedschaft sind sinnvoll und sollten etabliert werden, um das effektive Arbeiten der einzelnen Gremien zu gewährleisten.

3.2.2 Mittel- und langfristige Maßnahmen

1. Ebene der Orts- und Stadtverbände:
 - i) Orts- und Stadtverbands-Neugründungen sollen weiter forciert werden. Die Präsenz in der Fläche ist und bleibt auch mit kleineren Verbänden wichtig;
 - ii) Es bedarf, wie bereits angeklungen, einer Entlastung der kleineren Ebenen, beispielsweise durch das Angebot der zentralisierten Kassenführung;
 - iii) Es braucht regelmäßige, digitale Austauschformate mit Orts- und Stadtverbandsvorsitzenden und der Parteispitze.
2. Ebene der Kreis- und Bezirksverbände:
 - i) Ziel sollte es bleiben, dass jeder CDU-Kreisverband über eine hauptamtliche Kreisgeschäftsführung verfügt;
 - ii) Wir empfehlen, die Anstellungsstrukturen innerhalb der CDU Baden-Württemberg zu prüfen, wodurch sich möglicherweise Karrierewege sowie Personalentwicklungschancen eröffnen sowie eine einheitliche Bezahlung und einheitliche Standards;
 - iii) Sinnvoll wären Leitlinien für eine Mindestausstattung der Kreisgeschäftsstellen und eines Mehrbedarfs für größere Verbände;
 - iv) Projektarbeit sollte vor allem auch auf Ebene der Kreisverbände besser gefördert werden. Hierzu sollten Strukturen vor Ort angepasst werden. Es sollte ein Modellprojekt mit verschiedenen Kreisverbänden initiiert werden, das in der Folge auch zu evaluieren ist.
3. Ebene des Landesverbands: Der Landesverband soll die Voraussetzungen für die Einsetzung eines digitalen CDU-Kreisverbands in Baden-Württemberg prüfen.
4. Vereinigungen: Die Vereinigungen spielen eine wichtige Rolle als Seismograf in ihren jeweiligen Zielgruppen. Bei wichtigen Ereignissen sollten sie in Abstimmung mit der Landesgeschäftsstelle bei Veranstaltungen ihrer Zielgruppen präsent sein und ihre jeweilige Vereinigung positionieren. Megatrends (Klima, Digitalisierung, plurale Gesellschaft durch Migration, etc.) sollen von der Partei, ihren Vereinigungen und Fachausschüssen in Veranstaltungsformaten und im vorpolitischen Raum gemeinsam adressiert werden.

3.3 Finanzierung, Mitgliederrekrutierung, -struktur und das Mitgliedermanagement der Partei

Eine zentrale strukturelle Herausforderung ist das Thema Mitgliedschaft. Wir möchten das Mitgliedermanagement und die organisatorischen Rahmenbedingungen weiter verbessern. Die Strukturen sollten hierfür noch mitgliederzentrierter und flexibler ausgerichtet werden.

3.3.1 Kurzfristige Maßnahmen

Es braucht einen klaren Leitfaden für Neueintritte: Möglich sind zentrale Willkommens-Veranstaltungen für Neumitglieder und/oder ein personalisiertes Medium, wie etwa ein Neumitgliederbuch, in dem die Partei mit ihren verschiedenen Organen, Strukturen und der Parteienomenklatur erklärt wird und Ansprechpartner vor Ort genannt werden. Gleichfalls bedarf es der Ansprache durch Funktionsträgerinnen und -träger vor Ort. Neue Mitglieder sollen schneller eingebunden werden und sehen, dass die Partei lebt und aktiv ist. Sie sollen zügig vom Mehrwert der Parteimitgliedschaft überzeugt werden. Vom Instrument der mitgliederoffenen Vorstandssitzungen sollte auch deshalb häufiger Gebrauch gemacht werden.

Die CDU Baden-Württemberg braucht außerdem mehr Frauen in verantwortlichen Positionen und einen höheren Frauenanteil in der Mitgliedschaft generell, um die Gesellschaft als solche besser abbilden zu können. Der Bundesparteitag entscheidet über die Vorschläge der Struktur- und Satzungskommission auf Bundesebene. Die Ergebnisse werden in der CDU Baden-Württemberg entsprechend umgesetzt. Unabhängig davon sind weitere Maßnahmen zur Förderung von Frauen anzugehen, um ihre Repräsentation zu verbessern.

Darüber hinaus ist eine Entlastung von ehrenamtlichen Funktionsträgerinnen und -trägern vonnöten. Weil die Parteiarbeit zunehmend an Komplexität gewinnt, soll es den Vereinigungen sowie Orts- und Kreisverbänden ermöglicht werden, Verantwortung für einzelne Aufgaben auf mehrere Schultern zu verteilen (zum Beispiel „Dop-

pelspitze“, Kassenführung, Pressearbeit, etc.). Wir empfehlen eine entsprechende Flexibilisierung in der Satzung. Es ist zu diskutieren, bis zu welcher Ebene dies sinnvoll und auch umsetzbar ist.

3.3.2 Mittelfristige Maßnahmen

Eine Professionalisierung von ehren- und hauptamtlichen Verantwortungsträgerinnen und -trägern ist notwendig: so sollen beispielsweise Vorsitzende von Vereinigungen und CDU-Verbänden, neue Bürgermeisterinnen und Bürgermeister oder Oberbürgermeisterinnen und Oberbürgermeister sowie Fraktionsmitglieder die Möglichkeit haben, sich in gemeinsamen Qualifikationsformaten fortzubilden. Generell ist es notwendig, mehr regelmäßige, digitale Schulungsformate für die unterschiedlichen Funktionsträgerinnen und -träger anzubieten.

Handreichungen und/oder Handbücher für Funktions- und Mandatsträgerinnen sowie Funktions- und Mandats-träger, die aufzeigen, wie die Parteiarbeit funktioniert, wären gleichfalls sinnvoll und nützlich. Diese könnten für weitere Teile der Partei von Interesse sein. Weitere mögliche Maßnahmen zur Umsetzung sind zudem:

1. Neue Formen der CDU-Mitgliedschaft beziehungsweise der Bindung an die CDU sollten betrachtet und, wo sinnvoll, etabliert werden:
 - i) Über interaktive Kampagnen sowohl im digitalen- als auch im analogen Bereich soll künftig der dauerhafte Kontakt zu Bürgerinnen und Bürgern aus Baden-Württemberg hergestellt werden. Dieser Personenkreis wird regelmäßig mit weiteren Kampagnenformaten angesprochen. Der jeweilige Datensatz kann zudem erweitert werden, wodurch sich Zielgruppen erstellen lassen, die je nach Themenschwerpunkten passgenau kontaktiert werden können;
 - ii) Es ist zu prüfen, ob eine Probemitgliedschaft nach CSU-Modell auch für die CDU Baden-Württemberg sinnvoll ist. Für den Zeitraum von zwei Jahren ist eine kostenlose Probemitgliedschaft denkbar, die nach Ablauf automatisch in eine Regelmitgliedschaft überführt wird. Hierfür ist eine adäquate Betreuung der Probemitglieder zu gewährleisten. Eine Abwägung gerade mit dem folgenden Unterpunkt ist zu treffen;
 - iii) Eingeführt werden soll eine Online-Parteimitgliedschaft: Online-Mitglieder haben zwar wie Regelmitglieder Rederecht auf Parteiveranstaltungen, sie haben jedoch kein Stimmrecht, etwa bei Nominierungen. Für sie soll es ebenfalls zielgerichtete, politische Online-Veranstaltungen geben;
 - iv) Eine Familienmitgliedschaft soll eingeführt werden. Der Vorteil soll darin liegen, dass zum Regelbeitrag nur minimale Mehrkosten entstehen, wenn weitere Personen einer häuslichen Gemeinschaft Mitglieder in der CDU Baden-Württemberg werden;
 - v) Eingebracht wurde zudem die Idee einer Projektmitgliedschaft für Menschen, die sich mit einem konkreten politischen Ziel der CDU Baden-Württemberg identifizieren und für dessen Umsetzung eintreten möchten.
2. Es braucht einen verbindlichen Leitfaden für das Management eines Parteiaustritts. Wer künftig seinen Austritt erklärt, sollte mindestens noch einmal kontaktiert werden.
3. Ein Kommunalbüro auf Landesebene wäre wünschenswert und sollte in Zusammenarbeit mit den Verbänden und den Vereinigungen zielgerichtet auf potenzielle Amtsträgerinnen und -träger (auch und gerade außerhalb der Partei) zugehen und durch ein Mentoring-Programm auf eine Kandidatur vorbereiten. Für dieses Mentoring-Programm soll man sich künftig bewerben oder potenzielle Bewerberinnen und Bewerber dafür melden können.

3.3.3 Langfristige Maßnahmen

1. Die Finanzströme der Partei sollten auch künftig so geregelt sein, dass den Kreisverbänden die Ressourcen zur Verfügung stehen, die Parteiarbeit vor Ort auch in der Zukunft im ausreichenden Maße zu betreiben. Die Finanzkommission möge hierzu konkrete Vorschläge erarbeiten.
2. Ein Programm für „Quereinsteiger“ ist zu erarbeiten. Das heißt, Menschen, die Neumitglieder werden, müssen schnell die Strukturen der Partei kennenlernen und Verantwortung übernehmen können. Dies hilft bei der Bindung der Neumitglieder an die Partei.

Arbeitsgruppe 4: „Beteiligung und Bindung“

1. Einleitung

Eine zentrale Herausforderung der modernen Parteiarbeit ist das Themenfeld der Mitgliedergewinnung, -beteiligung und -bindung. Die CDU sieht sich schwindenden Mitgliederzahlen und einer zu geringen Beteiligung von sowohl jungen- als auch weiblichen Menschen ausgesetzt. Doch auch generell bedarf es in der heutigen Zeit angepasster Strukturen sowie moderner Technik und Verfahren, welche die Gesamtheit der Mitglieder aktiv in die Parteiarbeit einbinden und sie an parteipolitischen Prozessen teilhaben lassen. Dabei ist es schwerer geworden, Menschen nicht nur von politischen Inhalten, sondern auch von der konkreten Mitarbeit in einer politischen Partei zu überzeugen. Gerade aus diesem Grund ist es unabdingbar geworden, diesen Menschen klar aufzuzeigen, welchen Mehrwert eine Parteimitgliedschaft offeriert und dass es klare Möglichkeiten der Partizipation und Verantwortungsübernahme innerhalb der Partei gibt.

Aus diesen Gründen ist es bei der vorherrschenden Thematik wichtig, die Stimmungen der Parteibasis sowie ihre Wünsche, Sorgen, Anregungen und konstruktive Vorschläge, wie wir Mitglieder künftig besser in die Parteiarbeit einbinden und an dieser beteiligen können, in den Arbeitsprozess aufzunehmen und zu berücksichtigen. Dies gilt insbesondere, da es bei dem Thema „Beteiligung und Bindung“ explizit um die Mitglieder der Partei oder potenzielle zukünftige Mitglieder der Partei geht. Deshalb ist es wichtig, diese Gruppen in einen kontinuierlichen Prozess einzubinden.

Der Aufgabenhorizont des Oberthemas „Beteiligung und Bindung“ wurde hierbei genauer ausdifferenziert. Unter der Überschrift „Interessieren – Gewinnen – Binden – Beteiligen“ wurde sich intensiv mit dem vorherrschenden Status Quo, aber vor allem mit der Frage, was künftig anders und besser werden soll, beschäftigt. Darauf aufbauend ergab sich folgendes, aus den vier genannten Unterthemen bestehendes Schaubild, welches als Grundlage der Überlegungen des Gruppenarbeitskapitels dient:



2. Herausforderungen – Wo kommen wir her und wo wollen wir hin?

Das Image der CDU hat in den vergangenen Jahren an verschiedenen Stellen gelitten. Die Ursachen hierfür sind vielfältig. Um uns selbst zu verbessern und falsche, bestehende Eindrücke von uns als Partei in der Gesellschaft sowie in der Partei selbst zu revidieren, müssen wir uns fragen, wie wir Menschen für uns und unsere Positionen interessieren und gewinnen können. Darüber hinaus gilt es Antworten auf die Fragen zu finden, wie wir die Mitglieder besser in unsere Parteiarbeit integrieren und sie langfristig an uns binden können. Deshalb ist zu klären, welche Punkte und Themen dringend angegangen werden müssen, um mehr Beteiligung an der Parteiarbeit und Bindung zur Partei herzustellen. Aufbauend auf der Arbeit der Zukunfts-Kommission und den Rückmeldungen der breiten Mitgliederbasis aus den einzelnen Kreisverbänden, ergeben sich folgende Vorschläge als Zielhorizont zur Erneuerung der CDU Baden-Württemberg im Themenbereich „Beteiligung und Bindung“:

1. Die Mitgliederstruktur der Partei sollte möglichst die Bevölkerungsstruktur der Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland widerspiegeln, denn nur so bleiben wir Volkspartei und können den Großteil der Gesellschaft abbilden und erreichen.
2. Die CDU muss als kompetent wahrgenommen werden. So können die Wählerinnen und Wähler es uns zu trauen, den Herausforderungen und Problemen der Zukunft proaktiv zu begegnen und diese lösen zu können. Auch aus diesem Grund benötigen wir fachlich geeignete Personen an den entsprechenden Stellen und müssen diese auch bekannter machen. Die CDU muss wieder verstärkt Personen positionieren, die authentisch sind und Themen glaubwürdig nach innen und außen vertreten. Darüber hinaus muss deutlich dargelegt und auch kommuniziert werden, was in der Vergangenheit bislang alles erreicht wurde und welche Visionen wir als politische Kraft für die Zukunft unseres Landes haben.
3. Die Menschen in der Mitte der Gesellschaft müssen die ganze Aufmerksamkeit der Partei erhalten: Was sind ihre Sorgen und Nöte? Was bewegt die Menschen und was motiviert sie, auch weiterhin ihren Beitrag in der Gesellschaft zu leisten? Wie können wir diese Menschen am besten unterstützen?

Im Folgenden werden Empfehlungen und Maßnahmen zu den vier Unterthemen – Interessieren, Gewinnen, Beteiligen und Binden – der Arbeitsgruppe herausgearbeitet.

3. Handlungsempfehlungen – Maßnahmenkatalog

3.1 Interessieren – Wie können wir die CDU interessanter für die Menschen machen?

Unsere Bestrebung ist es, dass wir als DIE Zukunftspartei wahrgenommen werden, welche die Herausforderungen der Zeit ebenso wie die Sorgen und Anliegen der Menschen kennt und diesen begegnet, der man vertraut und der man vor allem Problemlösungskompetenz zuspricht. Dazu brauchen wir noch mehr Köpfe vor Ort, die sowohl Mandatsträgerinnen und -träger sind als auch aus der Mitte der Partei und der Gesellschaft kommen. Menschen, die authentisch sind, mit denen man sich identifizieren kann und die die verschiedenen Zielgruppen erschließen können.

Aus diesem Grund ist es für uns von essenzieller Bedeutung, dass wir in die Partei hineinhören und in Erfahrung bringen, welche Expertinnen und Experten sich in unserer Mitte befinden. Wir wollen aus dem Vollen des Mitgliederschatzes unserer Partei schöpfen und die Kompetenzen unserer Mitglieder nutzen. So machen wir die CDU nicht nur für Neumitglieder sowie langjährige Mitglieder interessanter, sondern auch für weitere Menschen außerhalb der Partei. Dafür empfehlen sich folgende Maßnahmen:

1. Die Einrichtung eines Experten-Pools, der es zum Ziel hat, dass bei Veranstaltungen Expertinnen und Experten möglichst aus der unmittelbaren Region eingeladen werden können. Hier schlagen wir vor, auf Landesebene mit Hilfe eines Online-Formulars abzufragen, welche Kompetenzen die einzelnen Mitglieder mitbringen und welche Themen sie jeweils interessieren. Die Mitglieder bekommen diesbezüglich ein aktives Widerrufsrecht. Die ermittelten Daten sollen in einer internen Datenbank, unter Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen, für alle Mitglieder abrufbar sein. Mit Hilfe einer solchen Datenbank können darüber hinaus anlassbezogene Diskussionsforen gebildet werden.

2. Die CDU sollte sich vermehrt zu aktuellen Themen kompetent und faktenbezogen zu Wort melden. Dies gilt nicht nur auf Bundes- oder Landesebene, sondern gerade auch in den einzelnen Orts- und Kreisverbänden. Dazu bedarf es eines engen Austausches zwischen allen Ebenen der Partei, damit beispielsweise die Mitglieder vor Ort in den Stadt- und Ortsverbänden nachvollziehen können, was auf höheren Ebenen aus welchen Gründen wie entschieden wird. Gleichfalls muss umgekehrt die Landes- oder Bundesebene wissen, was die Themen und Anliegen sind, welche die Menschen und Parteimitglieder in der Breite der Gesellschaft beschäftigen und umtreiben. Die Arbeitsgruppe empfiehlt hierfür verschiedene Handlungen sowie den Aufbau diverser Instrumente, die sich großteilig auf einer Plattform zusammenführen lassen:
 - i) Antragsplattform: Hier sollen alle gestellten Anträge in einer Datenbank zentral aufgelistet werden. Dadurch wird ersichtlich, wann und von wem ein Antrag wie gestellt wurde und was im weiteren Verlauf aus diesem Antrag wurde;
 - ii) Voting-Tool: Mittels eines Voting-Tools kann schnell und unkompliziert ein erstes Meinungsbild der partizipierenden Parteimitglieder erstellt werden. Dieses Tool sollte allen Verbänden auf allen Ebenen zur Verfügung gestellt werden;
 - iii) Schulungsangebote: Verschiedene Angebote, um weitere, vertiefende Kenntnisse zu den verschiedensten Themen in die Partei zu tragen (Rhetorikkurse, Kommunikationsschulungen, etc.) können den Professionalisierungsgrad der Parteiarbeit und die Effektivität eben jener deutlich steigern;
 - iv) Klare Kommunikationsstrukturen: Diese helfen für Transparenz bei politischen Entscheidungen (personeller und inhaltlicher Natur) zu sorgen und bringen ebenso in Bezug auf Erläuterungen von parteipolitischen Positionierungen Klarheit;
 - v) Themenplattform: Informationen und Hintergründe zu unterschiedlichen Themen müssen einfach und übersichtlich abrufbar sein, wodurch sie sich der Breite der Parteimitglieder besser erschließen und als weitere Argumentationsgrundlage verwendet werden können.
3. Die CDU muss den Menschen mehr zuhören und die Meinungen der Bürgerinnen und Bürger erfragen sowie ernst nehmen. Es braucht niederschwellige Angebote, auch für Bürgerinnen und Bürger mit kaum politischem Interesse oder Berührungspunkten. In diesem Zusammenhang wird empfohlen:
 - i) Die dauerhafte Schaffung von Zuhör-Formaten (Zum Beispiel „Erzähls mir!“, „Packen wir es an“, o.ä.);
 - ii) Einen transparenten Informationstransfer durch alle Ebenen der Partei;
 - iii) Mehr Präsenz vor Ort zu zeigen, um die vorherrschenden Themen besser aufgreifen zu können und zu zeigen, dass sich um die Menschen und ihre Sorgen und Nöte gekümmert wird;
 - iv) Einen Service für Orts- und Stadtverbandsvorsitzende, bei dem aktuelle Themen mit griffigen Zitaten und/oder Bildern o.ä. bereitgestellt werden, um es im örtlichen Mitteilungsblatt zu veröffentlichen;
 - v) Mehr „Arbeitsaufträge“ an die Parteimitglieder vor Ort zu verteilen. Dadurch lassen sich bei einem aktuellen Thema die Meinungen und Positionen der Kreis-, Orts- und Stadtverbände abfragen, um Stimmungsbilder in der Partei zu erhalten. Gleichzeitig können Diskussionsaufträge vergeben werden, sodass entsprechende Themen auch wirklich miteinander besprochen werden;
 - vi) Generell (als Vertreterinnen und Vertreter der Partei) mehr Präsenz zu zeigen. Dies gilt auch im besonderen Maße für Nicht-CDU-Veranstaltungen.
4. Eine prinzipielle Erhöhung der Sichtbarkeit der Partei ist erstrebenswert. Das bedeutet gleichfalls, dass die CDU auch wieder zwischen den Wahlen deutlich auffälliger und engagierter sein muss, um nicht den Eindruck zu erwecken, wir würden uns nur zu Wahlzeiten um die Bedürfnisse der Bevölkerung kümmern. Dafür empfehlen sich folgende Veranstaltungsformate:
 - i) Themenabende sowie zielgruppenspezifische Veranstaltungen oder Aktivitäten;
 - ii) Expertengespräche und -diskussionen;
 - iii) Vor-Ort-Aktionen, wie zum Beispiel Infostände, bei denen Menschen kommen und Ihre Anliegen anbringen können;
 - iv) Sommerfeste oder ähnlich gelagerte Feierlichkeiten, die über das Jahr verteilt stattfinden;
 - v) Niederschwellige Veranstaltungsformate oder Plattformen, bei denen Menschen sich einbringen können (zum Beispiel „Bundestag-Open-Air“ oder der altbekannte politische Stammtisch);
 - vi) Mitgliederparteitage zur politischen Diskussion ohne klassische Formalien (Musterbeispiel „Unpartei-tag“).

Darüber hinaus sollten wir als CDU Baden-Württemberg dorthin gehen, wo die Themen stattfinden, welche die Menschen wirklich beschäftigen. Hier stehen die Themen im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit und nicht

etwa die Partei. Dennoch können wir als Partei so zeigen, dass wir interessiert, bemüht und präsent sind. Die jeweiligen Thematiken könnten durch entsprechende Abfragen beziehungsweise Gespräche im jeweiligen Kreis identifiziert werden. In einem ersten Schritt wäre es hierbei gut, Partnerinnen und Partner zu finden, die mit diesem Thema verbunden werden und die eine gewisse fachliche Expertise beisteuern können. Nächste Schritte könnten ein offenes Themenforum oder eine entsprechend passende CDU-Veranstaltung sein, die das jeweilige Thema aufgreift. Dabei ließen sich alle Angebote in der bereits beschriebenen, überregionalen Plattform austauschen, damit nicht jedes Parteimitglied und jeder Kreisverband „das Rad neu erfinden“ muss.

5. Viele CDU-Mitglieder sind vielfältig in den unterschiedlichsten Teilen des vorpolitischen Raumes aktiv und engagiert. Durch die eigenen Mitgliedschaften in diversen Gruppen, Vereinen, Glaubenseinrichtungen o.ä. Gemeinschaften können spezifische Informationen gesammelt und in die Parteiarbeit eingebunden werden. Darüber hinaus verdeutlicht die Beteiligung in den entsprechenden Gemeinschaften das Engagement der CDU und ihrer Mitglieder bei den Menschen. Es bleibt jedoch von entscheidender Bedeutung, dass der vorpolitische Raum von uns wieder stärker erreicht und genutzt werden muss, um Unzulänglichkeiten der letzten Jahre zu begegnen und Multiplikatoren sowie neue Mitglieder für die Partei zu gewinnen. Dies bedeutet auch, Menschen und Gruppen zu besuchen oder bei ihnen Treffen abzuhalten, bei denen wir es bislang versäumt oder nicht im genügenden Maße getan haben.

3.2 Gewinnen - Wie kann die CDU wieder neue Mitglieder gewinnen?

In erster Linie gewinnt die CDU sicherlich neue Wählerinnen und Wähler sowie Mitglieder, indem sie interessanter und sichtbarer wird. Daher können wir Großteils auf den vorangegangenen Abschnitt verweisen. Darüber hinaus sind wir überzeugt, dass zufriedene und wertgeschätzte Mitglieder die beste Werbung für Neumitglieder und die Partei sind. Vor diesem Hintergrund empfehlen wir auch die Ermöglichung einer Familienmitgliedschaft in der Partei. Diesen und weiteren Aspekten widmen wir uns in den folgenden beiden thematischen Unterpunkten.

Des Weiteren wird die Einrichtung von Fortbildungen, wie man Neumitglieder gewinnen kann und der Aufbau einer Ideensammlung, die, wie bereits andere genannte Punkte, in Form der Online-Plattform den Mitgliedern der Partei zur Verfügung gestellt werden kann, empfohlen. Hilfreich wäre unserer Ansicht nach auch eine Broschüre, die den Mehrwert einer Mitgliedschaft bei der CDU kurz und prägnant darstellt, da unseres Erachtens nach die Frage „Was bringt es mir, CDU-Mitglied zu sein?“ zentral ist. Hierauf möchten wir ebenfalls in den folgenden beiden Unterpunkten noch genauer eingehen.

Für uns als Zukunfts-Kommission der CDU Baden-Württemberg ist zudem die Funktion der Mitgliederbeauftragten von zentraler Bedeutung. Aus diesem Grunde sollten wir diese durch gezielte Schulungen und/oder Fortbildungen fit für Ihre Aufgaben machen und ihnen bei der Suche nach hilfreichen Kontakten unterstützend zur Seite stehen. Die Mitgliederbeauftragten sind zentral für die Themen Beteiligung, Bindung und Zufriedenheit der Parteimitglieder.

3.3 Beteiligen – Wie kann die CDU ihre Mitglieder besser an der Parteiarbeit beteiligen?

Die Botschaft ist klar: Wir, als Mitglieder der Partei, wollen unsere Meinungen und unsere Fachkompetenz umfänglich in die Parteiarbeit einbringen. Die Mitglieder sollen mehr Wertschätzung erfahren, denn sie sind der größte Schatz unserer Partei. Ihre Kompetenzen sollten genutzt und ihre Meinungen ernst genommen werden. Zudem sollen sie weiter an innerparteilichen Prozessen beteiligt werden, weil sie auf diese Art und Weise auch wieder mehr Freude an der Parteiarbeit finden. Diese Freude und die damit einhergehende, gesteigerte Motivation wirken sich wiederum direkt auf das unmittelbare Umfeld der über 55.000 Parteimitglieder aus. Im Idealfall werden so weitere Personen an einer Parteimitgliedschaft interessiert, zumindest entsteht jedoch ein positiveres Außenbild der Partei, ihrer Arbeit und ihrer Strukturen.

Folgende Vorschläge, die teilweise bei vorhergehenden Punkten schon angerissen wurden, helfen aus unserer Sicht gleichfalls bei dem immens wichtigen Unterthema der Mitgliederbeteiligung:

1. Ideen und Ergebnisse, die auf Orts-, Stadtverbands- und/oder Kreisebene diskutiert werden, sollen weitergegeben werden und die ganze Landes-CDU sollte die Möglichkeit haben, daran teilzuhaben.

2. Auch das bereits genannte Voting-Tool würde es der Partei ermöglichen, die Meinungen ihrer Mitglieder jederzeit unkompliziert abzurufen und bei politischen Entscheidungen ein Stimmungsbild der Parteimitglieder zu erhalten.
3. Des Weiteren wäre mehr Transparenz in Bezug auf die Ergebnisse von Veranstaltungen und den Umgang mit gestellten Anträgen (Antragsverzeichnis mit Ergebnisvermerk) wünschenswert.
4. Wir schlagen des Weiteren vor, den Mitgliedern über Plattformen o.ä. einen „Wissensvorsprung“ und fundierte Argumentationshilfen mit belegbaren Zahlen, Daten und Fakten anzubieten. Dadurch hätten die Mitglieder einen deutlichen Vorteil gegenüber Nicht-Mitgliedern in Bezug auf Informationen und Hintergrundwissen. Zudem können Themen auf diese Art und Weise durch die Mitglieder leichter durchdrungen werden und sie erhalten unmittelbare Argumentationshilfen zur weiteren Verwendung.
5. Ein weiterer Vorschlag unsererseits wäre es, eine gezieltere Nachwuchsförderung zu betreiben. Wir müssen junge Talente fördern, beispielsweise durch das Aufsetzen eines Mentorenprogramms, bei dem neuere und erfahrenere Parteimitglieder vom Wissen des jeweils anderen profitieren können.

3.4 Bindung – Wie kann die CDU langfristig Mitglieder an sich binden?

Es hat im Rahmen des Prozesses der Zukunfts-Kommission eine intensive Auseinandersetzung damit gegeben, was Menschen dazu bewegt, eine Parteimitgliedschaft bereits nach wenigen Jahren wieder zu beenden. Uns ist bewusst, dass es sicherlich auch strategische Ein- und Austritte gibt, wobei betreffende Personen ihre Parteimitgliedschaft nach dem Erreichen ihres individuellen Ziels terminieren.

Wir wollen uns im Weiteren mit Personen beschäftigen, die aus einem anderen Grund die Partei wieder verlassen – aus Frustration oder Enttäuschung. Diesem Austrittsgrund muss aktiv begegnet werden, um ihn, im besten Fall, gänzlich zu vermeiden. Wir empfehlen deshalb:

1. Die Ausgabe eines „Parteibuchs“, welches dem Entstehen eines intensiveren Zugehörigkeitsgefühls zuträglich sein kann.
2. Regelmäßige Informationen für Parteimitglieder, damit diese über aktuelle Geschehnisse, Positionierungen und Entwicklungen in und um die Partei informiert sind. Dies sollte zumindest über eine Online-Broschüre erfolgen, im Idealfall könnte eine solche Broschüre auf Wunsch auch als Printversion angeboten werden.
3. Den Aufbau gut funktionierender Rückkopplungsmechanismen. Wenn Ergebnisse erarbeitet werden, müssen diese in die Parteiarbeit einfließen und es muss eine Rückmeldung dazu geben, was aus den Ideen wurde.
4. Den Aufbau eines digitalen Ideen-Pools, bei dem sich Best-Practice-Beispiele für Gemeindeverbandsvertreterinnen und -vertreter finden lassen.
5. Eine bereits angeklungene, aktive Nachwuchsförderung.
6. Die umfassende Bereitstellung von unterschiedlichen Praktika, zum Beispiel im Bundes- oder Landtag, aber auch in der Fraktion und, falls möglich, in Unternehmen.
7. Einen engeren Austausch der Vereinigungen und der CDU. Hier müssen wir unsere Strukturen optimieren.

4. Fazit

Die CDU war und ist eine Partei, die für die Mitte der Gesellschaft viele Antworten liefert. Deshalb müssen wir wieder vermehrt die Sprache der Menschen sprechen, hören, worum es ihnen geht und Angebote machen, die Nicht-Mitglieder so nicht erhalten können. Wertschätzung und das Ausschöpfen von Potentialen müssen in unserer Parteiarbeit zentrale Elemente sein und Grundpfeiler unserer christlich-demokratischen Partei darstellen.

Mitglieder der Zukunfts-Kommission

Dr. Bastian Atzger
Heidrun Back
Dr. Christian Bäumler
Benedict Sandro Bechtel
Michael Benning
Dr. Tobias Sebastian Benz
Steffen Bilger MdB
Dr. Anemone Bippes
Alexander Bourke
Michael Brucker
Heike Brucker
Claus Bühnert
Daniel Caspary MdEP
Susanne Ciampa
Dr. Fabio Crivellari
Julian Däuble
Mario de Rosa
Andreas Deuschle MdL
Joachim Döffinger
Regina Dvorak-Vucetic
Daniel Eiffler
Dr. Alexander Ganter
Julian Gedemer
Vanessa Gruber
Raimund Haser MdL
Manuel Herder
Klaus Herrmann
Isabell Huber MdL
Florian Hummel
Dr. Carolin Jenkner
Marcel Kammerer

Niko Kappel
Adrian Klant
Karl Klein
Isabel Kling
Nicole La Croix
Frank-Johannes Lemke
Dr. Romen Link
Michael Mast
Sabine Mezger
Yannick Motzer
Ann-Cathrin Müller
Christoph Naser
Moritz Oppelt MdB
Pascale Peukert
Joachim Rebholz
Johannes Rothenberger
Silke Schmidt
Felix Schreiner MdB
Dominik Schuler
Stefanie Sonnentag
Ralf Stoll
Radmila Stoltmann
Georg Susset
Dr. Bernd Villhauer
Nina Warken MdB
Michael Weiß
Ingo Wellenreuther
Waldemar Westermayer
Susanne Wetterich
Rainer Wieland MdEP
Christoph Zalder

Vielen Dank für die hervorragende Arbeit!



Herausgeber:

Christlich Demokratische Union Deutschlands
Landesverband Baden-Württemberg

Inhaltlich verantwortlich:

CDU-Landesverband Baden-Württemberg
vertreten durch den Landesgeschäftsführer Adrian Sonder
Heilbronner Straße 43
70191 Stuttgart
Telefon: 0711 66904-0
Telefax: 0711 66904-15
E-Mail: info@cdu-bw.de