

Bürgerpartei CDU

Reformprojekt für eine lebendige Volkspartei

Beschluss des Bundesvorstandes der CDU Deutschlands vom 21. Juni 2003

Inhaltsübersicht:	Seite
I. Die CDU als moderne Bürgerpartei	3
Die moderne Bürgergesellschaft	3
Eine neue Herausforderung für die CDU	5
Partner für die neuen Netzwerke	7
Die Parteiaktivitäten öffnen	8
Verbreiterung der programmatischen Basis	9
Alle Organisationsformen nutzen	10
Lebenswirklichkeit der Frauen aufnehmen	10
II. Neue Attraktivität der Mitgliedschaft	11
Mitgliederrechte stärken	12
Mitgliederbefragung	13
Längere Wahlzyklen: mehr Raum für Diskussion	14
Auf die Interessen der Mitglieder eingehen	14
Aktive Mitgliedschaft fördern	15
Verantwortung auf viele Schultern verteilen	15
Neue Formen der Mitgliederwerbung	16
Integration und Betreuung von Mitgliedern	17
Neue Dienstleistungen	18
III. Professionalisierung der Parteiarbeit, Stärkung des Ehrenamts, Optimierung der Organisationskraft	19
Kompetenz der Mitglieder fördern und nutzen	19
Anforderungen an Amts- und Mandatsbewerber	21
Gezielte Förderung neuer Kräfte	22
Hauptamtliche Mitarbeiter	23
Die Arbeit der Geschäftsstellen	25
Kreisgeschäftsstellen	25
Landesgeschäftsstellen	26
Bundesgeschäftsstelle	27
Stärkung der Organisationskraft in den neuen Bundesländern	29
Reform der Arbeit der Vereinigungen und Sonderorganisationen	31
IV. Moderne Kommunikation und Dienstleistung, Dialog- und Bindungsmanagement	33
Parteiinterne Kommunikation	34
Informationsangebote für Bürgerinnen und Bürger	36
Kommunikation nach Maß: Direkt und individuell	37
Corporate Identity: Wo CDU drin ist, muss auch CDU draufstehen	38

1) I. Die CDU als moderne Bürgerpartei

Die CDU hat die Idee der integrativen Volkspartei erfolgreich in das Parteiensystem in der Bundesrepublik Deutschland eingeführt. Sie ist die große Volkspartei der Mitte, die sich an die Menschen in allen Schichten und Gruppen unseres Landes wendet.

Die CDU hat sich stets aufs Neue der Herausforderung gestellt, ihre Arbeitsweise, ihre Instrumente und ihre Kommunikation zu überprüfen und so zu gestalten, dass sie die Verankerung in der ganzen Breite der Gesellschaft gewährleisten. Nach den Gründerjahren hat sie sich erfolgreich von der Honoratiorenpartei zur Mitgliederpartei entwickelt und hat auf diese Weise hunderttausende Frauen und Männer zu politischem Engagement im Sinne unseres Gemeinwesens aktiviert.

In der modernen Bürgergesellschaft gilt es heute für die CDU, auch unter den veränderten Bedingungen gesellschaftlichen Strukturwandels und moderner Kommunikation ihre Zukunft als große Volkspartei zu sichern. Diesem Ziel dient das vorliegende Reformprojekt „Bürgerpartei“.

Die moderne Bürgergesellschaft

Moderne Gesellschaften sind offene Gesellschaften und raschem Wandel unterworfen. In ihnen schreiten die Individualisierung der Lebensstile und die Pluralisierung der Lebensweisen rasant fort. Traditionelle Gesellschaftsstrukturen, alte soziale Milieus haben sich teils aufgelöst, teils sind sie im Rückgang begriffen. Mit dem Wandel zur postindustriellen Gesellschaft verbindet sich der Wandel der Erwerbsstrukturen, der Bildungsstrukturen und der Familienstrukturen, in allen diesen Feldern hat besonders das gewandelte Selbstverständnis der Frauen eine wesentliche Rolle gespielt.

In der modernen Gesellschaft sind dauerhafte strukturelle Mehrheiten nicht mehr von vornherein vorhanden, moderne Gesellschaften sind in immer stärkerem Maße Minderheitengesellschaften in rasch wechselnden Konstellationen. In ihnen verlangen die

Gewinnung und das Halten von Mehrheiten der CDU als Volkspartei ständige enorme Integrationsanstrengungen und eine fortgesetzte Überprüfung ihrer Integrationsformen und ihrer Organisation ab.

In der Gesellschaft selber haben sich neue Formen der Selbstorganisation und der Interessenartikulation entwickelt. Soziale Netzwerke sind entstanden und entstehen immer neu als eine spontane und informelle Form des Zusammenführens und Zusammenhalts von Menschen, um immaterielle und materielle Interessen zu verfolgen, sozialen, kulturellen, politischen, wirtschaftlichen, religiösen oder privaten Zwecken nachzugehen. In diesen Netzwerken ist eine wachsende Zahl sozial engagierter Bürgerinnen und Bürger aktiv und bestimmt die politisch-soziale Willensbildung zunehmend mit. Hier arbeitet eine wachsende Zahl kommunikativer Menschen ehrenamtlich, in besonders hohem Maße Frauen und jüngere Menschen, die ein gewaltiges politisch-soziales Potenzial bedeuten und in ihrem Umfeld vielfältig als Multiplikatoren wirken. Mit ihnen muss die CDU noch stärker als bisher das Gespräch suchen.

Im Zuge dieser neuen informellen Organisations- und Kommunikationsentwicklungen ist die Bereitschaft zu formalen und dauerhaften Mitgliedschaften in den traditionellen Feldern und Organisationen bürgerschaftlichen Engagements deutlich gesunken. Hierunter leiden nicht nur Sportvereine und Gewerkschaften, sondern auch die politischen Parteien.

- 2) Die ständige Notwendigkeit für die politischen Parteien, sich unter den Bedingungen der modernen Mediengesellschaft auf Wahlkämpfe und die permanente Vermittlung der eigenen Botschaften zu konzentrieren, und die gleichzeitig abnehmenden Ressourcen haben zu einer spürbaren Abnahme des Dialogs mit den bürgerschaftlich Aktiven geführt. Bürgerschaftliches Engagement in seiner ganzen Vielfalt und parteipolitische Aktivität unter dem Druck zunehmender Professionalisierung entwickeln sich fortschreitend auseinander.

Wir wollen gesellschaftliche Veränderung gemeinsam mit den Bürgern gestalten. Allein Problemlöser für die Tagespolitik zu sein, reicht für die CDU nicht aus. Für uns geht es darum, die gemeinsamen Werte, die die Menschen in unserem Land verbinden, aufzunehmen und unsere grundsätzliche Orientierung am christlichen Verständnis vom Menschen in den Dialog mit den Bürgerinnen und Bürgern einzubringen. Auf dieser Grundlage entwickelt die CDU Leitbilder und Perspektiven für die Gesellschaft von morgen. Zurzeit trauen aber immer mehr Bürger den politischen Parteien weder Problemlösungskompetenz noch gesellschaftlichen Gestaltungswillen und Innovationskraft zu. Wir nehmen es sehr ernst, dass Bürger deshalb zunehmend weniger die Parteien als Gestaltungsraum ansehen und sich anderen Projekten und Initiativen zuwenden.

Die CDU als Bürgerpartei erhebt den Anspruch und verpflichtet sich dem Ziel, die Lücke zwischen Bürgergesellschaft und Politik wieder zu schließen.

Unser Leitbild ist die aktive Bürgergesellschaft, geprägt durch Ehrenamt, Freiwilligkeit und Bürgersinn, in der die Bürger größtmögliche Freiräume zur eigenverantwortlichen Gestaltung im Rahmen staatlicher Ordnung, marktwirtschaftlichen Wettbewerbs und gesellschaftlicher Solidarität haben. Dieses Grundverständnis prägt die politischen Inhalte der CDU ebenso wie es sich in ihren Strukturen, der täglichen Organisation ihrer Arbeit und in ihrer Kommunikation nach innen und außen wiederfinden muss.

3) **Eine neue Herausforderung für die CDU**

Als Bürgerpartei muss die CDU die neuen gesellschaftlichen Realitäten verinnerlichen und darauf reagieren. Sie muss den vorpolitischen Raum neu vermessen, um auf der Höhe der Zeit zu bleiben. Die CDU muss die neuen Formen politisch-sozialer Artikulation in Netzwerken, Bürgerinitiativen und informellen Gruppen positiv aufnehmen und in ihrer ganzen Vielfalt ansprechen. Ihr Ziel muss sein, möglichst viele informell aktive

Multiplikatoren für die Mitwirkung an der politischen Tagesordnung der Zukunft zu gewinnen.

Die CDU als moderne Bürgerpartei steht damit in einem Spagat. Sie muss ihre traditionellen sozialen Milieus und ihre Stammwählerschaft, die nach wie vor ein stabiler und loyaler Grundpfeiler ihrer Parteiarbeit bleiben, bewahren und pflegen und zugleich die im Generationenwechsel nachwachsenden neuen Wählerschichten erreichen. Diesen Spagat als existenziell zu akzeptieren, ist für die Mehrheitsfähigkeit der CDU als Volkspartei überlebenswichtig.

- 4) In der gesellschaftlichen Realität lebt nur eine Partei, die sich stets neu darum bemüht, bis in alle erreichbaren gesellschaftlichen Gruppen hinein verankert zu sein. Deshalb ist die Stärkung der CDU als Mitgliederpartei, mit Mandats- und Funktionsträgern aus allen gesellschaftlichen Schichten, Alters- und Berufsgruppen, ein Kernelement auf dem Weg zur Bürgerpartei CDU.

Die Vereinigungen und Sonderorganisationen der CDU sind wichtige Integrationsinstrumente der CDU. Ihnen kommt die besondere Bedeutung zu, die CDU als Volkspartei in der Gesellschaft zu verankern. Sie reichen aber heute allein nicht mehr aus, um zu allen gesellschaftlichen Gruppen in ihren Lebenswelten und ihren Aktionsformen Brücken zu bauen und so die ganze Breite des Bürgerdialogs zu sichern. Die CDU und ihre Vereinigungen und Sonderorganisationen müssen sich neuen Formen der Kommunikation und Arbeitsorganisation öffnen, um diesen Dialog neu zu beleben.

- 5) So wie im Rahmen der veränderten Kommunikationswelt die elektronische Nachrichtenübermittlung via Internet und EMail zu einem wichtigen Pfeiler der Parteiarbeit nach innen und außen geworden ist, ohne dass die klassischen Informationsstrukturen und Instrumente wie Zeitungen, Broschüren, Flugblätter und Plakate an Bedeutung verloren haben, eröffnet sich jetzt auch bei der Ansprache des vorpolitischen Raumes ein neues Arbeitsfeld für die CDU.

Die Netzwerke-Gesellschaft der Gegenwart fordert von der CDU neue offensive Formen der Kommunikation und Integration, aber auch ein neues Selbstverständnis als Partei. Unser Ziel muss sein, für die Netzwerke-Gesellschaft von heute und morgen dialogfähig zu werden und diese als Partner der Politik willkommen zu heißen.

6) **Partner für die neuen Netzwerke**

Die CDU muss offen auf die Bürgergesellschaft in ihren neuen Ausdrucksformen zugehen, nur dann kann sie mitten in ihr politisch wirksam werden. Sie muss als moderne Volkspartei deshalb ein Forum für Netzwerke, soziale Gruppen und Bürgerinitiativen werden, Initiator, logistische Basis und Moderator für Netzwerkarbeit sein. Nur wenn sie sich stärker als bisher auch als Moderator des politischen Willensbildungsprozesses mit vielen gleichberechtigten Akteuren und nicht nur als ihr exklusiver Gestalter versteht, wird sie als Bürgerpartei künftig Mehrheiten für ihre Politik gewinnen können.

Die CDU richtet deshalb als ersten Schritt eine eigene Arbeitseinheit „Netzwerke-Dialog“ auf Bundesebene ein. Diese hat zunächst Recherchefunktionen, um ständig einen aktuellen Überblick über Netzwerkentwicklungen zu gewinnen; sie dient als Ansprechpartner für Netzwerke und fungiert als Agentur der Vermittlung von Kontakten und gemeinsamen Projekten zwischen Netzwerken und der Partei einschließlich ihrer Vereinigungen und Sonderorganisationen.

Ziel ist es, einen intensiven und konstanten Austausch mit Netzwerken aller Organisationsformen, von Internetforen und Mailinglisten bis zu thematischen Arbeitskreisen und Interessengruppen, wie sie zum Teil bereits im Umfeld der CDU bestehen, zu erreichen.

Der Netzwerke-Dialog ist ein neuer Arbeitsschwerpunkt für alle Ebenen der Partei, ihre Vereinigungen und Sonderorganisationen. Sie suchen und pflegen auch ihrerseits

die Verbindung mit Netzwerken in ihren Arbeitsfeldern und tragen zu einem lebendigen Netzwerke-Dialog der Partei bei.

7) Besondere Aufmerksamkeit wird die CDU dabei den zahlreichen Netzwerken deutscher Bürger ausländischer Herkunft und dauerhaft in Deutschland lebender Ausländerinnen und Ausländer widmen. Mit der Einleitung eines permanenten Dialogs kann die CDU einen wertvollen Beitrag für die Integration dieser Bevölkerungsgruppen in die aktive Bürgergesellschaft leisten.

8) Bekannte Personen aus dem nichtpolitischen Bereich sind gerade in diesem Prozess wichtige Sympathie- und Imagebrücken für die CDU. Die CDU muss insbesondere ihre Kontakte und Gesprächsfäden in gesellschaftliche Bereiche wie Sport, Unterhaltung, Kultur und Medien deutlich ausbauen. Der Dialog mit Multiplikatoren gerade aus diesen Bereichen ist eine Bereicherung für die Arbeit der CDU und ein wichtiger Gradmesser für die gesellschaftliche Akzeptanz ihrer Politik. Im Verlaufe dieses Prozesses prominente Ansprechpartner auch zu einem klaren Bekenntnis für die CDU in der Öffentlichkeit zu überzeugen, ist eine zusätzliche wichtige Aufgabe für alle Ebenen unserer Partei.

9) **Die Parteiaktivitäten öffnen**

Neben die neuen Instrumente für veränderte gesellschaftliche Strukturen und Organisationsformen stellt die Bürgerpartei CDU eine sichtbare Öffnung und Dialogorientierung ihrer Parteiarbeit.

Dieser Anforderung muss auch die Veranstaltungspraxis der CDU Rechnung tragen. Nicht der „closed shop“ ist das zukunftssträchtige Modell, sondern der offene Marktplatz.

Neben dem Handeln ihrer politischen Akteure wird das Bild der CDU entscheidend geprägt durch ihre Parteitage, die in hohem Maße im Fokus der Medien stehen. Gleichzei-

tig bilden sie für die Mitglieder und Aktiven besondere Kristallisationspunkte der Parteiarbeit.

Parteitage müssen spannende und auch für Nichtmitglieder interessante Veranstaltungen sein. Deshalb sollten Geschäftsordnungsabläufe und Grußworte so wenig Zeit wie möglich in Anspruch nehmen. Ziel muss es sein, die Parteitage zu entritualisieren, der inhaltlichen Diskussion breiteren Raum zu verschaffen.

In diesem Zusammenhang wird die CDU die Verpflichtung des § 32 Abs. 2 Satz 2 Statut, die stark durch Regularien festgelegten Sitzungen des Bundesausschusses (kleiner Parteitag) regelmäßig einzuberufen, abschaffen. Das Initiativrecht des § 32 Abs. 2 Satz 1 Statut bleibt unberührt.

10) **Verbreiterung der programmatischen Basis**

Eine moderne Bürgerpartei lebt von der breiten Akzeptanz ihrer politischen Inhalte in der Gesellschaft. In diesem Sinne hat die CDU seit dem Erfurter Parteitag 1999 konsequent an ihren programmatischen Grundlagen gearbeitet. Auf der Basis ihres Grundsatzprogramms mit seinen christlich-sozialen, konservativen und liberalen Wurzeln hat sie dabei ein modernes Politikangebot entwickelt. Die innere Verbundenheit der einzelnen Programme und die langfristig angelegte Konzeption von Lösungsansätzen und Maßnahmen bleibt besonderer Maßstab der CDU-Politik und wichtiges Unterscheidungsmerkmal gegenüber ihren politischen Konkurrenten.

Die Bürger erwarten in einer komplexen und gleichzeitig schnelllebigen politischen Landschaft zu Recht, dass die politisch Verantwortlichen ihnen ein verständliches Gesamtbild darüber vermitteln, wo unser Land nicht nur morgen, sondern auch in ein oder zwei Jahrzehnten stehen soll und wie wir diese Ziele erreichen. Die CDU steht deshalb in der Pflicht, ihre programmatischen Aussagen zu einem solchen Gesamtkonzept zu bündeln.

Die CDU muss einerseits klassische Themen wie die Wirtschafts- und Sozialpolitik im Hinblick auf eine Steigerung ihrer Zukunftskompetenz fortentwickeln. Andererseits muss sie sich verstärkt Themenfeldern widmen, in denen sie Nachholbedarf hat und die in besonderer Weise ihren grundsätzlichen Prägungen und ihrem Wertesystem entsprechen, wie z.B. Fragen der Globalisierung und der Generationengerechtigkeit.

11) **Alle Organisationsformen nutzen**

Die CDU muss ihr gesamtes Instrumentarium nutzen, um die Gesellschaft in ihrer ganzen Bandbreite anzusprechen, einzubinden und zu aktivieren. Sie hat gute Strukturen auf allen Organisationsebenen, die es weiter zu stärken gilt, vor allem durch die Gewinnung von aktiven Mitgliedern. Sie braucht lebendige Vereinigungen, die im vorpolitischen Raum wirken, und die Öffnung für die neuen Netzwerke. Die Arbeit in Projekten auf Zeit soll dabei ein größeres Gewicht als bisher erhalten.

Hinzu treten muss ein System von Fachgremien wie Kommissionen, Gesprächskreisen und Bundesfachausschüssen. Die Bundesfachausschüsse haben dabei insbesondere die Aufgabe, Gesprächsfäden zu Multiplikatoren in der interessierten Fachöffentlichkeit zu knüpfen und die programmatische Vielfalt der CDU zu sichern. Bundesfachausschüsse sollen sich deshalb künftig – auch im Sinne der Vermeidung von Doppelarbeit – auf Themengebiete konzentrieren, die die programmatische Arbeit anderer Gremien der CDU ergänzen.

12) **Lebenswirklichkeit der Frauen aufnehmen**

Frauen sind vom gesellschaftlichen Wandel stärker betroffen als Männer, man kann sogar sagen, Frauen sind Motor des gesellschaftlichen Wandels – und er ist noch lange nicht abgeschlossen.

Es muss uns gelingen, Rahmenbedingungen für die neuen Lebensentwürfe zu erarbeiten und alles politische Handeln daraufhin zu überprüfen, wie es sich auf Männer und

Frauen auswirkt. Die CDU muss inhaltliche und personelle Antworten auf die Fragen geben, wie wir Wählerinnen besser ansprechen und sie für die CDU gewinnen können.

Mandatsträger und Mandatsträgerinnen werden in den Kreisverbänden aufgestellt. Nirgendwo ist die Verantwortung für das „CDU-Personal“ so groß. Da Frauen häufig einen anderen Zugang zur politischen Arbeit und zu Führungsämtern haben, benötigen wir nicht nur den guten Willen, sondern eine professionelle Personalentwicklung in den Kreisverbänden. Gewinnen kann die CDU Frauen über Ehrenämter, in denen sie schon sind – also Schulpflegschaften, Kindergartenbeiräte, Berufsverbände, Selbsthilfegruppen usw.. Ein zu wenig genutzter Weg ist die Förderung von Mitarbeiterinnen der Partei. Viele haben dort die Partei kennen gelernt und könnten ihr Wissen in Ämtern und Mandaten für die CDU nutzbar machen.

Die CDU und ihre Vereinigungen und Sonderorganisationen müssen ihren Arbeitsstil ändern. Mit Projektarbeit sind Frauen zur Mitarbeit zu bewegen, und mit Zielorientierung, was in welcher Zeit erreicht werden soll. Frauen leben häufig in einem ausgeklügelten „Zeitmanagement“. Dies muss die CDU berücksichtigen, aber jede Anstrengung wird sich lohnen, Frauen zu gewinnen.

13) **II. Neue Attraktivität der Mitgliedschaft**

Bürgerpartei zu sein, bedeutet für die CDU, so viele Frauen und Männer wie möglich zu aktivem Engagement in der Partei zu bewegen.

Neue Mitglieder bereichern mit ihren Ideen und Erfahrungen die CDU. Deshalb ist die Partei dringend darauf angewiesen, neue Mitglieder zu gewinnen und muss dafür auf allen Ebenen verstärkte Anstrengungen unternehmen. Außerdem muss die jetzige Mitgliedsstruktur der Partei sowohl im Blick auf den Altersaufbau als auch hinsichtlich der soziologischen Struktur (z. B. Frauenanteil, Anteil jüngerer Menschen) repräsentativer

für die Bevölkerungsstruktur werden. Dies ist für die Zukunft der Volkspartei CDU als vitaler Mitgliederpartei von zentraler Bedeutung.

Um neue Mitglieder zu gewinnen, muss deutlicher werden, was es lohnend macht, der CDU beizutreten. Die Mitgliedschaft muss gewichtiger, spannender und verantwortungsvoller werden. Der „Mehrwert“ einer Mitgliedschaft muss deutlich werden. Dabei soll die Partei nicht nur als politische Interessengemeinschaft erfahren werden, sondern auch als Ort von Gemeinschaft und Nachbarschaft mit Ereignis- und Erlebnischarakter. Die CDU muss dem Einzelnen etwas bieten, das er nur dort bekommen kann. In Form von Dienstleistung, in Form von persönlicher Weiterentwicklung und vor allem durch das Privileg der Mitwirkung und Mitentscheidung.

14) **Mitgliederrechte stärken**

Die Attraktivität der Mitgliedschaft in der CDU steigt in erster Linie durch den Ausbau von Mitwirkungs- und Entscheidungsrechten. Jedes Mitglied muss deshalb die grundsätzliche Möglichkeit erhalten, auf alle wesentlichen Entscheidungen in Sach- und Personalfragen – auf welcher Ebene auch immer – Einfluss zu nehmen.

In den Ortsverbänden der CDU haben die Mitglieder schon bisher das volle Entscheidungsrecht in allen Sach- und Personalfragen. Diese Entscheidungskompetenz werden die Mitglieder künftig auch in den Stadt-, Stadtbezirks- und Gemeindeverbänden sowie den Kreisverbänden erhalten können.

15) Wir wollen das Satzungsrecht so ändern, dass folgende Regelungen möglich werden:

- Die Entscheidung über die Anwendung des Delegierten- oder des Mitgliederprinzips treffen die Mitglieder in einer Mitgliederversammlung, sofern mindestens 25 Prozent der Mitglieder eine solche Versammlung wünschen. Die Mitglieder entscheiden auch, für welchen Zeitraum die Verfahrensentscheidung Bestand haben soll. Dies gilt für

die Wahl der Vorstände der Stadtbezirks-, Gemeinde-, Stadt- und Kreisverbände und die Kandidaten der CDU für Direktmandate.

- Auf Kreisparteitagen hat jedes Mitglied des Kreisverbandes Rederecht. Nichtmitgliedern kann dieses Recht durch Mehrheitsbeschluss eingeräumt werden. Die Befugnisse des Versammlungsleiters, die Redezeit zu begrenzen, bleiben hiervon unberührt.
- Innerhalb der in den Satzungen vorgesehenen Antragsfristen hat jedes Mitglied eines Kreisverbandes das Recht, Anträge an den Kreisparteitag zu stellen; der Versammlungsleiter hat die Pflicht, über fristgemäß eingegangene Anträge abstimmen zu lassen. Gleiches gilt für Initiativanträge.

Für die vorstehenden Regelungen ist das Satzungsrecht der Gliederungen – soweit notwendig - bis Ende 2004 anzupassen. Die Bundesgeschäftsstelle stellt dazu Musterformulierungen zur Verfügung.

16) **Mitgliederbefragung**

Der Meinungsfluss von der Basis zu den Vorständen soll durch das Instrument der Mitgliederbefragung bei wesentlichen politischen Entscheidungen gestärkt werden. Mitgliederbefragungen geben der Mitgliedschaft Gewicht; sie können eine wichtige Orientierungshilfe für die Partei und ihre Mandatsträger sein; sie begründen allerdings kein imperatives Mandat.

Zur Stärkung der Mitgliederrechte soll die in § 6 a Statut eröffnete Mitgliederbefragung in Personalangelegenheiten künftig auch bei Sachfragen möglich sein. Eine Mitgliederbefragung auf Bundes-, Landes- oder Kreisebene ist dann durchzuführen, wenn sie von einem Drittel der jeweils nachgeordneten Verbände gefordert wird und die Vorstände der jeweiligen Organisationsstufe dies mit der absoluten Mehrheit ihrer stimmberechtigten Mitglieder beschließen.

Mitgliederbefragungen lassen sich heute preisgünstig und ohne großen Aufwand organisieren, indem vor Ort in den Kreisgeschäftsstellen die Möglichkeit internetgestützter Abstimmungen gegeben wird.

17) **Längere Wahlzyklen: mehr Raum für Diskussion**

Um in Mitgliederveranstaltungen mehr Raum für die politische Diskussion und die Anliegen der Mitglieder zu gewinnen, müssen diese von den zahlreichen und oft als ermüdend empfundenen Wahlverpflichtungen entlastet werden. Die CDU wird daher im Gespräch mit den anderen im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien darauf hinwirken, dass im Gesetz über die politischen Parteien die Möglichkeit eingeräumt wird, den Wahlzyklus von zwei auf drei Jahre zu erhöhen, um insbesondere auf der kommunalen Gliederungsebene Entlastungsmöglichkeiten zu schaffen.

18) **Auf die Interessen der Mitglieder eingehen**

Es muss deutlicher als bisher vor Augen geführt werden, dass die Mitwirkungs- und Mitgestaltungsmöglichkeiten für ein Mitglied der CDU erkennbar größer sind als für ein Nichtmitglied. Ein naturgemäß hohes Interesse haben Mitglieder an Fragen, die das eigene Lebensumfeld am Wohnort betreffen: Schulentwicklungsplanung, Kinderbetreuung Verkehrsprojekte, Bebauungspläne, lokale Wirtschaftsförderung, örtliches Kulturangebot usw.. Die Mitglieder der CDU müssen die Möglichkeit haben, bei wichtigen kommunalpolitischen Fragen im noch offenen Entscheidungs- und Diskussionsprozess ihre Interessen und Vorschläge einzubringen. Parteimitgliedschaft gewinnt in dem Maße an Attraktivität, als die Einflussmöglichkeit auf politische Vorgänge für das Mitglied auch im Ortsverband konkret erfahrbar wird.

Andererseits müssen Betätigungsfelder für diejenigen Mitglieder angeboten werden, die ein besonderes Interesse an Landes-, Bundes- und internationaler Politik haben.

Zur Verbesserung der innerparteilichen Kommunikation und des innerparteilichen Meinungsbildungsprozesses sollen in regelmäßigen Abständen im Bund und in den Ländern für alle Mitglieder offene Regionalkonferenzen mit der jeweiligen Parteiführung durchgeführt werden.

19) **Aktive Mitgliedschaft fördern**

Eine lebendige Volkspartei braucht die engagierte Mitarbeit möglichst vieler Parteimitglieder. Der Stärkung der Rechte des Mitglieds muss eine stärkere Inpflichtnahme der Mitglieder entsprechen. Wir wollen die Bereitschaft jedes Mitglieds der CDU, in seinem Lebensumfeld aktiv für die Politik der CDU werbend und argumentativ einzutreten, deutlich erhöhen. Dies setzt voraus, dass alle Gliederungsebenen ihre Arbeit auch darauf ausrichten, die Mitglieder über Kernfragen der Politik hinreichend zu informieren und die zentralen Argumente der CDU in anschaulicher Form zu präsentieren. Ziel muss es sein, die Verantwortung aller Mitglieder für die Parteiarbeit zu stärken und ihnen ihr öffentliches Eintreten und „Flaggezeigen“ für die Partei zu erleichtern.

Viele Mitglieder der CDU wirken aktiv in Vereinen und Verbänden mit, überzeugen dort durch ihre Mitarbeit und bereiten so auch den Boden für das politische Gespräch. Die Bedeutung dieses wichtigen Engagements für die Gesellschaft und die CDU soll auch dadurch zum Ausdruck kommen, dass bei Vorstandswahlen in der Partei der Gewinnung von CDU-Mitgliedern, die sich im vorpolitischen Raum besonders engagieren, auch besonderer Wert beigemessen wird.

20) **Verantwortung auf viele Schultern verteilen**

Die CDU hat das Ziel, möglichst viele ihrer Mitglieder zur Übernahme politischer Verantwortung in den Vorständen auf allen Gliederungsebenen und den Vereinigungen und Sonderorganisationen zu motivieren. Die Vorstände der CDU arbeiten kollegial bei der politischen Führung der jeweiligen Verbände.

Ein Vorstandsmitglied wird Beauftragter für Mitgliederwerbung. Ziel ist es, durch die Ansprache geeigneter Bürger vor Ort die Fachkompetenz in der Mitgliedschaft möglichst breit zu sichern und damit zur Qualitätssteigerung beizutragen. Über die Mitgliederentwicklung ist in regelmäßigen Abständen Bericht zu erstatten.

Von der Kreisebene aufwärts sollen nicht mehr als drei gewählte Vorstandsämter, unter Berücksichtigung der Vorstandsämter in Vereinigungen und Sonderorganisationen nicht mehr als fünf, gleichzeitig ausgeübt werden.

21) **Neue Formen der Mitgliederwerbung**

Die Mitgliederzahlen der CDU sind bereits seit Beginn der achtziger Jahre rückläufig. Die CDU muss daher über die vorhandenen Einzelinitiativen der Mitgliederwerbung hinaus ein permanentes Projekt ins Leben rufen, um unsere Mitgliederbasis dauerhaft zu verbreitern und um die bekannten Strukturprobleme unserer Mitgliedschaft anzugehen.

Die CDU stellt deshalb ihre Mitgliederwerbung künftig auf zwei Hauptsäulen:

- ein „Botschaftermodell“: Vertreter der örtlichen Partei (Botschafter) besuchen CDU-Sympathisanten, um ihnen eine Mitarbeit in der CDU anzubieten.
- Zusätzlich wird jedes einzelne Mitglied gebeten, Mitglieder im eigenen Freundes- und Bekanntenkreis zu werben (MGM: „Mitglieder gewinnen Mitglieder“).

Erfolgreiche Werbung wird ideell und materiell prämiert.

Wichtige Voraussetzung für den Erfolg der Kampagne ist das Engagement der Orts- und Kreisverbände, die die Adressen sammeln und die Besuche organisieren müssen.

Der Kreisvorstand benennt ein Mitglied, das die Kampagne im Kreisverband koordiniert und mit den „Botschaftern“ der Ortsverbände zusammenarbeitet (Aktionsbeauftragter). Landesverbände und Bundespartei leisten im Rahmen der Kampagne die notwendige

Unterstützung. Die Bundesgeschäftsstelle gibt geeignete Materialien heraus und bietet gemeinsam mit den Landesverbänden Schulungen auf regionaler Ebene an. Außerdem wird ein System der Rückkopplung entwickelt, um alle Kampagneebenen miteinander zu verknüpfen. Die Landesverbände fungieren als Koordinationsstelle zwischen CDU-Bundesgeschäftsstelle und Kreisverbänden. Die Vereinigungen und Sonderorganisationen werden in diese Aktivitäten eingebunden.

22) **Integration und Betreuung von Mitgliedern**

Mit der Erklärung der Bereitschaft zum Beitritt in die CDU ist nur die erste Phase der Mitgliederwerbung abgeschlossen. Zu oft kommt es vor, dass Interessierte wegen der erforderlichen Genehmigung der Aufnahme durch die lokalen Gremien über lange Zeit keine Rückkopplung erhalten. Dieser Prozess muss vereinfacht und durch eine verbindliche Nachricht über den Termin der Aufnahmeentscheidung an die Antragsteller transparent gemacht werden.

Das neu gewonnene Mitglied ist noch kein integriertes Mitglied. Neue Mitglieder fühlen sich häufig in der Partei nicht so integriert wie sie dies erwarten. Sie haben zum Teil keine persönlichen Kontakte in ihren neuen Ortsverbänden und sind mit den dort behandelten Themen nicht vertraut oder haben anderweitige Interessenschwerpunkte für ihr politisches Engagement.

Neue Mitglieder sollen deshalb

- mit einem persönlichen Schreiben des Kreisvorsitzenden begrüßt und über ihre Zugehörigkeit zum jeweiligen Ortsverband und über die Mitwirkungsmöglichkeiten in den Vereinigungen und Sonderorganisationen informiert werden. Zugleich werden die Ortsvorsitzenden vom Kreisverband informiert und gebeten, persönlich Kontakt mit den neuen Mitgliedern aufzunehmen. Wenn neue Mitglieder erstmals an Versammlungen ihrer Ortsverbände teilnehmen, sollten sie die Möglichkeit zur persönli-

chen Vorstellung erhalten. Partei und Vereinigungen und Sonderorganisationen informieren sich gegenseitig über neue Mitglieder,

- einen Ansprechpartner bekommen, der die Mitwirkungsmöglichkeiten erläutert und für Fragen zur Verfügung steht,
- zu einem etwa halbjährlich stattfindenden gemeinsamen Treffen der Neumitglieder eingeladen werden, an dem die führenden Mandatsträger des jeweiligen Kreisverbandes (Kreisvorstand, Abgeordnete) teilnehmen,
- ausdrücklich auf Angebote der Partei zu nicht kommunalpolitischen Themen hingewiesen werden,
- eine Einführung in die Internet-Kommunikationsmöglichkeiten der CDU erhalten.

23) In einer großen Volkspartei wie der CDU bleibt es nicht aus, dass Menschen die Partei aus den verschiedensten Gründen verlassen. Gerade im sensiblen politischen Raum sind manchmal tagesaktuelle Entwicklungen oder abweichende Meinungen zu Einzelthemen ausschlaggebende Faktoren, sein Engagement einzustellen.

Obwohl insgesamt nur wenige Mitglieder die CDU aus politischen Gründen verlassen, ist es eine lohnende Anstrengung, Austritte nicht kommentarlos hinzunehmen, sondern die Austrittswilligen gezielt zu kontaktieren und zu einer Rückkehr zu bewegen. Wo solche Versuche auf lokaler Ebene bereits erfolgen, ergeben sich Rückgewinnungserfolge von bis zu einem Drittel der Kontaktierten. Die systematische Nachbearbeitung von Austritten sollte daher in den Kreisverbänden künftig flächendeckend erfolgen.

24) **Neue Dienstleistungen**

Die Partei muss sich gegenüber ihren Mitgliedern im umfassenden Sinn als Dienstleister begreifen. Das gilt in erster Linie für die Unterstützung der Aktiven in ihrem Engagement

und die Organisation eines breiten Informations-, Meinungsbildungs- und Mitwirkungsprozesses. Daneben sollten aber auch Dienstleistungsmöglichkeiten geprüft werden, die sich durch die gemeinsame Organisation und über das Parteileben im engeren Sinne hinaus eröffnen und den Interessen der Mitglieder gerecht werden.

25) **III. Professionalisierung der Parteiarbeit, Stärkung des Ehrenamts, Optimierung der Organisationskraft**

Die CDU als Bürgerpartei lebt vom Engagement ihrer Mitglieder. Die Bereitschaft vieler Menschen, ehrenamtlich Verantwortung zu übernehmen und Politik zu gestalten, ist ein hohes Gut – für die CDU ebenso wie für eine stabile Demokratie in unserem Land. Neben unser Ziel, die Mitgliederbasis der CDU zu vergrößern, tritt daher die Aufgabe, die Mitglieder in noch höherem Maße als bisher für aktives Mitwirken an der Parteiarbeit zu begeistern, und die Arbeit der Aktiven noch wirkungsvoller zu gestalten.

Die gewählten Gremien, deren Mitglieder auf Orts- und Kreisebene ganz überwiegend ehrenamtlich tätig sind, treffen in der Bürgerpartei CDU die politischen Entscheidungen. Hauptamtliche Mitarbeiter unterstützen die Entscheidungsfindung und setzen die Entscheidungen um.

26) **Kompetenz der Mitglieder fördern und nutzen**

Das politische Ehrenamt ist der beste Garant für eine bürgernahe Politik. Wer sich neben einer Berufstätigkeit ehrenamtlich in der Politik engagiert, kann wichtige zusätzliche Sichtweisen in die Arbeit einbringen. Die CDU setzt sich für eine deutliche Stärkung des Ehrenamts – auch in den Parteien - ein.

Eine wesentlicher Motivationsfaktor für ehrenamtliche Tätigkeit, innerhalb von Parteien und in den vielfältigen Bereichen bürgerschaftlichen Engagements, ist heute die persönliche Weiterbildung - die Gewinnung neuen Wissens, das praktische Erlernen von Füh-

rungs-, Organisations- und Dialogtechniken. Die CDU versteht sich ganz bewusst als Ort, an dem dieses Erfahrungswissen gesammelt werden kann, das dem Einzelnen auch über sein politisches Engagement hinaus wertvollen Nutzen bringt. Im Rahmen der internen Weiterbildung wird die CDU diesem Gedanken besonders Rechnung tragen.

Die Attraktivität der Mitarbeit in der CDU ist auch dadurch zu steigern, dass Mitglieder gezielt nach ihrer Meinung in den Bereichen gefragt werden, in denen sie – in der Regel durch ihre Erfahrung in Beruf oder Ehrenamt – über eine besondere Kompetenz verfügen. Es kann der CDU nur zugute kommen, wenn sie den in der Mitgliedschaft vorhandenen Sachverstand optimal nutzt. Es stärkt zudem die Motivation des Mitglieds, wenn es erfährt, dass sein Sachverstand und Rat von der Partei gefragt und gebraucht werden.

- 27) Um den Sachverstand der Mitglieder nutzen zu können, ist es notwendig, deren Kompetenz- und Interessenschwerpunkte zu erfassen, indem auf der Ebene der Kreisverbände eine Experten- und Kompetenz-Datei angelegt wird. Bei Neueintritten sollte darauf geachtet werden, nach besonderen fachlichen Befähigungen zu fragen; im bestehenden Mitgliederbestand ist durch die Kreisgeschäftsstellen eine entsprechende Umfrageaktion durchzuführen.

Mit Hilfe der Kompetenz-Kartei kann die Mitgliedschaft gezielter als bisher über sie interessierende Aspekte der Politik der CDU informiert werden; umgekehrt ist es möglich, unter fachlich kompetenten Mitgliedern ein qualifiziertes Meinungsbild zu einzelnen Fragestellungen zu erheben oder zu besonderen Veranstaltungen einzuladen. Mittelfristig muss es gelingen, solche Kompetenz-Karteien elektronisch zu führen und innerparteilich zu vernetzen.

- 28) Die CDU wird nicht nur von ihren Mitgliedern, sondern auch von der wesentlich größeren Zahl ihrer Sympathisanten unterstützt. Diese müssen stärker als bisher von der CDU angesprochen, informiert und zur – unter Umständen auch nur zeitlich begrenzten –

Mitarbeit eingeladen werden. Deshalb sollen die Kreisverbände die Mitgliederkarteien vor Ort um eine „Sympathisanten-Kartei“ ergänzen.

29) **Anforderungen an Amts- und Mandatsbewerber**

Über die Auswahl von Kandidatinnen und Kandidaten für Ämter und Mandate erschließt sich die Partei neue Kräfte. Die Aufstellung von Kandidaten dient sowohl der Kontinuität wie auch der Erneuerung; sie sorgt für den notwendigen Wechsel der Führungskräfte und die Offenheit für neue Ideen und Impulse. Die CDU als Volkspartei muss auf allen Ebenen unterschiedliche Lebensalter, Frauen und Männer, die Konfessionen und die verschiedenen Berufe und gesellschaftlichen Gruppierungen integrieren und repräsentieren.

Die Persönlichkeit der Amts- und Mandatsträger der CDU ist von entscheidendem Gewicht für das Bild der Partei nach außen. Persönliche Glaubwürdigkeit bietet dem Bürger die Gewähr, dass die politische Aussage auch tatsächlich verwirklicht wird. Amts- und Mandatsträger müssen in der Lage sein, der CDU durch ihre Persönlichkeit Profil zu geben.

Fachliche Kompetenz, Originalität und Kreativität sowie persönliche Lern- und Einsatzbereitschaft sind weitere unabdingbare Voraussetzungen für die Kandidatur.

Kandidaten der CDU haben in aller Regel ihr Engagement für das Gemeinwohl durch ehrenamtliche Arbeit vor Ort, in Verbänden, Vereinen, Nachbarschaft und Kirchengemeinden unter Beweis gestellt. Die in ehrenamtlicher Arbeit erworbenen Qualifikationen sind bei der Aufstellung von Kandidaten ebenso zu beachten wie berufliche Qualifikationen.

- 30) Bewerberinnen und Bewerber für ein Mandat in einem Landesparlament, im Deutschen Bundestag oder im Europäischen Parlament sollen über eine berufliche Grundlage verfügen, um nicht auf Dauer abhängig vom angestrebten Mandat zu sein. Wir wollen einen

stärkeren Austausch zwischen der allgemeinen Berufswelt und der Tätigkeit als Abgeordneter. Familientätigkeit und Kindererziehungszeiten sind einer Berufstätigkeit gleichzustellen.

Parlamentarische Arbeit muss so organisiert werden, dass sie grundsätzlich Offenheit für alle Berufsgruppen gewährleistet. Die Mandate in Kommunalparlamenten werden neben dem Beruf wahrgenommen. In den Landesparlamenten muss neben der verantwortlichen Mandatswahrnehmung die Möglichkeit zur beruflichen Tätigkeit bestehen bleiben.

31) **Gezielte Förderung neuer Kräfte**

Eine wesentliche Aufgabe insbesondere der Vorstände und der Mandatsträger besteht darin, kontinuierlich für die Heranbildung eines engagierten, fachlich kompetenten und mit persönlicher Ausstrahlung versehenen Nachwuchses Sorge zu tragen. Jüngere Mitglieder, die durch politisches Talent auffallen, müssen gezielt in die Gremien und Arbeitsweise integriert werden. In Mentorenprogrammen können erfahrene Parteimitglieder ihr Wissen an Nachwuchskräfte weitergeben und diese gezielt auf dem Weg in die Politik begleiten.

Bei anstehenden Wahlen muss nachdrücklich dafür geworben werden, jüngeren Kräften einen Vertrauensvorschuss und damit eine Chance zu geben, sich in Ämtern und Funktionen zu bewähren und nach und nach jenen Erfahrungsschatz anzusammeln, auf den ältere Politiker mühelos zugreifen können.

Weibliche Nachwuchskräfte können häufig erst nach der Kinderbetreuungsphase, also erst in mittleren Altersstufen, gewonnen werden. Der Zugang von Frauen in die Politik ist ein gänzlich anderer als der von Männern. Dies muss die Partei berücksichtigen.

Von besonderer Bedeutung ist es, junge Frauen und Männer auch frühzeitig auf der nächst höheren Gliederungsebene zu verankern, um ihnen politisches Gewicht zu wachsen zu lassen. Mandatsträger werden aufgefordert, insbesondere junge politische Be-

gaben als Praktikanten oder Assistenten zu beschäftigen und ihnen auf diese Weise Gelegenheit geben, die politische Praxis gründlich kennen zu lernen.

Die Gremien und Arbeitsweise der Partei vor Ort sowie das Engagement in kommunalen Parlamenten sind grundlegende Erfahrungsfelder für politische Nachwuchskräfte. Daneben müssen aber auch Angebote außerhalb der politischen Praxis genutzt werden, die den lernenden Politiker mit jenen Kenntnissen und praktischen Fertigkeiten ausstatten, die unerlässlich sind: ein fundiertes Wissen über parlamentarische Rhetorik, sicherer Umgang mit gruppendynamischen Prozessen, solide Kenntnisse in modernen Managementmethoden und ein professioneller Umgang mit Medien und anderen Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit. Hier kommt der politischen Bildungsarbeit eine besondere Bedeutung zu. Das Prinzip des lebenslangen Lernens gilt auch in der Politik.

Insbesondere für neue Führungskräfte einschließlich der Ortsvorsitzenden sollen auf Ebene der Landesverbände regelmäßige Schulungsseminare eingerichtet werden.

- 32) Neben der Gewinnung von neuen Mandats- und Funktionsträgern aus den eigenen Reihen ist die CDU als moderne Bürgerpartei grundsätzlich offen für Frauen und Männer, die aufgrund ihrer Erfahrungen in anderen Berufs- und Gesellschaftsbereichen wichtige Impulsgeber und Kompetenzträger an verantwortlicher Stelle in der CDU sein können. Seiteneinsteiger bereichern die Arbeit der CDU.

Zudem muss die Eingliederung eines aktiven Parteimitglieds, das nach einem Umzug einem anderen Kreisverband zugeordnet wird, stärker gefördert werden. Ansonsten gehen der Partei wertvolle Aktive durch berufsbedingte räumliche Veränderungen verloren.

33) **Hauptamtliche Mitarbeiter**

Frauen und Männer, die hauptamtlich in der CDU tätig sind, sind unerlässliche Organisatoren, kommunikative Schnittstellen und kontinuierlich sichernde Erfahrungsträger unserer Partei. Für die CDU stellt sich die große Herausforderung, bei steigenden Anforde-

rungen an hauptamtliche Arbeit in der modernen Kommunikationsgesellschaft und gleichzeitigem Abnehmen finanzieller Spielräume zukunftsfähige Personalstrukturen zu sichern – quantitativ und qualitativ.

Die Gewinnung neuer Talente und die Einarbeitung und Fortbildung hauptamtlicher Mitarbeiter ist eine wichtige Führungsaufgabe der Parteivorstände. Insbesondere die Funktions- und Mandatsträger der CDU sollten darauf bedacht sein, die jeweiligen Vorstände auf Begabte hinzuweisen, die ihr Wissen und ihre Fertigkeiten zum Nutzen der CDU einbringen können.

Von hauptamtlichen Führungskräften ist zu erwarten, dass sie moderne Managementmethoden, Kommunikations- und Personalführungstechniken beherrschen.

Alle hauptamtlichen Mitarbeiter der CDU erhalten zu Beginn ihrer Tätigkeit eine grundlegende Einführung in die Politik und in den organisatorischen Aufbau der CDU. Jeder Mitarbeiter muss über die wesentlichen Arbeitsverfahren informiert sein, bis hin zum Statut, der Geschäftsordnung, der Finanz- und Beitragsordnung sowie der Parteigerichtsordnung. Die Vermittlung dieses Grundlagenwissens obliegt den Landesverbänden in Kooperation mit der Bundespartei.

Der Wissen- und Erfahrungsaustausch zwischen den Gliederungsebenen ist gerade im Bereich der Hauptamtlichen von hoher Bedeutung. Dazu gehören verpflichtende Praktika auf der Kreis-, Landes- und Bundesebene für Kreisgeschäftsführer und Referenten in den Landesgeschäftsstellen und der Bundesgeschäftsstelle.

Außerdem müssen künftig alle in der CDU offenen Stellen zunächst im internen Netz ausgeschrieben werden.

- 34) Hauptamtliche Mitarbeiter der CDU haben auch die Aufgabe, den organisatorischen Rahmen für ein gelungenes ehrenamtliches Engagement zu schaffen. Wer für ehrenamtliche Arbeit eintritt, muss das Ehrenamt vor Überforderung schützen. Wer ein Eh-

renamt übernimmt, darf damit nicht alleine gelassen werden, sondern muss dort unterstützt werden, wo die persönlichen Fertigkeiten und Kräfte nicht ausreichen.

Die hauptamtlichen Mitarbeiter sind wichtiges Bindeglied zwischen Mandats- und Funktionsträgern und der Mitgliedschaft. Sie haben deshalb die besondere Pflicht, in Kenntnis der programmatischen Aussagen und Informationsangebote der Bundes- und Landesparteien und ihrer Vereinigungen, der Fraktionen und des Kreisverbandes für eine bestmögliche Information der Gremien und Mitglieder zu sorgen.

35) **Die Arbeit der Geschäftsstellen**

Die Geschäftsstellen auf allen Ebenen der CDU müssen als moderne Kommunikationszentren und Servicestellen nach innen und außen in Erscheinung treten.

Für Kreis- und Landesgeschäftsstellen sowie für die Bundesgeschäftsstelle gilt gleichermaßen, dass sie sich angesichts enger finanzieller Spielräume auf die Kernbereiche ihrer Arbeit konzentrieren müssen. Ziel der CDU ist es, durch eine klare Aufgabenverteilung und gleichzeitig hochgradige Vernetzung zwischen und innerhalb der einzelnen Ebenen Reibungsverluste abzubauen und Doppelarbeit zu vermeiden.

36) **Kreisgeschäftsstellen**

Die Kreisgeschäftsstellen bilden die wichtigste Organisationsebene in der modernen Bürgerpartei CDU. Die Kreisgeschäftsstellen beraten, betreuen und unterstützen die Orts- und Stadtverbände, Vereinigungen und Sonderorganisationen in ihrer Arbeit.

Die Kreisgeschäftsstellen sind die vorrangige Stätte der Begegnung und des Dialogs mit und zwischen den Mitgliedern und Bürgern. Sie sollen deshalb als Bürgerbüros auch räumlich so eingerichtet sein, dass Bürgerbesuche dort jederzeit möglich sind. Im Rahmen dieser Dienstleistungsfunktion sollen ehrenamtliche Parteimitglieder und Mandats-träger feste Sprechzeiten anbieten und als Gesprächspartner zur Verfügung stehen.

In Zusammenarbeit mit den Ortsverbänden sollen die Kreisgeschäftsstellen Konzepte für regelmäßige Bürgerbefragungen entwickeln.

Wünschenswert ist die Ausstattung der Geschäftsstellen mit einem hauptamtlichen Kreisgeschäftsführer pro Kreisverband. Dort wo die finanziellen Mittel nicht ausreichen um ausreichend hauptamtliches Personal für die Kreisgeschäftsstelle zu finanzieren, kann die Lösung in Teilzeitgeschäftsführern oder in der Einrichtung von Regionalgeschäftsstellen liegen.

Wo aus finanziellen oder personellen Gründen in Kreisgeschäftsstellen bestimmte technische Mittel nicht vorgehalten werden können, empfiehlt es sich, Verwaltungsarbeiten auf Regionalgeschäftsstellen zu konzentrieren, indem dort Technikzentren eingerichtet werden. Dort sollten dann auch die technischen Voraussetzungen für die Einrichtung eines „Dialogcenters“ geschaffen werden, das im Zusammenhang mit Kampagnen aber vor allem im Rahmen der Wahlkämpfe eingesetzt werden kann.

Vor allem in Flächenkreisen muss die Kreispartei über ihren Geschäftsstellenstandort hinaus Präsenz in den Verbänden zeigen. Dabei geht es vor allem darum, dass die Kreisgeschäftsführer Ortsverbände persönlich betreuen und beraten.

Alle Mitglieder sind regelmäßig nach einer E-Mail-Adresse zu befragen, die in die Mitgliederdatenbank einzupflegen ist, damit die Informationsvermittlung zunehmend über das preiswerte Medium Internet erfolgen kann.

37) Landesgeschäftsstellen

Die Landesgeschäftsstellen sind Organisationszentren für die landesweite Parteiarbeit und Dienstleistungszentren für die Bezirks- bzw. Kreisgeschäftsstellen.

Die Entwicklung von Berufsbildern für bestimmte Stellen in den Landesgeschäftsstellen erleichtert die Neueinstellung bei freiwerdenden Positionen und den gezielten Aufbau von Schulungsprogrammen in Zusammenarbeit mit der Bundesgeschäftsstelle.

Die Mitarbeiter der Kreisgeschäftsstelle sollen, regelmäßig organisiert durch die Landesgeschäftsstellen, eine Grundschulung in „Telefonkommunikation“ erhalten.

38) **Bundesgeschäftsstelle**

Die Bundesgeschäftsstelle versteht sich als Dienstleistungszentrum für alle Ebenen der Partei. Sie unterstützt im Rahmen ihrer Möglichkeiten die Arbeit in den Landes- und Kreisgeschäftsstellen in vielfältiger Weise. Sie nimmt die Administration der Bundespartei wahr, sie erstellt die für die inhaltlich-politische Arbeit der CDU notwendigen Texte und Materialien, sie leistet Presse- und PR-Arbeit, sie entwickelt politische Kampagnen und entwirft deren öffentlichkeitswirksame Umsetzung, sie führt die Geschäfte der Gremien der Bundespartei, sie berät nachgeordnete Gliederungen in allen Fragen der politischen Arbeit und sie organisiert politische Veranstaltungen vielfältiger Art.

Von der Arbeit der Bundesgeschäftsstelle profitieren alle nachgeordneten Gliederungen der CDU. Auch deshalb haben sie es übernommen, eine angemessene Finanzausstattung der Bundesgeschäftsstelle sicherzustellen.

Die Bundesgeschäftsstelle hat im Zuge des vom Essener Parteitag 2000 beschlossenen Sanierungskonzepts ihren Personalbestand und ihre Sachkosten erheblich reduziert. Dieses Sanierungskonzept macht eine fortgesetzte Aufgabenkritik zwingend erforderlich, damit die Bundesgeschäftsstelle auch für die Zukunft ihre Kernaufgaben erfüllen kann.

Unverzichtbare Kernaufgaben der Bundesgeschäftsstelle müssen bleiben: die Kommunikation von inhaltlichen Positionen der CDU in tagesaktuellen Fragestellungen, die Führung von Kampagnen und Wahlkämpfen, die Organisation der Partei und ihrer Großveranstaltungen, die Geschäftsführung der Gremien auf Bundesebene und die

anstaltungen, die Geschäftsführung der Gremien auf Bundesebene und die inhaltliche Programmarbeit.

- 39) Die Anforderungen an die CDU-Geschäftsstellen und damit vor allem an die darin beschäftigten hauptamtlichen Mitarbeiter werden immer anspruchsvoller. Deshalb kommt der Personalauswahl, der Schulung und der Weiterbildung in Zukunft eine noch größere Bedeutung zu.

Aufgrund der teilweise stark von einander abweichenden finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen zwischen den Landes- und Kreisverbänden gibt es zur Zeit keine einheitlichen Standards und Aufgabenprofile für die Einstellung von Kreisgeschäftsführern. Die Bundesgeschäftsstelle wird deshalb beauftragt, ein einheitliches Anforderungsprofil zu entwickeln, das für alle Verbandsstufen als Anhaltspunkt für die Einstellung von Kreisgeschäftsführern dient. Dieses Profil soll insbesondere die Mindestqualifikation deutlich beschreiben.

Alle neu eingestellten Kreisgeschäftsführer erhalten durch die Bundesgeschäftsstelle eine Grundschulung in den Themen Parteiengesetz, Satzungsfragen, Wahlkampf, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.

Die Landesgeschäftsführerkonferenz soll, über die aktuelle Abstimmung und die Planung bevorstehender Kampagnen hinaus, mindestens einmal jährlich zum Erfahrung- und Ideenaustausch zusammenkommen. Die Landesgeschäftsführerkonferenz bildet außerdem einen „Ständigen Ausschuss für Weiterbildung“, dem die Aufgabe übertragen wird, Konzepte und Strategien für die Fortbildung insbesondere hauptamtlicher Mitarbeiter zu entwickeln. Dabei ist auch externer Sachverstand beizuziehen.

Die Bundesgeschäftsstelle wird in Zusammenarbeit mit Mitarbeitern aus Landes- und Kreisgeschäftsstellen Musterseminare erarbeiten, die den Landes- und Kreisverbänden angeboten werden. Ein wichtiges Thema ist die effiziente Arbeit im Kreis- und Ortsverband. Die Bundesgeschäftsstelle wird entsprechende Programminhalte entwickeln und

eine innerparteiliche Expertenbörse als Referentenfundus aufbauen. Die Landes- und Kreisverbände führen die Seminare in eigener Verantwortung durch.

Ein weiteres wichtiges Schulungselement besteht in der Entwicklung eines Ortsvorsitzenden-Handbuchs durch die Bundesgeschäftsstelle, das insbesondere neuen Ortsvorsitzenden eine rechtliche und organisatorische Hilfestellung sowie Anregungen für die inhaltliche Arbeit gibt.

Zur Optimierung des Spendenaufkommens und zur gegenseitigen Information sollen regelmäßig Treffen der Schatzmeister auf Landes- und Kreisebene zum Thema „Fundraising“ veranstaltet werden.

- 40) Technische Kompatibilität, insbesondere im Rahmen moderner Kommunikation, ist eine unerlässliche Voraussetzung für zeitgemäße und effiziente Arbeit der gesamten Partei. Um dieses Ziel zu erreichen, wird die CDU-Bundesgeschäftsstelle technische Mindeststandards für die Ausrüstung von Landes- und Kreisgeschäftsstellen entwickeln. Im Zusammenhang mit konkreten Empfehlungen können dabei auch Rabatte bei der Neuanschaffung von Geräten, Hardware oder Software erreicht werden.

41) **Stärkung der Organisationskraft in den neuen Bundesländern**

In den neuen Bundesländern steht die Parteiarbeit der CDU strukturell und organisatorisch vor besonderen Herausforderungen. Dies gilt insbesondere für die Gewinnung von Mitgliedern und Aktiven. Die wichtigste Ursache liegt in der politischen Kultur in den neuen Bundesländern, gekennzeichnet durch die Erosion bürgerlicher Milieus in 40 Jahren DDR, die weitgehende Säkularisierung der Gesellschaft und die immer noch vorhandene Distanz zum politischen System der Bundesrepublik Deutschland.

Eine weitere Besonderheit der politischen Landschaft in den Neuen Bundesländern ist das weitgehende Fehlen von Stammwählern, einhergehend mit erheblichen Schwankungen parteipolitischer Zustimmung in kurzen Zeitabständen.

Trotz dieser schwierigen Ausgangslage hat die CDU alle Chancen, in der gesamten Bundesrepublik eine lebendige Mitgliederpartei zu sein. Das entstehende neue Bürgertum und die hohe Sympathie gerade bei den jungen und bei den im Arbeitsleben stehenden Bevölkerungsgruppen bilden wichtige Ansatzpunkte für die Arbeit der CDU in den neuen Bundesländern. Jetzt bietet sich die Möglichkeit, noch nicht festgelegte Multiplikatoren und Milieus für die CDU zu gewinnen. Besondere Chancen ergeben sich auch durch eine intensive Verknüpfung der CDU-Arbeit mit regionalen Traditionen, Themen und Symbolen.

- 42) Angesichts der im Vergleich geringen Mitgliederzahl und der dieser gegenüberstehenden Zahl ausfüllender Funktionen im politischen und vorpolitischen Raum gibt es eine große Anzahl von Mitgliedern, die auf allen gesellschaftlichen Ebenen Aufgaben übernommen haben.

Die Mitgliederwerbung wird in den kommenden Jahren Priorität in allen ostdeutschen Landesverbänden haben. Voraussetzung für eine erfolgreiche Mitgliederentwicklung sind funktionierende Strukturen vor Ort. Ortsverbände und Kreisverbände bilden die Basis. Hier beginnt die Mitgliederwerbung und ist immer dann erfolgreich, wenn Ortsvorstand und Kreisvorstand diese zur Chefsache machen. Nur wenn wir die Mitgliederwerbung forcieren, wird es in Zukunft möglich sein, Bewerber für die von der CDU zu besetzenden Mandate in ausreichendem Maß aus der Mitgliedschaft zu gewinnen.

Für Kommunalwahlen wird es auf absehbare Zeit weiter wichtig sein, auch parteilose Kandidaten für die Listen der CDU zu gewinnen. Aufgabe der Ortsverbände, Stadt- und Kreisverbände ist es, diese ehrenamtlichen Mandatsträger mittelfristig von einer Mitgliedschaft in der CDU zu überzeugen.

- 43) Parteiarbeit braucht eine gesunde finanzielle Grundlage. Die im Verhältnis zu den alten Bundesländern geringe Mitgliederzahl führt dazu, dass die Finanzierung der Strukturen in den ostdeutschen Landesverbänden schwierig ist. Die CDU in den neuen Ländern hat

beim Aufbau und bei der Unterhaltung ihrer Strukturen wertvolle Hilfe durch die Landesverbände in den alten Ländern erfahren. Auf diese gelebte Solidarität werden die Landesverbände in Ostdeutschland weiter angewiesen sein.

Um in der föderal organisierten Bundespartei auch gestalterischen Einfluss zu haben, ist anzustreben, dass die Verbände in den neuen Ländern langfristig finanziell auf eigenen Füßen stehen. Angesichts der besonderen Auswirkung der Wirtschaftslage in den neuen Ländern auf das Spendenaufkommen kommt dabei den Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen für die Zukunft große Bedeutung zu.

Eine besondere Unterstützung und Ausdruck gelebter innerparteilicher Solidarität sind auch die zahlreichen Partnerschaftsprojekte von Partei- und Vereinigungsgliederungen aus den neuen und alten Bundesländern. Diese Form der direkten Zusammenarbeit zu fördern, ist eine Aufgabe für die gesamte Partei und ihre Vereinigungen.

44) **Reform der Arbeit der Vereinigungen und Sonderorganisationen**

Die Vereinigungen und Sonderorganisationen der CDU nehmen eine unverzichtbare Mittlerrolle zwischen Partei und Gesellschaft ein. Dies beinhaltet den Ideen-, Interessen- und Erfahrungstransfer aus gesellschaftlichen Gruppen in die Parteiarbeit ebenso wie das offensive Werben und geschlossene Eintreten für die von der Partei gefassten Beschlüsse in der Gesellschaft. Die Vereinigungen und Sonderorganisationen müssen diese Brückenfunktion in beide Richtungen erfüllen.

Dazu gehört, dass das Hineinwirken in Verbände und Organisationen in den jeweiligen Arbeitsfeldern - durch gemeinsame Veranstaltungen, gezielte Öffentlichkeitsarbeit und persönliches Engagement - in einer gesunden Gewichtung zur internen Arbeit stehen muss. Die bloße Abbildung der Parteistrukturen auf Vereinigungen und Sonderorganisationen ist für deren politische Arbeit in manchen Bereichen eher hinderlich als förderlich.

- 45) Die Vereinigungen und Sonderorganisationen können in ihren internen Strukturen flexibler arbeiten als die Partei. Die Forderung des Statuts, dass die Vereinigungen die Strukturen der Partei abbilden sollen, ist nicht immer einhaltbar. In solchen Fällen sollen die Landesverbände im Einvernehmen mit den Vereinigungen die Möglichkeit haben, die wichtige Brückenfunktion der Vereinigungen und Sonderorganisationen auch in vom Regelfall der Satzung abweichenden Strukturen wahrzunehmen.
- 46) Weiterhin wird künftig im Sinne des Gleichheitsgrundsatzes allen Vereinigungen und Sonderorganisationen, bei denen die Mitgliedschaft auf einer gesonderten Entscheidung beruht, das Recht eingeräumt, frei darüber zu entscheiden, ob sie von ihren Mitgliedern eigene Beiträge erheben wollen. Die Vereinigungen und Sonderorganisationen sind aufgefordert, eine eventuelle Beitragserhebung so zu gestalten, dass Konflikte zwischen der CDU-Mitgliedschaft und der Mitgliedschaft in der Vereinigung bzw. Sonderorganisation vermieden werden.

Im Rahmen der Kassenführung der Vereinigungen bildet grundsätzlich die Kreisebene die unterste Ebene. In Abstimmung mit dem jeweiligen CDU-Kreisvorstand kann die Kassenführung in Ausnahmefällen auch auf der Ortsverbands- und Stadtverbands-ebene gestattet werden, um die steuerlichen Freigrenzen für die besonders aktiven Gliederungen nutzen zu können. Die Einnahmen und Ausgaben sowie die dazugehörigen Belege sind unter voller Aufsicht der Kreisverbände zu führen.

- 47) Die Vereinigungen und Sonderorganisationen führen vielfach Bürger in das Umfeld der CDU, die sich aus verschiedenen Gründen nicht in der Partei selbst binden oder engagieren wollen. Auch dies trägt zur gesellschaftlichen Verankerung der CDU bei. Dennoch gilt auch für die Vereinigungen und Sonderorganisationen das erstrebenswerte Ziel, möglichst viele ihrer Mitglieder auch von einer Mitgliedschaft in der CDU zu überzeugen. In diesem Zusammenhang sollen insbesondere Wege geprüft werden, wie man die Mitglieder der Jungen Union rechtzeitig vor Erreichen der Altersgrenze für die CDU-Mitgliedschaft gewinnen kann.

48) **IV. Moderne Kommunikation und Dienstleistung, Dialog- und Bindungsmanagement**

Bürger und Mitglieder stellen heute an die politische Kommunikation wachsende Ansprüche. Das betrifft vor allem

- die Bedeutung der Informationen für den Empfänger,
- die Geschwindigkeit der Kommunikation und
- die Möglichkeit der Teilhabe und Rückmeldung.

Um im politischen Wettbewerb erfolgreich zu sein, muss die CDU diesen Anforderungen auf allen Parteebenen gerecht werden.

49) In den Zeiten der Informationsflut müssen Botschaften zielgruppenspezifisch vermittelt werden, damit die Empfänger diese überhaupt noch wahrnehmen. Arbeitnehmer erwarten von der CDU andere Informationen als Rentner, Alleinerziehende haben andere Interessen als mittelständische Unternehmer. Das betrifft die Inhalte selbst, aber auch ihre Präsentation. Die gewachsene Vielfalt von Informationswegen und -bedürfnissen kann in der Parteikommunikation nicht in allen Verästelungen abgebildet werden. Aber es bedarf zusätzlicher Anstrengungen für eine zielgruppengerechte Ansprache.

50) Mit den modernen Technologien von Internet oder Mobilfunk hat sich die Geschwindigkeit der Kommunikation deutlich erhöht. Es wird selbstverständlich vorausgesetzt, dass Informationen zeitlich unmittelbar zugänglich sind und Reaktionen prompt erfolgen. Gleichzeitig hat das geschlossene Auftreten der Partei für die mediale Wirkung weiter an Bedeutung gewonnen. Das hat zur Folge, dass Informationen, Positionen und Argumente schnell verfügbar sein müssen, um den Reaktionsnotwendigkeiten Rechnung zu tragen und die Einheitlichkeit der Kommunikation zu ermöglichen.

51) Die Ausbreitung von Internet und E-Mail hat bei den politisch aktiven Mitgliedern und Bürgern die Erwartungen an Teilhabechancen in politischen Diskussionen erhöht. Bür-

ger und Mitglieder wollen nicht nur Informationen empfangen, sie suchen den Meinungsaustausch und die Beteiligung an der Willensbildung – auch jenseits der gewohnten Formen, Regularien und Orte des Parteilebens.

Diese Anforderungen bestimmen die Weiterentwicklung der parteiinternen und öffentlichen Kommunikation der CDU.

52) **Parteiinterne Kommunikation**

Die Instrumente der parteiinternen Kommunikation der CDU sind weiter zu stärken.

Der bestehende SMS-Dienst der Bundesgeschäftsstelle soll auf die Kreisverbände ausgedehnt werden. Die guten Erfahrungen der Bundesgeschäftsstelle mit diesem System sollen von den Verbänden auf ihre Verhältnisse hin angepasst und umgesetzt werden.

- 53) Auf Bundesebene muss die Nutzung des Mitgliedernetzes (www.cdunet.de) ausgebaut werden. Dazu soll künftig ein aktueller elektronischer Mitglieder-Newsletter regelmäßig in kurzen Abständen im Mitgliedernetz eingestellt werden. Das Mitgliedernetz muss so gestaltet sein, das es dem einzelnen Mitglied einen umfassenden Überblick über die Beschlusslage und programmatischen Projekte der Partei vermittelt.

Daneben sollen auf der Grundlage einer technischen Weiterentwicklung neue Funktionen ermöglicht werden, die dem CDUnet einen echten Community-Charakter geben und die Attraktivität für Mitglieder erhöhen. In diesem Zusammenhang sollen Mitglieder die Möglichkeit erhalten, eine eigene E-Mail-Adresse mit „cdunet.de“-Kennung einzurichten.

Weiterhin werden Mitgliedergruppen, die sich im CDUnet selbstständig unter thematischen Gesichtspunkten zusammenschließen, für ihren Bereich Redaktionsrechte eingeräumt. Diese virtuellen Arbeitskreise bieten insbesondere für diejenigen, die häufig den Wohn- oder Arbeitsort wechseln, einen guten Anknüpfungspunkt für ihr politisches Engagement. Die virtuellen Arbeitskreise sollen Kontaktmöglichkeiten mit der Bundespartei

ebenso wie mit der Kreis- und Landesebene erhalten, um einen regen Dialog und einen Ideentransfer in die programmatische Arbeit der CDU zu gewährleisten.

- 54) Die E-Mail-Kommunikation ist ein Kernstück der Informationsqualität und der Kampagnenfähigkeit einer politischen Partei. Die CDU muss sicherstellen, dass sie bis hin zum Ortsverband auf diesem Weg vernetzt ist. Eine tatsächlich auch genutzte e-mail-Adresse für jeden Orts- und Stadtverband ist eine Aufgabe, die bis zum Europawahlkampf bewältigt werden muss. Dazu müssen alle Ebenen der Partei zusammenarbeiten. Die Erhebung und Pflege dieser E-Mail-Adressen ist in erster Linie Aufgabe der Kreisverbände.
- 55) Damit ist auch eine entscheidende Grundlage angesprochen, die zur Anwendung moderner Kommunikationsstrategien erfüllt sein muss: Erhebung und Pflege von Empfängerdaten. Dazu muss die Qualität der zentralen Mitgliederdatei (ZMD) deutlich erhöht werden. Vordringlich sind folgende Maßnahmen:
- Bei allen Gliederungen und den Vereinigungen soll künftig ein gleich aktueller Datensatz bestehen. Zukünftig werden deshalb Mitgliederdaten verschlüsselt per Internet statt wie bisher per Wählleitung direkt an alle beteiligten Ebenen weitergeleitet (so genanntes Virtual Private Network - VPN).
 - Die Zusammenarbeit aller Gliederungen bei der Pflege der Daten wird durch Schreibrechte für Landesverbände und Bundesgeschäftsstelle zusätzlich zur bisherigen Bearbeitung durch die Kreisverbände auf eine neue Stufe gestellt. Informationen über die Kontaktdaten der Mitglieder müssen künftig dort eingepflegt werden, wo sie die CDU erreichen. Die Kreisverbände werden über Änderungen der Datensätze umgehend informiert.
 - Die Mitglieder werden durch die Kreisverbände regelmäßig zu Änderungen ihrer Angaben befragt. Aufgabe der Kreisgeschäftsstellen ist es, die Mitgliederdaten zu pflegen und zu aktualisieren. Das gilt insbesondere für Beitragsdaten.

56) Informationsangebote für Bürgerinnen und Bürger

Die Informationsquelle, die das Bild der Bürgerinnen und Bürger von der CDU ganz wesentlich prägt, sind die Massenmedien. Hinzu kommen Erfahrungen aus dem direkten Kontakt mit der CDU und die Kommunikation über die eigenen Angebote der Partei.

Die Informationsangebote der CDU für Bürgerinnen und Bürger müssen ausgebaut werden:

Beim Ausbau und Relaunch von www.cdu.de wird die Homepage noch stärker zum Einstiegsportal in die CDU-Web-Welt entwickelt. Darüber hinaus soll das zielgruppenspezifische Angebot, z.B. die thematisch orientierten Newsletter, ausgeweitet werden.

Das Angebot der Bundespartei ist nur ein Element. Ziel muss sein, auch die Online-Auftritte der CDU-Gliederungen quantitativ und qualitativ zu verstärken. Dazu bedarf es auch zusätzlicher Service-Angebote der Bundesgeschäftsstelle im technischen Bereich, wie der Einführung der neuen Mitgliederdatenverwaltung und der gemeinsamen Nutzung von Redaktionssystemen.

Um zusätzliche Anreize und Anregungen zu geben, wird die Bundesgeschäftsstelle aufgefordert, ein regelmäßiges Ranking der Internet-Auftritte der CDU-Verbände sowie deren Vereinigungen und Sonderorganisationen zu initiieren.

- 57) Jeder Orts-, Stadt- und Kreisverband muss darauf Wert legen, dass sich in seinem Verband ein Mitglied speziell dem Themenbereich Internet und Online-Kommunikation widmet. Diese Internet-Beauftragten haben die Aufgabe, in Abstimmung mit den Vorständen Internet-Angebote aufzubauen und zu betreuen. Die Internet-Beauftragten sind, soweit sie nicht Mitglied der jeweiligen Vorstände sind, zu den Sitzungen einzuladen.

Die Internet-Beauftragten der Kreisverbände müssen dem jeweiligen Landesverband und der Bundesgeschäftsstelle genannt werden, um den Erfahrungsaustausch zu gewährleisten und gezielte Qualifizierung anbieten zu können.

58) **Kommunikation nach Maß: Direkt und individuell**

Die CDU hat täglich Tausende von direkten Kontakten mit Bürgern: In Veranstaltungen, per Aktionen und in Sprechstunden, per Telefon Brief, Fax, E-Mail: durch die Nutzung von Internetseiten und Diskussionsforen. Tag für Tag entsteht also in der CDU ein immenses Wissen um die Anliegen, die Stimmung, die Informationsbedürfnisse, die Meinung von Menschen. Dieses Wissen ist vorhanden, aber es bleibt vielfach unerschlossen.

Ziel der CDU ist, den Kontakt mit den Bürgern und Mitgliedern gezielt und dem jeweiligen Kommunikationsbedürfnis entsprechend auszubauen. Der Einzelne soll mit geringem Aufwand seinerseits einen individuellen und konkreten Informations- und Beratungsservice durch die CDU erhalten – bis hin zu personalisierten Newslettern und Internetinhalten entsprechend seinen Interessenschwerpunkten.

Die CDU wird deshalb eine Technologie einführen, die alle Kommunikationswege (Telefon, Telefax, E-Mail, Internet, etc.) zusammenführt und die vorhandenen sowie zukünftigen individuellen Kommunikationsdaten in einer Datenbank erfasst (Customer-Relationship-Management-System, CRM). Die Aufbereitung dieser Daten wird zu einer erheblichen Wirkungssteigerung in der Arbeit aller Gliederungen führen.

Es geht bei der Einführung dieses Dialog- und Bindungsmanagement-Systems um technische Innovationen, vor allem aber um eine Verhaltensänderung. Indem jede Ebene der Partei diese Datenbank speist und nutzt, wird ein erheblicher innerparteilicher Synergieeffekt erzielt. In dem so entstehenden neuen Kommunikationsverbund der CDU kann jeder Kreisverband die für ihn relevanten Bürgerkontakte der Bundesgeschäftsstelle

le oder der Landesgeschäftsstelle nutzen, etwa bei der Einladung zu themenspezifischen Veranstaltungen oder im Rahmen der Mitgliederwerbung, und umgekehrt.

Die Einführung des Systems soll schrittweise erfolgen, beginnend mit einer Datenbank für alle Arbeitseinheiten des Konrad-Adenauer-Hauses, fortgesetzt über Modellversuche in einzelnen Kreis- und Landesverbänden bis hin zur Erweiterung auf alle Gliederungen der CDU.

Die Einführung von CRM soll noch im Jahr 2003 beginnen. Vertreter von Landes- und Kreisverbänden werden in die Projektentwicklung einbezogen.

59) **Corporate Identity: Wo CDU drin ist, muss auch CDU draufstehen**

Eine Stärke der CDU ist ihre Vielfalt. Sie drückt sich in den Vereinigungen, vor allem aber in der regionalen und lokalen Verwurzelung der Partei aus. Vielfalt bestimmt auch das kommunikative Bild der CDU. Vereinigungen, Landes-, Kreis- und Ortsverbände präsentieren sich in unterschiedlichsten Gestaltungsvarianten bei Formen, Farben, Bildsprachen, Logos. Das erweitert für die Bürgerinnen und Bürger die Anreize, sich mit der CDU zu identifizieren und ist deshalb prinzipiell ein Gewinn für eine Bürgerpartei.

Gleichzeitig ist Unverwechselbarkeit in der modernen Kommunikation angesichts der Überflutung mit Werbebotschaften ein hohes Gut geworden. Eine gemeinsame Form des öffentlichen Auftritts bedeutet schnelle Erkennbarkeit, höhere Aufmerksamkeit und damit bessere Wirkung von Botschaften.

Die Aufgabe für die CDU liegt deshalb darin, die Gemeinsamkeit auch im Erscheinungsbild auszubauen ohne die Vielfalt zu ersticken. Die Basis dafür ist das Logo der CDU, das die Partei zwischen Flensburg und Konstanz verbindet. Auf dieser Basis muss der gemeinsame öffentliche Auftritt der CDU weiter entwickelt werden. Das betrifft die Kommunikation über Plakate und Broschüren genauso wie die Internet-Angebote, die Optik

Optik bei Veranstaltungen und Strassenaktionen oder die Gestaltung von Pressemitteilungen, Briefbögen etc.

Unabhängig davon, auf welchem Weg die CDU mit den Bürgerinnen und Bürgern kommuniziert, die Gemeinsamkeit der Form ist ein wichtiger Teil der Botschaft. Das Ziel ist ein frisches Erscheinungsbild der CDU auf allen Ebenen mit stärkeren Gemeinsamkeiten und mit Raum für Besonderheiten.

Die CDU muss die Zeit bis zum Europa-Wahlkampf nutzen, um eine neue „Corporate Identity“ zu entwickeln und in der Partei zu verankern.

Der Erfolg hängt von der Disziplin aller Anwender bei der Einhaltung der entwickelten Regeln und von einem guten Service für die Anwender ab. Dabei gilt: Die Vorgabe einer einheitlichen Werbelinie ist Aufgabe der Bundesgeschäftsstelle. Um eine zeitgemäße Corporate Identity sicherzustellen, sind die Landesverbände, Kreisverbände und Vereinigungen verpflichtet, ihre jeweilige Werbelinie auf dieses gemeinsame Erscheinungsbild auszurichten. Bei der Entwicklung wird die Bundesgeschäftsstelle die Erfahrungen und Bedürfnisse von Anwendern auf allen Ebenen von Beginn an einbeziehen.