



SCHÜLER
UNION
NRW

Machen wir die CDU zukunftsfit!
Beschluss des Landesausschusses

Hrsg.:
Schüler Union Nordrhein-Westfalen
Der Landesgeschäftsführer
Wasserstraße 5
40213 Düsseldorf

Machen wir die CDU Zukunftsfit!

Beschluss des Landesausschusses

Gliederung

1. Historische Verantwortung der CDU
2. Problematik
3. Anforderungen
 - a. Die CDU in sozialen Medien
 - b. Die CDU als Programmpartei
 - c. Die CDU als „Generation Zukunft“!?
 - d. Die CDU als Partei der internen Kommunikation
 - e. Die CDU als handlungsfähige Partei
4. Forderungen

Historische Verantwortung der CDU

Die Christlich Demokratische Union Deutschlands hat seit 1949 in Deutschland 50 Jahre Regierungserfahrung gesammelt und dieses Land geprägt wie keine weitere Partei. Große Politiker wie Konrad Adenauer, Helmut Kohl oder auch Angela Merkel prägten diese Partei und damit unser Heimatland durch. Die CDU hat sich immer als Partei der Bürgerinnen und Bürger gezeigt. Die Umfragewerte und die Wahlergebnisse der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands in den letzten Jahren haben die Christlich Demokratische Union Deutschlands zur einzigen Volkspartei in Deutschland gemacht. Das Erstarken populistischer Parteien wie der „Alternative für Deutschland“ oder die rasante Entwicklung von „Bündnis 90/Grüne“ zeigen, dass die Parteienwelt im Umbruch ist.

Nicht zuletzt die Wiedervereinigung zeigt die historische Verantwortung der CDU: Zusammenführen und zusammenführen ist einer der wichtigsten Grundsätze der Parteiarbeit der CDU.

Problematik

Die CDU erreicht kaum junge Wählergruppen. Die Gesellschaft verschiebt sich in der Hinsicht, dass man vermehrt über soziale Netzwerke und nicht mehr über die Zeitung informiert.

Der politische Zeitgeist verändert sich ebenfalls: Organisationen wie „Fridays for Future“ erregen zunehmend mehr Aufmerksamkeit und beeinflussen auch die politischen Wahlen.

Aufgrund des Alters der Partei ist die Kommunikation und der Aufbau oft nur begrenzt modern: Vieles wird per Post statt per Mail verschickt, offline-Wahlkampf wird immer unbedeutender und in den sozialen Medien erreicht die Partei verglichen mit anderen Parteien kaum Leute.

Verbale Angriffe anderer Parteien und Personen auf neuen Kommunikationswegen wie beispielsweise Rezos Video „Die Zerstörung der CDU“ erreichen große Reichweiten. Die Reaktion der Bundespartei – ein deutlich verspätetes 11-seitiges PDF-Dokument – ist weder eine angemessene Reaktion, noch erreicht es die Zielgruppe.

Die Wahlergebnisse der CDU bei jungen Menschen sinken seit Jahren. Das aktuelle Wählerklientel verstirbt nach und nach oder wandert zu anderen Parteien. Um in Zukunft weiter erfolgreich das Land gestalten zu können, benötigt es Veränderung in der Kommunikation und auch in der Grundhaltung der Partei.

Anforderungen

CDU in den sozialen Medien

Diese Problematik resultiert aus der fehlenden Erfüllung der Anforderungen, die insbesondere jüngere Generationen an die CDU stellen. Durch die zunehmend hohe Präsenz jüngerer Bürgerinnen und Bürger in sozialen Netzwerken entsteht die Notwendigkeit, digitale Medien und hierbei v.a. ebendiese Netzwerke zur Selbstpräsentation der Partei zu nutzen. Zunächst erfordert dies eine einheitliche Strategie.

Zu nennen wären beispielsweise eine weitergehende Verständigung zwischen einzelnen Verbänden der CDU auf eine Vertiefung der Förderung der Abgeordneten, der Abgeordneten auf lokaler wie (supra-)nationaler Ebene im Rahmen einer tiefgreifenden Neustrukturierung und eines deutlichen Ausbaus vorhandener Medienpräsenzen, ganz besonders in sozialen Netzwerken. Viele Abgeordnete und Verbände informieren die interessierten Bürgerinnen und Bürger in den digitalen Medien kaum.

Hierbei in gesonderter Weise vorauszusetzen ist jedoch eine Vereinheitlichung bestehender und neuer Standards für die Selbstdarstellung auf diesen Kanälen, um eine ungewollte Entstehung von Differenzen zwischen Verbänden und Ebenen und die damit verbundenen Klarheiten bei Nutzern der sozialen Netzwerke (welche durch eine solche Medienstrategie verhindert werden sollen) einzudämmen und zu verhindern.

Aus den sozialen Netzwerken lässt sich außerdem eine Mitgliedereinbindung erleichtert durchführen – insbesondere bei programmatischen Entscheidungen ist die Kurzfristigkeit der digitalen Welt ein großer Vorteil.

CDU als Programmpartei

Weiterhin stellt die junge Generation der CDU die Aufgabe gemeinsame Standpunkte in Bezug auf aktuelle Themen wie die wöchentlichen Demonstrationen im Rahmen von Fridays for Future und die Forderungen dieser Gruppierung sowie kurzfristig aufkommende Kritik gegenüber der CDU wie im Rezo-Video zu entwickeln, um infolgedessen einen einhelligen und einheitlichen Umgang mit diesen zu ermöglichen.

Die CDU muss zur Erfüllung dieser Aufgabe unter Berücksichtigung ihrer Wurzeln stärker als bislang Lösungen auf diese und weitere Problemstellungen bieten. Dies trägt dazu bei, dass die CDU in ihrer Funktion als Regierungspartei ihre Forderungen klarer, präziser sowie öffentlichkeitswirksamer darstellen.

In der heutigen Zeit ist es der jungen Bevölkerung wichtiger denn je, dass Parteien Antworten auf den Klimawandel finden: So muss die CDU im Sinne ihrer Tradition Möglichkeiten zur Bewahrung der Schöpfung durch einen weitergehenden Klimaschutz finden. Andererseits darf sie die Belange der durch die Energiewende betroffenen Bürgerinnen und Bürger nicht außer Acht lassen, indem sie für einen bestmöglichen Übergang hin zu erneuerbaren Energien sorgt.

CDU als „Generation Zukunft“!?

Zudem fühlen sich viele junge Bürgerinnen und Bürger mit ihrer Meinung in der Digitalpolitik der CDU nicht vertreten. Besonders Artikel 17 der EU-Urheberrechtsreform rief unter zahlreichen Jugendlichen und jungen Erwachsenen Empörung hervor.

Um also junge Wähler an sich binden zu können, ist es essenziell, in Zusammenarbeit mit JU und SU künftig geeignete Lösungsansätze auf von diesen jungen Bürgerinnen und Bürgern als wichtig eingestufte Fragen zu entwickeln.

Transparenz ist eine weitere wichtige Baustelle, der wir uns stellen müssen. Auch viele Bürgerinnen und Bürger kritisieren nicht zuletzt das Postengeschachere hinter verschlossenen Türen und eine auf gleichem Wege stattfindende Behandlung von Vorschlägen der Basis.

Dies hat trotz guter thematischer Grundlagen mit zu einer Abwanderung besonders jüngerer Wählerinnen und Wähler hin zu anderen Parteien geführt.

Wir fordern daher eine stärkere Einbindung der Basis sowie der Bürgerinnen und Bürger im Entscheidungs- wie im Ideenfindungsprozess.

CDU als Partei der internen Kommunikation

Mit über 400.000 Mitgliedern ist es eine besondere Herausforderung, die Mitglieder angemessen und zügig in die aktive Parteiarbeit einzubinden. Viele Mitglieder sind jedoch von Alleingängen der Bundespartei und der mangelnden Kommunikation seitens des Bundesvorstandes genervt.

Bundes-, Landes- und Kreisparteien müssen Distanz zu Ihren Mitgliedern abbauen – denn jemand, der sich dafür entscheidet, Haltung zu zeigen und Mitglied zu werden, möchte sich auch aktiv engagieren. Dazu gehört in der Regel mehr als hin und wieder bei Wahlkämpfen mit zu wirken.

Ein Ausbau des Mitgliedernetzwerkes CDUplus kann hier Abhilfe schaffen. Die CDU-Mitgliedermailings können und müssen ausgeweitet werden, sodass die Basismitglieder für Argumentationen mit Informationen versorgt werden. Auch halten wir den Anspruch der Mitglieder, interne Informationen zu erlangen, für angemessen.

CDU als handlungsfähige Partei

Die CDU hat sich in der letzten Zeit als zunehmend handlungsunfähig präsentiert. Die Reaktion des Konrad-Adenauer-Hauses auf das Rezo-Video bestätigt diesen Eindruck: Es dauerte eine lange Zeit bis eine Reaktion kam – und das war eine elfseitige PDF-Datei.

Der Parteiapparat ist zu langsam, zu träge und wagt nichts.

Das muss sich ändern.

Deshalb fordern wir:

- Das Erarbeiten einer einheitlichen Kampagnenstrategie, die gerade junge Leute anspricht.
- Eine stärkere Positionierung zu jugendpolitischen Themen, die die jungen Themen berücksichtigt – insb. umwelt- und digitalpolitische Themen, um die Partei zukunftsfähig zu machen.
- Die Verbesserung der Einbindung der Basismitglieder durch einen Ausbau des Mitgliedernetzwerkes und einen Aufbau von mitgliederinternen Social-Media-Angeboten.
- Das Optimieren von parteiinternen Prozessen, um die Handlungsfähigkeit zu verbessern und eine neue Denkweise zu ermöglichen.