

Beschluss

Beschluss des MIT Landesvorstandes vom 07.12.2012



"Die MIT verändern - die CDU verändern"

Aktionspapier der MIT NRW zum Reformprozess der CDU NRW

Vorbemerkung

Die Situation der CDU NRW nach zwei verlorenen Landtagswahlen ist hinreichend bekannt. Alle Wahlanalysen zeigen, dass die Überbetonung der Sozialpolitik bei gleichzeitiger Vernachlässigung der Wirtschaftspolitik ein schwerer Fehler war. Umso mehr ist der Wille der neuen CDU NRW Führungsspitze zu begrüßen, die Defizite der Wirtschaftskompetenz in der CDU NRW zu beseitigen. Die angekündigte Wirtschaft- und Industrietour des CDU Landesvorsitzenden bedeutet einen Schritt in die richtige Richtung, kann aber allein das Problem nicht lösen.

Wir als MIT NRW sind verpflichtet und in der Lage, durch die Mobilisierung unserer Kräfte, die sich in alle gesellschaftlich relevanten Bereiche erstrecken, dass wirtschaftspolitische Profil der CDU NRW nachhaltig zu prägen und in der Öffentlichkeit sichtbar zu machen. Der Erfolg dieser anspruchsvollen Zielsetzung hängt unmittelbar von der Entwicklung und Umsetzung eines von allen Gliederungen der MIT NRW akzeptierten Handlungskonzeptes ab. Dies bedeutet in der Praxis ein gemeinsames Vorgehen auf Landes-, Bezirks- und kommunaler Ebene in allen mittelstandsrelevanten Fragen.

Parallel zum Reformprozess der MIT NRW wollen wir den angekündigten Erneuerungsprozess der CDU-NRW mit gestalten, indem wir in mittelstandsbezogene Entscheidungen kollegial einbezogen werden.

Das vorliegende Aktionspapier mit seinen einzelnen Aktionsschritten will einen Beitrag für den anstehenden und notwendigen Meinungsbildungsprozess leisten. Es erhebt aber keinesfalls den Anspruch auf Vollständigkeit.

I. "Die MIT NRW verändern"

Mehr Profil durch mehr Aktualität

Die MIT NRW leistet vorbildliche Arbeit in der Entwicklung und Verabschiedung der programmatischen Grundausrichtung unserer Vereinigung. Deren Inhalte waren und sind oftmals Richtschnur für entsprechende Grundsatzbeschlüsse der Landes- und Bundespartei. Hingegen wurde schon mehrfach in Sitzungen des Landesvorstandes wie

auch auf Klausurtagungen eine stärkere Profilierung der MIT NRW in der Tagespolitik, insbesondere zu Landesthemen gefordert. Wobei neben dem schnellen Reagieren vornehmlich das mutige Agieren mit eigenen Ideen und Initiativen im Vordergrund des Handels stehen soll.

Die praktische Umsetzung dieser anspruchsvollen inhaltlichen Zielsetzung sollte richtigerweise auf der Ebene eines höchst motivierten und kompetenten Personenkreises erfolgen. Die bestehende Antrags- und Grundsatzkommission der MIT NRW (AGK) unter Leitung von Dr. Thomas Köster bietet die besten Voraussetzungen zur Bewältigung der gestellten Herausforderung. In der AGK findet der kreative Meinungsaustausch mit den MIT-Mitgliedern aus Fraktionen aller Ebenen und -wenn nötig- externen Fachleuten statt.. Die AGK müsste allerdings bereit sein, in kürzeren Abständen als bisher zu tagen. Sie sollte für jede Landesvorstandssitzung Beschlussvorlagen, insbesondere zur Landespolitik entwickeln. In der AGK werden Themen erarbeitet, die geeignet sind in Form von Presseerklärungen, Anträgen und Anfragen das wirtschaftspolitische Profil der CDU-NRW zu stärken. Bei der Auswahl der Themen sollten auch nicht umgesetzte Beschlüsse der MIT NRW wieder auf die Tagesordnung gesetzt werden. (z.B. Einsetzung eines Normenkontrollrates zum Bürokratieabbau auf Landesebene). Weiterhin entwickelt die AGK vor den einzelnen Wahlen spezielle MIT-Wahlkampfthemen, die über den MIT-Landesvorstand in den Wahlkampf der CDU NRW fließen.

Über die Ergebnisse der Arbeit der AGK ist regelmäßig im NRW-Report zu berichten. Die MIT will in vorbildlicher Art und Weise die Chancen der neuen Medien nutzen, auch um thematisch auf der Höhe und diskussionsoffen zu sein.

Die schnelle Reaktion auf aktuelle tagespolitische Themen liegt in der Kompetenz des Landesvorsitzenden oder in der seiner Beauftragten. Aktuelle Anregungen sollten auch erfolgen durch die stellv. Landesvorsitzenden sowie durch den Vorsitzenden der AGK. Zeitliche drängende Abstimmungsfragen sind durch eine Telefonkonferenz unter der Moderation des Landesgeschäftsführers zu lösen.

Mehr Profil durch Aktivierung der MIT-Mandatsträger

Durch eine konzeptionelle und langfristig angelegte Mobilisierung aller MIT-Mandatsträger, insbesondere auf Landes- und kommunaler Ebene, liegt eine große Chance der MIT NRW ihre Mittelstands- und Wirtschaftspolitik der breiten Öffentlichkeit stärker als bisher sichtbar zu machen. Sie sind in den Parlamenten die Speerspitze der MIT, die es zu schärfen gilt.

Auf Landesebene muss eine Aktivierung sowie eine ständige und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem nach der Landtagswahl neu strukturierten Parlamentskreis Mittelstand (PKM) in der Landtagsfraktion auf den Weg gebracht werden. Folgerichtig müssen der wirtschaftspolitische Sprecher und der Vorsitzende des PKM auch der Antrags- und Grundsatzkommission angehören. Ergebnisse des AGK fließen als Initiativen in die politische Arbeit der Landtagsfraktion ein. Einmal im Jahr sollte ein Meinungsaustausch zwischen dem MIT-Landesvorstand und dem PKM-Vorstand stattfinden.

Von gleicher Bedeutung ist die Mobilisierung der MIT-Mandatsträger auf kommunaler Ebene. Hier wollen wir durch den Aufbau eines regelmäßigen gegenseitigen Gedanken-

und Informationsaustausches ein MIT-Wir Gefühl herstellen. Bisher blieb dieses Potenzial für gemeinsame Aktionen der MIT NRW ungenutzt. Mit zwei Veranstaltungen (Workshops) jährlich auf Landesebene ist dieser Personenkreis direkt anzusprechen. Flächendeckende Anträge bzw. Anfragen, sei es auf Initiative des PKMs oder des Landesvorstandes, werden die Wirtschaftskompetenz der CDU-NRW steigern.

Ein kommunalpolitisch aktives Mitglied des Landesvorstandes wird als Sprecher für die Koordination zwischen Landesvorstand und kommunalen MIT-Mandatsträgern, unter organisatorischer Mitwirkung der Landesgeschäftsstelle zuständig sein. Er ist maßgeblich an der inhaltlichen Vorbereitung der Workshops beteiligt.

Die MIT-Mandatsträger aller Ebenen sind per e-mail über die Arbeit und Beschlüsse des Landesvorstandes zu informieren.

Mehr Profil durch Offensive im vorpolitischen Raum

Neben der Gewinnung von Meinungsführerschaft durch die Besetzung wirtschaftspolitischer Themen steht gleichrangig die gezielte Kontaktaufnahme und Pflege in das mittelständische Milieu durch die MIT NRW. Hier vertreten wir einerseits unsere Politik und erhalten andererseits unverzichtbare Informationen und Anregungen aus der Praxis für die Arbeit der MIT. Gegenwärtig wird von den 54 MIT-Kreisverbänden, meist in sehr unterschiedlicher Intensität und Qualität, Kontaktaufnahme betrieben. Oft geschieht sie nach persönlichen Vorlieben oder in der Fortsetzung bereits bestehender Kontakte. Daneben sind neue mittelständisch geprägte Berufsfelder von wachsender wirtschaftlicher Bedeutung entstanden (s. Kreativwirtschaft). Weiterhin übernehmen immer mehr Frauen Verantwortung und bilden ihre eigenen Netzwerke. Kurzum, es bedarf unsererseits des Aufbaus einer systematischen und Zielgruppen orientierten Kontaktaufnahme und -pflege auf Landes-, Bezirks- und Kreisebene. Konkret sollten von der jeweiligen Ebene Jahrespläne aufgestellt werden. Ein Grundkonzept mit entsprechenden Standards ist vom Landesgeschäftsführer, eventuell zusammen mit einer Arbeitsgruppe, zu entwickeln. Teil eines Grundkonzeptes könnte z.B. die Einführung eines politischen Mittagstreffs mit Vortrag auf Kreisverbandsebene sein, der mindestens vierteljährlich stattfinden sollte. Weiterhin dürfen z.B. keine Neujahrsempfänge von Kammern, Verbänden sowie Unternehmen ohne offizielle Vertreter der MIT stattfinden. Die MIT NRW will eine Kultur des "Hingehens" und des "Dabeiseins" entwickeln. Der Erfolg eines Grundkonzeptes und der damit verbundenen Offensive wird sich sicherlich in zunehmenden Mitgliederzahlen und in der Gewinnung potenzieller Führungskräfte für die MIT deutlich zeigen.

Mehr Profil durch Leistung

Das Bekenntnis zur Leistung spielt in der programmatischen Grundausrichtung der Mittelstandsvereinigung eine zentrale Rolle. Folglich sollten wir auch bereit sein, offen und fair Leistungsstärken und -schwächen in unseren Verbänden zu analysieren.

Besonderes Augenmerk ist von der Landes- bzw. Bezirksebene auf die Kreisverbände zu legen, in denen nachweislich kaum Aktivitäten stattfinden. Dieser Zustand sollte nicht mehr großzügig toleriert werden. Vielmehr sollten in direkten Gesprächen durch Vertreter des Landes- bzw. Bezirksvorstandes die Gründe offen diskutiert und nach besseren Lösungswegen gesucht werden. Es versteht sich, dass für diese Beratungen viel Fingerspitzengefühl erforderlich ist.

Die Bezirks- und Kreisverbände verfassen auf freiwilliger Basis Leistungsberichte im Zwei-

Jahres Rhythmus. Diese liegen zur Einsicht auf Landes- und Bezirkstagungen aus und sollen durch gegenseitigen Informationsaustausch zu neuen Ideen und Aktivitäten anregen.

Mehr Profil durch Lob und Anerkennung

Eine erfolgreiche Arbeit der MIT NRW hängt in erster Linie vom ehrenamtlichen Engagement ihrer Mitglieder ab. Der zeitliche Aufwand nimmt bei nicht wenigen schon professionelle Züge an, ganz zu schweigen von der finanziellen Eigenleistung. Der MIT-NRW steht es gut zu Gesicht, eine für alle Gliederungen transparente und verbindliche Ehrenordnung zu verfassen, deren fester Bestandteil die Ehrung für langjährige Mitgliedschaft und Verdienste durch den Landesvorsitzenden oder des von ihm Beauftragten ist. Als eine besondere Form der Anerkennung wird der "MIT-Kompass" verliehen.

Die MIT NRW sollte alle zwei Jahre in Form eines Preises besondere berufliche oder schulische Leistungen öffentlich anerkennen, sei es im Rahmen einer Landestagung oder in einem anderen würdigen Rahmen. Weiterhin sollten der Landesverband, die Bezirks- und Kreisverbände ihre Gründungsjubiläen feierlich mit der entsprechenden Außenwirkung begehen.

II. "Die CDU NRW verändern"

Schon im Mai 1991 einigten sich die Vereinigungen auf Basis eines vom damaligen JU-Landesvorsitzenden, Ronald Pofalla, vorgelegten Papiers auf Eckpunkte einer verbesserten Einbindung der Vereinigungen in die Arbeit der CDU. Schon damals wurde die Heterogenität der CDU als Antwort auf eine sich verstärkt projektorientierter Mitarbeit in Parteien gesehen und als Stärke unserer Partei definiert.

Damals signalisierte die CDU unter dem Generalsekretär Herbert Reul ihre große Bereitschaft zur Zusammenarbeit. Die wichtigsten Eckpunkte und Inhalte dieses 10-Punkte-Papieres der JU und der anderen Vereinigungen möchten wir heute aufnehmen.

Die CDU verliere ihre Kernkompetenzen, wird immer wieder behauptet. Dies stimmt nur bedingt. Die CDU verliert durch schleichende Erosion die früher sehr enge Bindung an Ihre Stammklientele vor Ort. Gleichzeitig wandeln sich diese Zielgruppen selbst. Das heisst nicht, dass die liberalen, sozialen, konservativen und christlichen Fundamente der CDU nicht mehr gefragt sind. Sie müssen nur auf neue gesellschaftliche Gegebenheiten angewandt werden. Sie müssen wieder anfassbarer und vor allem durch glaubwürdige Fürsprecher innerhalb der jeweiligen Zielgruppe repräsentiert werden.

Hierbei sind starke Vereinigungen der Schlüssel zum Erfolg. Es ist traurig, dass viele Parteimitglieder ihr Engagement vor allem in der Partei selbst sehen, obwohl sie Mittler in ihr spezielles Umfeld sein können, wenn sie nur ihre persönliche Herkunft, Überzeugung, Interpretation unserer christdemokratischen Grundsätze in starken Parteiflügeln einbringen könnten.

Die Partei sollte alles tun, durch die Mitarbeit in Vereinigungen die Mitglieder auch inhaltlich zu aktivieren und den Trend des Rückzuges in die Kommunalpolitik zu stoppen. Gute Kommunalpolitik braucht die CDU als lebensnotwendiges Elixier. Diese kommunale

Familie muss aber mehr sein als Einsatz für den Ort, in dem ich lebe. Sie muss inhaltlich gebunden sein und dafür sind Vereinigungen das perfekte Schwungrad.

Die CDU sollte deshalb auch auf übergeordneten Ebenen den notwendigen Veränderungsprozess aktiv gestalten.

Kommunikation und Glaubwürdigkeit

Die CDU sollte die Vereinigungen stärker und breiter in ihre Kommunikation einbinden. Thematische Pressekonferenzen sollten immer die jeweiligen Vereinigungsvorsitzenden mit einbinden. Wirtschaftspolitik: MIT; Bildungspolitik: JU, Sozialpolitik: CDA, Rentenpolitik: JU und Seniorenunion. Differenzen wirken in der Öffentlichkeit dann belebend statt zerstörerisch hinter den Kulissen. Der CDU wird Kompetenz im jeweiligen Bereich zugeschrieben, da Fachleute aus diesen gesellschaftlichen Gruppen mit am Tisch sitzen.

Personalentwicklung und Profil

Profilierte Wirtschaftspolitiker gäbe es kaum noch in der Union. Dies ist das immer wieder geäußerte Fazit der letzten 10 Jahre CDU-Personalpolitik. Ob dies zutrifft oder nicht sei dahin gestellt. Auch in anderen Bereichen: Junge, Alte, Sozialpolitiker, Frauen ist ähnliches zu hören. Wir müssen uns fragen, wie wirkt dieser Standardsatz in den Medien auf unsere zum Beispiel wirtschaftspolitische Glaubwürdigkeit? Spielen unsere Strukturen eine Rolle dabei und ist unsere Personalauswahl zu regional statt zu politisch? Hinter der SPD bei der Zumessung der Wirtschaftskompetenz zu liegen muss uns aufrütteln.

Wir als MIT fordern, dass die CDU es als Stärke betrachtet, dass Mandatsträger sich mit ihrer Vereinigung identifizieren und dass die CDU dies in ihrer Personalpolitik berücksichtigt.

Dies bedarf einer verstärkten Einbindung der Vereinigungen in die entsprechenden Gremien der CDU. Die Vorsitzenden der großen Vereinigung sollten an den Sitzungen der CDU-Bezirksvorsitzenden und des Geschäftsführenden CDU-Landesvorstandes beteiligt sein und gleichberechtigt Vorschläge für Personalempfehlungen geben. Die Vereinigungen sollten unabhängig von Regionalproporz auf aussichtsreichen Listenplätzen vorgesehen werden.

Die CDU fördert aktiv auch die mediale Präsenz der Vereinigungen auch zur Gewinnung und zur Ausbildung neuer Talente zugunsten einer personellen Stärkung der CDU in der Zukunft.

Mitbestimmung als Attraktivitätssteigerung für die Zielgruppen

Der Delegiertenschlüssel auf Parteitag und Vertreterversammlung soll zugunsten der Vereinigungen verändert werden, um verstärkt diese Gruppen in entscheidende Veranstaltungen der Partei einzubinden.

Gerade im Wahlkampf ist es wichtig, Politik nicht an den eigenen Zielgruppen vorbei zu machen. Deswegen bezieht die CDU die Vereinigungen in ihre Wahlkampfplanungen verstärkt mit ein. Zielgruppenplakate werden abgestimmt und Feedback gegeben. Wahlkampfkommissionen bestehen nicht nur aus hauptamtlichen Mitarbeitern, Mandatsträgern und Agenturen, sondern aus denjenigen Gruppen, die angesprochen werden sollen. So erreicht man Glaubwürdigkeit und vermeidet falsch zu verstehende Botschaften. Die Kommunikation wird gleichzeitig zielgerichteter und damit passender am entsprechenden Wählerpotential ausgerichtet.

Direkte Ansprache der Zielgruppen durch CDU und Vereinigungen

Die Wirtschafts- und Industrietour des CDU-Landesvorsitzenden Armin Laschet war ein guter Anfang. Diese Idee sollte aber intensiviert, verstetigt und verbreitert werden. Zusammen mit den Vereinigungen soll die CDU Jugendzentren besuchen (JU), Frauenhäuser (FU), Industrie- und Gewerbeunternehmen (MIT, CDA), Praxen von Freien Berufen (MIT), usw.

Die Vereinigungen und die CDU unterstützen sich gegenseitig bei der Gewinnung neuer Mitglieder in der jeweiligen Zielgruppe, unter anderem durch gemeinsame Veröffentlichungen und abgestimmte Mitgliederwerbekampagnen.

Die Vereinigungen präsentieren sich alle bei CDU-Landesparteitagen und werden auch in deren Organisation mit einbezogen. Die Vereinigungen wirken auch an Kongressen der CDU mit und werben gezielt innerhalb ihrer Zielgruppe für diese Events.