

1 **Zukunft der CDU – Kommunikation in der digitalen Welt**

2 Das Video des Youtubers Rezo mit dem Titel „Zerstörung der CDU“ bzw. die Reaktion der CDU
3 darauf hat es mehr als deutlich gezeigt: Unsere Mutterpartei hat ein erhebliches
4 Kommunikationsproblem. Viele Orts- oder Kreisverbände präferieren nach wie vor
5 Zeitungsannoncen oder Plakate, um vor Ort für die CDU zu werben. Welche Zielgruppe damit
6 erreicht wird, zeigen die Ergebnisse der zurückliegenden Kommunal- und Europawahl. Bei den über
7 70-jährigen ist die CDU mit Abstand stärkste Kraft. Bei den unter 30-jährigen haben bei der
8 Europawahl bundesweit jedoch nur 13 Prozent der Wähler ihr Kreuz bei der CDU gemacht, bei den
9 Erstwähler erschreckenderweise sogar nur 11 Prozent. Wenn die CDU in Sachen Kommunikation
10 nicht endlich neue Wege geht, laufen wir Gefahr, eine ganze Generation und damit auch unseren
11 Status als Volkspartei zu verlieren.

12 **Zukunftsvision und klares Profil als Grundlage erfolgreicher Kommunikation**

13 Grundlage erfolgreicher Kommunikation ist eine Vision. Statt ständig fremden Ideen
14 hinterherzurennen und sich zu Vorschlägen politischer Mitbewerber zu positionieren, muss die
15 CDU den Menschen in unserem Land eine eigene Vorstellung davon, wie sich Deutschland
16 entwickeln soll, präsentieren. Impulse dazu müssen aus dem Konrad-Adenauer-Haus kommen. Bei
17 Themen wie Klimaschutz oder sozialer Gerechtigkeit gibt es für uns nichts zu gewinnen, denn diese
18 Themen werden immer mit anderen Parteien verbunden werden und der Wähler wählt am Ende
19 stets das Original. Das bedeutet nicht, dass Klimaschutz unwichtig ist. Selbstverständlich müssen
20 Aspekte des Klima- und Umweltschutzes bei unseren politischen Entscheidungen berücksichtigt
21 werden, aber wir müssen eigene Themen setzen, die die Bürger automatisch mit der CDU in
22 Verbindung bringen. Gute Kommunikation erfordert ein klares Profil.

23 **Vertrauen und Glaubwürdigkeit zurückgewinnen**

24 Das Vertrauen in die Politik allgemein ist in den letzten Jahren enorm gesunken. „Fake News“
25 erhalten immer mehr und immer unkontrollierbarer Einzug in politische Debatten und
26 insbesondere die sogenannten etablierten Parteien verlieren an Vertrauen. Um als CDU wieder
27 Glaubwürdigkeit zurückzugewinnen, müssen sich führende Parteimitglieder daran halten, was sie
28 sagen. Um Diskussionen wie die, um die Wahl Ursula von der Leyens zur EU-
29 Kommissionspräsidentin oder um den Eintritt von Annegret Kramp-Karrenbauer ins
30 Bundeskabinett zukünftig zu vermeiden und Politikverdrossen entgegenzuwirken, sollte die
31 Parteibasis bei der Besetzung wichtiger parteiinterner und öffentlicher Ämter ein Mitspracherecht
32 bekommen. Auch bei wegweisenden inhaltlichen Entscheidungen zwischen Bundesparteitag
33 sollten die Mitglieder stärker beteiligt werden. Dazu sollte eine parteiinterne, sichere und
34 gleichzeitig bedienerfreundliche Online-Partizipationsplattform aufgebaut werden, über die CDU-
35 Mitglieder bei zentralen Fragen abstimmen können.

36 Außerdem muss die CDU als Partei in der Öffentlichkeit durchgängig stärker präsent sein. Viele
37 Bürger haben das Gefühl, dass die Parteien immer nur drei Wochen vor der Wahl für sie da sind
38 und danach bis zur nächsten Wahl wieder in eine Art Winterschlaf verfallen. Wir müssen sozusagen
39 eine Art „Dauerwahlkampf“ machen und auch außerhalb von Wahlkämpfen als zuverlässiger
40 Ansprechpartner für die Anliegen, Sorgen und Probleme der Menschen in Deutschland
41 wahrgenommen werden. Das beginnt vor Ort mit der persönlichen Präsenz an Infoständen oder
42 Stadtfesten und geht bis zur medialen Präsenz auf Bundes- oder Landesebene. Überall besteht
43 Verbesserungsbedarf. Dies muss vor allem auch bei der Budgetplanung berücksichtigt werden.

44 **Mit der Zeit gehen und neue Kommunikationskanäle stärker bespielen**

45 Social-Media bietet nicht nur Unternehmen, sondern auch politischen Parteien einzigartige
46 Chancen. Die Kommunikation über Medien, egal ob Zeitung, Radio, Fernseher oder Online-Portale,
47 wird zunehmend durch eigene Online-Kanäle ersetzt. Diesen Schritt muss auch die CDU gehen.
48 Online-Kommunikation über eigene Kanäle sollte im Konrad-Adenauer-Haus ab sofort oberste
49 Priorität haben und in jeder Hinsicht wesentlich gestärkt werden – organisatorisch, personell und
50 finanziell. Die kleineren Verbände sollten dabei unbedingt durch Schulungsangebote, intensive
51 Information und bestmögliche Unterstützung mitgenommen werden. Eine Partei ist nur als ganzes
52 schlagfertig. Der Bundesverband muss Themen vorgeben, die untergeordneten Verbände müssen
53 dann aber auch mitziehen.

54 Darüber hinaus sollte die Zusammenarbeit mit prominenten Persönlichkeiten und Influencern, die
55 bereit sind, sich öffentlich zur CDU zu bekennen, angestrebt werden. Wir brauchen Gesichter, die
56 positive Emotionen vermitteln und für die Politik der CDU stehen.