

### Rede Markenentwicklung der CDU im Lichthaus, Gröpelingen

Liebe Parteifreundinnen und Parteifreunde,

ich begrüße Sie sehr herzlich zur Veranstaltung „Die CDU Bremen als Marke“ und freue mich, dass Sie so zahlreich den Weg ins Lichthaus gefunden haben. Viele von Ihnen haben heute möglicherweise eine eher wage Vorstellung von dem, was Sie heute erwartet und worüber wir heute gemeinsam diskutieren wollen. Denn **anders als auf einem klassischen Parteitag**, gibt es heute keine Tagesordnung im engeren Sinn, es gibt kein Podium, keine Antragskommission und keine Wahlen.

Sie sind heute hier, um als Erste den **neuen Markenkern** unserer Partei zu diskutieren und live die Enthüllung des **neuen Werbeslogans** der CDU Bremen zu erleben, der von nun an unsere Persönlichkeit als Partei, unser Selbstbild in der Kommunikation nach außen tragen wird. In diesem Zusammenhang möchte ich mich bei der **Agentur Straub und Linardatos** aus Hamburg sehr für die Begleitung dieses Prozesses bedanken. Herr Linardatos wird Ihnen im Anschluss das neue Markenbild und den Werbeslogan präsentieren und Ihnen dazu noch etwas Näheres erzählen.

Lassen Sie mich jedoch vorab einmal mit meinen eigenen Worten zusammenfassen, worum es aus meiner Sicht heute geht:

Vielen Bürgerinnen und Bürger in Bremen und anderswo fällt es **schwer die einzelnen Parteien zu unterscheiden**. Sie fragen sich zum Beispiel: Wofür steht die CDU Bremen eigentlich oder was ist der Unterschied zwischen SPD und CDU? Warum soll ich eine bestimmte Partei oder einen Kandidaten meines Wahlkreises wählen? Die Zeiten in denen eine Mehrheit der Wähler zu der festen Stammwählerschaft einer Partei zählen, sind vorbei – leider, sind viele vielleicht geneigt zu sagen.

Ich bin jedoch der Überzeugung: Dies ist für die CDU Bremen auch eine Chance! Wenn wir den Nerv der Menschen treffen, Glaubwürdigkeit in unserem Programm, unserem Handeln und bei unserem Personal ausstrahlen, kann es uns im Mai 2011 gelingen, **Menschen für unsere Ideen und unsere Partei zu gewinnen**, die ihr vielleicht bislang eher verhalten gegenübergestanden haben. Wir werben um diese Menschen und nehmen sie ernst! Wir wollen Ihnen ein politisches Angebot für die nächsten 4 Jahre machen!

Dabei dürfen wir auch diejenigen nicht vergessen, die sich **ganz von der Politik abgewendet** haben und sich dafür entscheiden, von ihrem Wahlrecht keinen Gebrauch zu machen – nach dem Motto: Es ändert sich ja sowie so nichts. Auch diesen Menschen müssen wir ein Angebot machen, wir dürfen sie für die Demokratie nicht aufgeben!

Doch was braucht es dafür? Wie schaffen wir es, attraktiv auch für diejenigen zu sein, die bisher gar nicht oder nicht CDU gewählt haben? Aus meiner Sicht müssen wir die

Grundsteine dafür bei uns selbst legen, denn **nur, wer von sich selbst begeistert ist, kann auch andere begeistern**. Wir müssen uns über unser Selbstbild im Klaren sein:

- Was zeichnet uns als CDU Bremen aus, was ist uns wichtig und macht uns unverwechselbar?
- Wie verhalten wir uns untereinander, gegenüber unseren Wählern und politischen Wettbewerbern sowie gegenüber der Öffentlichkeit?
- Welche Konsequenzen hat das für unsere alltägliche Arbeit?
- Und schließlich: Wir kommunizieren wir unser Selbstbild nach außen?

Eine Antwort darauf soll der **Markenkern** unserer Partei geben.

„Kompetent. fair. innovativ.“ ist dabei so etwas wie eine Richtschnur für unser gesamtes politisches Handeln und eine Orientierungshilfe in Konfliktsituationen. Einige von Ihnen werden jetzt vielleicht denken: Wofür braucht man denn so etwas?

Unsere Partei besteht aus einer **Vielzahl von Individuen** mit den unterschiedlichsten Charakteren, Begabungen, Meinungen und Wertevorstellungen. Nichts läge ferner, als sie in ein enges vorgegebenes Werte-Korsett zu sperren. Ich bin stolz auf die Kontroversen in unserer Partei bei der Erarbeitung unseres Grundsatzprogramms im letzten Jahr.

Alles Individuelle darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass wir als CDU Bremen als eine Organisation, die als einheitlicher Akteur handelt, wahrgenommen werden. **Unsere Markenpersönlichkeit ist für die meisten Menschen an unsere Partei als Ganzes und nicht an einzelne handelnde Akteure verknüpft**. Die ist übrigens auch eine Erkenntnis, die wir bei der Diskussion um Spitzenkandidaten und Listenplätze nicht vergessen sollten. Es stellt sich daher die Frage: Welche universellen Werte geben uns bei aller Individualität Orientierung und Vertrauen?

Der **Markenkern „kompetent. fair. innovativ.“** bringt diese Werte, wie ich finde, hervorragend zum Ausdruck. Dieser Markenkern, der unser Selbstverständnis beschreiben soll, ist im letzten Jahr in einem Markenworkshop mit der Agentur entwickelt worden, an dem neben der Partei- und Fraktionsspitze auch der ehemalige Wirtschaftssenator und unser Parteifreund Josef Hattig mitgewirkt haben.

Das, liebe Parteifreundinnen und Parteifreunde, heißt aber keinesfalls, dass es sich dabei um einen Appell von oben handeln soll! Im Gegenteil: **Interaktion heißt das Ziel!** Denn Persönlichkeit einer Institution, gleich ob Partei, Verband oder Unternehmen, entsteht erst durch die Kommunikation dieser Werte innerhalb der Organisation und nach außen. Ein Selbstbild lässt sich nicht verordnen sondern nur von jedem einzelnen Akteur mit Leben füllen.

Die wichtigsten Funktionen, die der Markenkern für mich nach innen hat, sind für mich eine **Orientierungs- und Lernfunktion**: Wir sollten unsere alltäglichen Entscheidungen immer vor dem Hintergrund prüfen, ob sie dem Anspruch „kompetent. fair. innovativ.“ genügen. In dem wir uns dazu verpflichten, in unserem Handeln diesen Werten zu entsprechen, erfüllt der Markenkern auch eine **Selbstbindungsfunktion**.

Darüber hat er eine **Kommunikations- und Diskursfunktion**, die sowohl nach innen als auch nach außen wirkt: Sie alle – wir alle – werden heute in die Diskussion einsteigen, was „kompetent. fair. innovativ.“ für jeden Einzelnen konkret bedeutet.

Einige **interessante Fragen** könnten in diesem Zusammenhang sein:

- Ist die CDU Bremen bereits eine kompetente, faire, innovative Partei?
- Wie kann sie ihre Kompetenz, Fairness und Innovationsorientierung weiter ausbauen?
- Was bedeutet der Markenkern „kompetent. fair. innovativ.“ für die tägliche Parteiarbeit?
- Wie kann der Markenkern in die Partei hineingetragen und nach außen kommuniziert werden?

Ich will der Diskussion dieser Fragen nicht vorausgreifen. Nur so viel: Es ist kein Zufall, dass sich mit **Kompetenz** und **Innovationsorientierung** zwei **Leistungswerte** in unserem Markenkern befinden. Damit verdeutlichen wir, dass Leistung für uns ein positiv besetzter Begriff ist. Kompetenz heißt für mich: Wer ist imstande, die drängenden Probleme unseres Bundeslandes zu lösen?

Zu diesen drängenden Problemen gehören ganz sicher die Haushalts- und Finanzpolitik, die Sicherheitspolitik und nicht zu vergessen, die Bildungspolitik. In allen drei Feldern hat die SPD in Bremen versagt. In diesen Feldern liegen *unsere* **Kernkompetenzen** und hier haben wir als Partei und Fraktion aus der Opposition heraus wirklich Akzente gesetzt, wenn ich z. B. an den von uns initiierten Bildungskonsens, unsere Sparvorschläge und die damit verbundene Postkartenaktion denke.

**Ganz das Gegenteil bei Sozialdemokraten:** Seit Anfang des Jahres haben wir einen neuen Senator für Wirtschaft und für Justiz, der in beiden Feldern jegliche Kompetenz vermissen lässt. Weder Wirtschaft noch Jura studiert noch praktische Erfahrung in einem der beiden Bereiche, erlebt man ihn bei Fachveranstaltungen und Parlamentssitzungen, wie er unreflektiert das vorliest, was ihm andere aufgeschrieben haben. Ein eigener Vorstoß für Bremen? Eine eigene wirtschaftspolitische Vision? Fehlanzeige!

Der Wert „Kompetenz“ umfasst für mich jedoch mehr als die reine Sachkompetenz. Die CDU Bremen muss auch **kommunikative Kompetenz** an den Tag legen. Wir müssen eine Sprache sprechen, die die Bürgerinnen und Bürger unseres Landes verstehen. Schließlich beinhaltet Kompetenz auch **soziale Kompetenz**: Wir müssen aufrichtig, verlässlich und ehrlich sein. Dazu gehört für mich auch die Botschaft, dass es nicht Aufgabe von Politik sein kann, niemanden weh tun zu wollen. Die Sozialdemokraten haben davor Angst und deswegen sage ich, lässt sich mit Sozialdemokraten nicht sparen!

Was bedeutet **Innovationsorientierung** für mich? Von dem Ökonomen Joseph Alois Schumpeter stammt das, wie ich finde, treffende Zitat „Das Alte auf eine neue Weise tun – das ist Innovation“.

Ich finde, dieses Bild eignet sich sehr gut zur Beschreibung, dass **Innovation in keinem Widerspruch zu konservativen Werten** stehen muss. Die traditionelle Verbundenheit kann Gutes bewahren, während anderes verändert werden muss.

Beispiele für diese Innovationsorientierung sind für mich:

- **Das Zusammendenken von Ökonomie und Ökologie:** Umwelttechnik und Erneuerbare Energien schaffen Arbeitsplätze in Bremen und Bremerhaven!
- **Die Praktizierung einer offenen Diskussionskultur:** Dafür stehen die Erarbeitung unseres Grundsatzprogramms letztes Jahr und die Klausurtagung von Fraktion Landesvorstand Anfang des Jahres in Potsdam

- **Neue Wege in der Bürgerkommunikation:** Der AUSGUCK ist zum gern gelesenen Medium geworden und wir treten auch zwischen den Wahlen direkt mit den Bürgern in Kontakt, z. B. über die Bremer Begegnungen und Postkartenaktionen wie im Rahmen der Sparkampagne
- **Nutzung der Potenziale Außenstehender und der Mitglieder unserer Partei:** Dafür steht die geplante Einrichtung von Landesfachausschüssen auf unserem Landesparteitag Ende Mai, die ganz bewusst nicht mit Funktionsträgern besetzt werden sollen, um wirklich als Ideenschmiedern zu dienen.

Und schließlich soll **Fairness** als moralischer Wert ein Markenkennzeichen unserer Partei sein. Mit Fairness geht es uns ganz bewusst nicht um eine umfassende Gerechtigkeitskonzeption, die Werte, Normen und Tugenden für alle Lebensbereiche festlegt. Es geht uns um gesellschaftliche Grundgüter, die alle Bürger brauchen um freie und gleiche Teilnehmer eines fairen Systems sozialer Kooperation zu sein.

Zu den **Grundgütern für eine faire Gesellschaft** zählen für mich:

- die politischen Grundfreiheiten wie Meinungs- und Religionsfreiheit
- Freizügigkeit und freie Berufswahl
- faire Chancen bei der Besetzung politischer Ämter
- Chancengleichheit in der Bildung
- finanzielle Nachhaltigkeit, d. h. kein Anhäufen weiterer Schuldenberge für unsere Kinder
- ökologische Nachhaltigkeit durch den sparsamen Umgang mit natürlichen Ressourcen

Was gerecht ist und was nicht, kann man im Einzelfall sehr unterschiedlich sehen, denn **nicht jede ungleiche Verteilung liegt an ungerechten politischen Rahmenbedingungen.** Menschen haben unterschiedliche Begabungen und sind unterschiedlich fleißig.

Anders als die LINKE sind wir nicht so vermessen, unsere Bild von Gerechtigkeit anderen aufzwingen zu wollen, sondern wir sagen: **Wir fördern jeden nach seinen individuellen Fähigkeiten** und fordern Leistungen von der Gesellschaft und für die Gesellschaft. Deswegen heißt Fairness für uns auch: **Wer arbeitet, der muss mehr haben, als derjenige, der nicht arbeitet!**

Liebe Parteifreundinnen und Parteifreunde, Sie werden heute noch Gelegenheit haben, intensiv zu diskutieren, was „kompetent. fair. innovativ.“ für Sie bedeutet, und wie wir diesen Markenkern in unserer Partei mit Leben füllen können. Doch das ist nur ein Zwischenschritt: Ab heute wird es darum gehen, das **Markenbild in die gesamte Partei hineinzutragen**, auch an diejenigen Mitglieder, die heute nicht dabei sein können.

Je mehr Parteimitglieder sich mit diesen Markenwerten identifizieren, desto besser stehen die Chancen, dass sie für die CDU Bremen zur selbstverständlichen Realität werden, die dann auch für Außenstehende nicht zu übersehen sein wird. Ich sage aber ganz bewusst: **Bei dem Markenbild handelt es sich nicht um ein PR-Instrument!** Es geht uns zuallererst um uns selbst und unser Selbstbild.

Ich lade Sie alle herzlich ein, sich mit Ihren Ideen und Ansichten in diesen Prozess einzubringen und übergebe jetzt das Wort an Herrn Linardatos.