CDU 2025+

- ✓ **Ehrlich analysieren.**
- ✓ **Partei einen.**
- ✓ **Vertrauen der Kölner zurückgewinnen.**
- ✓ **Ratspolitik verantwortungsvoll gestalten.**
- ✓ **Mitglieder einbeziehen.**
- ✓ **Klare Positionen.**
- ✓ **Authentisch kommunizieren.**

I. Analyse – Ehrlich mit uns selbst

Die angestrebten Wahlziele haben wir nicht erreicht: Weder stellt die CDU den Oberbürgermeister, noch konnte sie die stärkste Fraktion im Kölner Rat werden. Das enttäuscht und ist ein klarer Auftrag, die Gründe selbstkritisch zu betrachten.

Herausforderungen und Ursachen:

- Die erst sehr späte Aufstellung unseres OB-Kandidaten hat wertvolle Zeit, Geschlossenheit und Glaubwürdigkeit gekostet.
- Der vorzeitige Rücktritt des ehemaligen Vorsitzenden hat dafür gesorgt, dass über Wochen parteiinterne Fragen priorisiert werden mussten und die Organisation des Wahlkampfs nur eingeschränkt betrieben werden konnte. Das lag vor allem auch an erheblichen Vorbereitungsdefiziten des ehemaligen Kreisgeschäftsführers und einer desolaten Personallage in der Geschäftsstelle. Wenngleich sich unsere neuen Mitarbeiterinnen in kürzester Zeit eingearbeitet haben, hat auch das Zeit und Kapazitäten gefordert. Die neue Parteiführung musste parteiintern zwingend notwendige Aufarbeitungen wie beispielsweise die komplette Neuaufsetzung des Internetauftritts mit intensiven Wahlkampfvorbereitungen in kürzester Zeit verbinden.
- Der Aufbau der Parallelstruktur des Kampagnenbüros sowie verschiedener Beratungsgremien und die Hinzuziehung externer Unterstützung waren dem Umstand der geringen Personalressourcen als auch der lange nicht konsequent geklärten Zuständigkeiten geschuldet. Das mündete allerdings auch in unscharfen Entscheidungen, teils beschwerlichen Kommunikationswegen und führte zu zu vielen „Köchen“.
- Eine insgesamt destruktive Dynamik und kommunikative Schwächen in den vergangenen Jahren haben den Gestaltungswillen vieler Mitglieder gehemmt.

Interne Streitigkeiten sind oftmals nach außen sichtbar geworden – auch, weil sie von Wenigen bewusst in die Öffentlichkeit getragen wurden. Die regelmäßig negative Berichterstattung hat zu starken Vertrauensverlusten innerhalb der Bevölkerung gegenüber der Kölner CDU geführt.

- In den vergangenen fünf Jahren konnte die CDU im Kölner Stadtrat zwar wichtige Entscheidungen durchsetzen, insbesondere im Bereich des Schulbaus. Gleichzeitig hat die Fraktion jedoch in zentralen Politikfeldern christdemokratisches Profil verloren. In der öffentlichen Wahrnehmung wirke die CDU häufiger als politscher Mitläufer und wurde auch für die kritikwürdige Führung der Oberbürgermeisterin als auch für die kritikwürdige grüne Initiativen in Mithaftung genommen. Diese strategische Fehlentwicklung hat bei Teilen unseres Wählerklientels zu Enttäuschungen und Vertrauensverlust geführt und wurde am 14. September spürbar.
- Inhaltlich hat die Kölner CDU Angriffsflächen geboten, die besser hätten gelöst werden können: Die Haltung der CDU zum FC war uneinheitlich. Wir haben versucht es allen recht zu machen und haben dadurch wenig gewonnen, vermutlich manches verloren. Medial konnten wir jedenfalls damit nicht positiv durchdringen. Der zwischen Fraktion und Partei unabgestimmte Vorstoß zur etwaigen Übertragung der Gleueler Wiese an den BUND war eine unnötige Schleife, die Vertrauen gekostet hat.
- Spitzenkandidaten aus Reihen des Systems Verwaltung haben bedauerlicherweise einen schwierigen Stand und werden für allgemeine Verfehlungen des Staates in Mithaftung genommen.
- Der politische Gegner hat fast geschlossen in den Mittelpunkt ihrer Strategien einen Anti-CDU-Wahlkampf gestellt und dabei eine harte, teils polarisierende Kampagne gegen die CDU und insbesondere unseren OB-Kandidaten geführt.
- Im Umgang mit der Kaufhof-Debatte haben wir zu spät reagiert. Die Chance zur rechtzeitigen Klarstellung der Faktenlage haben wir verpasst und konnten die Dynamik der Diskussion nicht mehr aufhalten. Zudem muss kritisch betrachtet werden, ob die Entscheidung der Verwaltung aus April dieses Jahres ohne Beschlusslage des Rates während eines bereits laufenden Wahlkampfs nicht eine zu vermeidende Angriffsgrundlage geboten hat. Die intensive und sehr kritische Berichterstattung hat jedenfalls zu einem deutlichen Vertrauensverlust gegenüber unseres OB-Kandidaten geführt. Der politische Gegner hat es genüsslich ausgeschlachtet, wenngleich auch ungebührlich überzogen.
- Begründet hat der Kreisvorstand der Unterzeichnung des KSSQ-Abkommens zugestimmt und auch das Fairness-Abkommen mit den Kirchen wurde unverändert gegenüber zahlreichen vorherigen Wahlkämpfen unterzeichnet. Erkennbar haben diese Abkommen zu Irritationen, leider großteils auch zu

Fehlinterpretationen in der Öffentlichkeit geführt. Zudem mussten wir feststellen, dass andere Parteien sich zu Lasten der CDU nicht an die Einhaltung der dort getroffenen Verabredungen gehalten haben. Trotzdem haben die letzten Wochen gezeigt, dass wir nach innen wie nach außen eine klare Haltung und Abgrenzung bedauerlicherweise deutlich machen müssen.

- Die digitale Kampagne lief nicht zufriedenstellend, die produzierten Beiträge der Digitalagentur haben nicht überzeugt und die Performance der Beiträge war nicht wie gewünscht. Es wurde zu wenig Bewegtbild-Content produziert.
- Unsere Plakatkampagne war bewusst inhaltlich ausgerichtet – aufgrund der allgemein geringen Bekanntheit aller Spitzenkandidaten, war offensichtlich die SPD-Kampagne, die auf die bessere Bekanntmachung der Person und seines Namens fokussiert war, erfolgreicher.
- Die neue Ratsfraktion hat einen Frauenanteil von nur 22 Prozent und nur ein einziges Mitglied ist unter 35 Jahre alt. Damit sind insbesondere Frauen und junge Menschen unterrepräsentiert, was nicht unserem Anspruch als CDU entspricht.

<u>Diese Faktoren zusammengenommen haben das Bild einer Partei gezeichnet, die mehr mit sich selbst als mit den Herausforderungen der Stadt beschäftigt war.</u>

Selbstkritik muss allerdings nicht dazu führen, die positiven Aspekte auszublenden:

- Wir haben mit geringen Personalressourcen einen hoch engagierten Wahlkampf geführt.
- Unser OB-Kandidat Markus Greitemann hat maximalen Einsatz gezeigt und war parteiübergreifend inhaltlich anerkannt.
- Wir haben vielfach den inhaltlichen Ton in diesem Wahlkampf vorgegeben: Sicherheit und Sauberkeit, Neumarkt, Ebertplatz, Parkplätze und mehr.
- Wir konnten starke Spendeneinnahmen verzeichnen.
- Es wurde regelmäßig mit und unter den Ratskandidatinnen und -kandidaten kommuniziert; es gab zahlreiche Unterstützungsangebote und eine gute Materialausstattung seitens der Kreispartei.
- Der Schwerpunkt auf eine digitale Kampagne war im Grundsatz richtig.
- 2020 lagen wir noch knapp hinter der SPD, 2025 lagen wir knapp vor der SPD.
- In der Stichwahl konnte sich der von uns präferierte Kandidat durchsetzen.
- Erstmalig ist die CDU bei der Integrationswahl mit einer eigenen Liste angetreten und hat damit einen guten Zugang in migrantische Communitys gefunden.
- Der anderthalbjährige Prozess zur Erarbeitung des Wahlprogramms inklusiver einer konstruktiven und intensiven abschließenden Debatte auf dem Kreisparteitag hat zu einer hohen Beteiligung der Mitglieder an der inhaltlichen

Ausgestaltung unserer Positionen und Ziele geführt und vor allem zu einer Schärfung unseres kommunalpolitischen Profils. Damit konnten wir bereits im Laufe des Jahres einen notwendigen Baustein präsentieren, der die Weiterentwicklung der Kölner CDU belegt und weiter eine gute Grundlage für unsere zukünftige Parteiarbeit sein wird.

II. Erste Ableitungen– richtige Lehren ziehen

Wir haben unser Wahlziel verfehlt – und wir bekennen das offen. Aber dieses Ergebnis ist kein Endpunkt, sondern das klare Signal, den inhaltlich und kommunikativ neuen Weg, den wir dieses Jahr eingeschlagen haben, konsequent fortzuführen. Wir wissen, was uns stark macht: Verlässlichkeit, Kompetenz, Bürgernähe. Und wir wissen, wo wir besser werden müssen: Geschlossenheit, Teamgeist, Kommunikation unserer politischen Ziele, Personalangebot. Mit Blick auf die kommenden Landtags- (2027) und Bundestagswahlen (2029) und bereits in Vorausschau auf die nächste Kommunalwahl 2030 müssen wir uns diesen Verbesserungsnotwendigkeiten verschreiben und eine glaubwürdige, sympathische und erkennbare Wahloption für die meisten Kölnerinnen und Kölner werden. Unser Ziel ist es, Politik für die gesamte Stadtgesellschaft zu machen – für Familien, für junge Menschen, für Seniorinnen und Senioren, für Unternehmer und Arbeitnehmer, für diejenigen, die Verantwortung übernehmen wollen und für jene, die auf Unterstützung angewiesen sind.

- Strukturen frühzeitig aufbauen und klare Entscheidungswege festlegen: Wir brauchen besonders in Wahlkampfzeiten verlässliche und konkrete Ansprechpartner – sowohl im Ehrenamt als auch vor allem im Hauptamt zur organisatorischen und technischen Umsetzung einer Kampagne. Rollen müssen bereits zu Beginn einer Kampagnenvorbereitung klar definiert sein. Die Terminkoordination des Spitzenkandidaten soll durch eine Person erfolgen, die sich mit und in Köln auskennt. Den Ratskandidaten soll die Buchung von professionellen Plakatierungsteams ermöglicht und den Stadtbezirken sofern notwendig ein eigenes Wahlkampfbudget zur Verfügung gestellt werden.

  Für alle Kandidaturen wird ein transparenter Prozess festgelegt:

  - Veröffentlichung aller Kriterien,
  - Verbindlicher Zeitplan,
  - Möglichkeit zur Vorstellung,
  - schriftliche Protokolle und Begründungen,
  - Beteiligungen aller Ortsverbände, Stadtbezirke und der Vereinigungen. Dies beendet Intransparenz und sorgt für faire Verfahren.

- Vorlauf und Vorarbeit: Es braucht ausreichend Vorlauf von mindestens einem Jahr zur Erarbeitung der inhaltlichen sowie strategischen Kampagne. Dafür soll ein ordentlicher Agenturauswahlprozess vollzogen werden. Der nächste

Spitzenkandidat bzw. die nächste Spitzenkandidatin soll frühzeitig benannt und dann auch gecoacht werden, um mit einem Höchstmaß an Professionalität den Wahlkampf bestreiten zu können. Für zukünftige Findungskommissionen ist eine plural besetzte Zusammensetzung erforderlich. Insbesondere soll auch die junge Generation hierbei eingebunden sein. Zudem müssen verbindliche Verfahrensvorgaben gelten:

- Kriterien, Bewertungsmaßstäbe und Zeitplan müssen vor Beginn des Verfahrens feststehen,
- das Gremium darf sich nicht während des Prozesses spontan auf Verfahren wie Einstimmigkeit festlegen,
- regelmäßige Zwischenberichte und transparente Kommunikation gegenüber der Partei sind zwingend. Um Transparenz, Legitimation und Verbindlichkeit zu stärken, sollen die grundlegenden Kriterien für künftige Findungsverfahren vom Kreisvorstand beschlossen werden. Ziel ist eine breit zusammengesetzte, transparente und verbindlich arbeitende Findungsstruktur, die Vertrauen schafft und die strukturellen Fehler des Jahres 2024 nicht wiederholt.

Diese und weitere Punkte sollen in einem Wahlkampfkonzept niedergeschrieben werden, welches zu gegebener Zeit aktualisiert, genutzt, verteilt und als Grundlage eines Maßnahmenplans samt Zeitschiene dient.

- Wir müssen dort präsent sein, wo Köln wächst und lebt – in Stadtvierteln, bei Gastronomen, in (mittelständischen) Unternehmen, an Hochschulen, in Vereinen, in Initiativen und in migrantischen Gemeinschaften. Wir regen an, dass jeder Stadtbezirk einmal pro Jahr eine Veranstaltung durchführt, bei der die ehrenamtlich Aktiven zum gemeinsamen Austausch eingeladen werden.
- Frauen und Jugend gezielt ansprechen: Die CDU braucht mehr weibliche und junge Gesichter – nicht nur als Zielgruppe, sondern als aktive Mitgestalterinnen und Mitgestalter unserer Politik. Auch die gezielte Ansprache von Frauen, jungen Menschen sowie Migrantinnen und Migranten ist von entscheidender Bedeutung: Die CDU benötigt eine verstärkte Präsenz weiblicher, junger und migrantischer Gesichter. Diese Gruppen sollen nicht nur als Zielgruppen angesehen werden, sondern vielmehr als aktive Mitgestalterinnen und Mitgestalter unserer politischen Agenda. Im Rahmen der Nominierung von Kandidatinnen und Kandidaten sowie der Erstellung von Listen sollte die Kreisebene die Verantwortung übernehmen, diese Prozesse konstruktiv zu begleiten und nach Möglichkeit kreisweit zu koordinieren. Nur auf diese Weise schaffen wir die realistische Chance, Generationen, Geschlechter, Fachkompetenzen, regionale Zugehörigkeiten, Diversität, Herkunftsgeschichten sowie weitere Merkmale in ein ausgewogenes Verhältnis zu bringen. Dies ermöglicht uns, ein breites gesellschaftliches Angebot zu entwickeln und insbesondere weibliche, migrantische und junge Menschen mit realistischen Wahlchancen zu fördern. Ziel muss sein, Vertreterinnen und Vertreter

Junge Union u. a. als sichtbaren Teil des geschäftsführenden Vorstands und künftiger Kandidatenaufstellungen abzubilden. Bei der Aufstellung von Kandidatinnen und Kandidaten sowie bei der Erstellung der Liste muss sich die Kreisebene in der Verantwortung sehen, Aufstellungen konstruktiv zu begleiten und bestenfalls kreisweit zu koordinieren. Nur dann besteht die reelle Chance Generationen, Geschlechter, Fachlichkeit, regionale Zugehörigkeiten, Diversität, Herkunftsgeschichten und weitere Merkmale in einen guten Ausgleich zu bringen, ein breites gesellschaftliches Angebot zu unterbreiten und insbesondere junge Menschen mit realistischen Wahlchancen aufzustellen. Zur systematischen Förderung des politischen Nachwuchses wird ein Patenprogramm eingefügt, indem die Mandatsträgerinnen und Mandatsträger Patenschaften für junge Mitglieder der Jungen Union übernehmen. Ziel des Programms ist die Weitergabe politscher Erfahrung, der gezielte Aufbau von Kompetenzen, die frühzeitige Einbindung in politische Arbeitsprozesse sowie die Entwicklung zukünftiger Verantwortungsträger der CDU Köln. Die Patenschaften sind jährlich zu bestätigen und in die Nachwuchsförderung des Kreisverbandes einzubinden.

- Kommunikation neu denken: Es braucht weniger Verwaltungssprache, weniger technisch-fachlicher Formulierung, sondern mehr klare Haltung und direkte Ansprache. Dabei müssen wir erklären können, wofür wir stehen – nicht nur, wogegen wir sind. Wichtig ist eine zielgruppengerechte als auch kanalspezifische und dabei immer authentische Kommunikation. Beim Stammtisch und am Fußballfeldrand sprechen wir anders als beim Podium eines Fachverbands und noch einmal anders müssen wir auf Instagram und Co. auftreten, um Aufmerksamkeit zu gewinnen und mit unseren Botschaften zu reüssieren. Alles davon hat seine Berechtigung solange wir uns in den inhaltlichen Aussagen nicht widersprechen. Insbesondere die digitale Kommunikation müssen wir ausbauen, verstetigen und mit gutem Content und passenden Ton auf ein relevantes Level heben.
- Im Team spielen: Mit Blick auf die kommenden Wahlen (Landtag 2027 und Bundestag 2029) liegt der Fokus darauf, Geschlossenheit wieder herzustellen, Kritisches intern zu besprechen, aber öffentliche Auseinandersetzung ab sofort zu unterbinden. Öffentliche Stimmungsmache aus den eigenen Reihen ist kontraproduktiv und schädigend. Der Kreisvorstand wird ausdrücklich beauftragt, systematisch Brücken zwischen unterschiedlichen Parteiströmungen zu bauen und bestehende Konflikte aktiv zu moderieren. Kreisvorsitzende, geschäftsführender Vorstand, aber auch jedes einzelne Mitglied stehen in der Pflicht, immer ein Klima der Zusammenarbeit zu schaffen, verhärtete Fronten aufzulösen und als verbindende Führungspersönlichkeiten voranzugehen. Ziel ist eine CDU Köln, die geschlossen auftritt und interne Kämpfe beendet.
- Kommunalpolitik gestalten: Die neue Sitzverteilung im Kölner Stadtrat verheißt keine klaren Verhältnisse für die nächsten fünf Jahre. Darin besteht allerdings

auch eine Chance für die Kölner CDU, ihre Themen klar zu adressieren und gleichzeitig entscheidende Punkte mitgestalten zu können. In welcher konkreten Konstellation dies möglich sein wird, werden die weiteren – bislang konstruktiven – Gespräche der nächsten Wochen zeigen. Klar ist allerdings auch: Wir werden kein Steigbügelhalter des neuen Oberbürgermeisters sein. Wer unsere Unterstützung wünscht, der muss auch bereit sein klare Positionen der CDU durchzusetzen.

- Fraktion und Partei: Wir sind dann erfolgreich, wenn Fraktion und Partei über Bande spielen und eng abgestimmt sind. Dabei ist klar, dass die Partei die grundlegenden Linien festlegt. Die aktuelle Fraktionsführung ist für maximal zwölf Monate gewählt. Wir erwarten, dass die Ratsfraktion ihre nächste personelle Aufstellung eng mit der Parteiführung abstimmt. Die Fraktion ist in der Verantwortung, die Fähigkeiten und Talente unserer Ratsmitglieder zu nutzen und Personalentwicklung zu betreiben.
- Keine Symbolpolitik auf Kosten von Glaubwürdigkeit: Die Abkommen mit KSSQ sowie mit den Kirchen werden wir nicht mehr unterzeichnen, da sie von anderen nicht eingehalten wurden und wir sie somit nicht mehr als sachdienlich ansehen. Eine klare Abgrenzung zu extremistischen, radikalen sowie populistischen Parteien und Strömungen bleiben für uns selbstverständlich und sind klarer Ausdruck unserer christdemokratischen Haltung. Dazu werden wir für künftige Wahlkämpfe eine eigene Erklärung veröffentlichen. Eine moderne CDU steht für Verantwortung, Respekt und klare demokratische Grenzen. Daher distanzieren wir uns auch zukünftig von Veranstaltungen wie zuletzt dem Marsch in Detmold am 3. Oktober dieses Jahres. Das dort entstandene Bild von Einschüchterung und die Inkaufnahme der Beteiligung von zahlreichen radikalen und vom Verfassungsschutz beobachteten Personen, entspricht nicht unserem Verständnis von politischem Engagement. Diese Distanzierung ist notwendig, da dieser Marsch von einem Kölner Mitglied privat organisiert wurde. Wir mahnen an, dass Mitglieder unserer Union für Anstand und Maß in der politischen Kultur einstehen.
- Mitglieder einbeziehen: Den Weg eines von den Mitglieder breit mitgestalteten Wahlprogrammprozesses wollen wir bei der nächsten Kommunalwahl wiederholen. Wir wollen mehr attraktive Mitmachangebote für Mitglieder, Veranstaltungsformate modernisieren und neu auflegen.

IV. Konkrete Maßnahmen – Der Weg nach vorn

a. Zukunftsparteitag

- Der Kreisparteitag am 29.11.2025 wird das mitgliederoffene Angebot zur gemeinsamen und ehrlichen Aussprache über die zurückliegende Kommunalwahl und die Situation der Kölner CDU sein. Dieses Thesenpapier wird nach Beschluss des

Kreisvorstands den Mitgliedern als transparente Gesprächsgrundlage und als Beschlussvorschlag des Kreisverbands zur Verfügung gestellt werden.

- Neben dem Blick in den Rückspiegel und auf den Status Quo soll der Zukunftsparteitag auch nach vorne schauen. Dafür werden Ideenwerkstätten angeboten, die die niedergeschriebenen Maßnahmen weiter konkretisieren und ergänzen. Sie sollen Raum geben für Ideen, Diskussion und Motivation. Folgende Ideenwerkstätten werden geplant:
  - → Ideenwerkstatt 1: Personal- und Talentförderung – wie bauen wir unsere Gesichter von morgen auf?
  - → Ideenwerkstatt 2: Milieus und Strukturen – wie bleiben wir Ansprechpartner Nr. 1 im vorpolitischen Raum?
  - → Ideenwerkstatt 3: Kampagnenfähigkeit – wie bleiben wir auch abseits von Wahlen auf den Straßen und im Netz präsent?
  - → Ideenwerkstatt 4: Position beziehen – welche inhaltlichen Schwerpunkte legen wir in den nächsten Jahren?

  Die Ergebnisse dieser Werkstätten sollen in die weitere Arbeit des Kreisvorstand einfließen. Der Kreisvorstand wird künftig einmal im Jahr zur mitgliederoffenen Sitzung einladen, um transparente Einblicke in die eigene Arbeit zu geben.

b. Programmarbeit

- Wir werden die erfolgreiche Arbeitskreisarbeit der letzten Monate fortführen und dafür zeitnah abklären, welche Arbeitskreisleitungen weiterhin für diese Aufgabe zur Verfügung stehen oder wo neue Leitungen benötigt werden. Neue Leitungen sollen vorzugsweise mit Personen aus der Jungen Union besetzt werden. Mittelfristige Aufgabe der Arbeitskreise soll die Erarbeitung eines „11-Punkte-Programms für Köln“ sein als Konkretisierung unseres Wahlprogramms. Als CDU Köln wollen wir klare Antworten geben auf kommunalpolitische Themen wie Wohnen, Sicherheit, Verkehr, Bildung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Unser Selbstverständnis ist eine gleichberechtigte Abbildung von links- wie rechtsrheinischen Anliegen.

- Jedes Jahr, spätestens jedes zweite Jahr wollen wir demoskopisch ermitteln, was die Kölnerinnen und Kölner denken, welche Themen ihnen besonders wichtig sind und wie die Performance und Kompetenzen der CDU bewertet werden. Meinungsumfragen werden nie für uns handlungsentscheidend sein, aber es ist nur professionell, die eigenen Schwerpunkte und die Stimmung der Bevölkerung regelmäßig auch auf diesem Wege abzugleichen.
- Der Kreisvorstand soll – ggfs. auf der Grundlage der Demoskopie sowie der Ergebnisse aus den Ideenwerkstätten – halbjährliche oder jährliche Themenfokusse für alle Ebenen der Kölner CDU vorgeben. So können wir die intensive Durchdringung von kernpolitischen Themenbesetzungen bewerkstelligen.

c. Veranstaltungsformate und Mitmachangebote

- Ideenfrühstück: Bis zu sechs Mitglieder des Parteivorstands und der Ratsfraktion sollen regelmäßig Vertreterinnen und Vertreter von sozialen, religiösen, wirtschaftlichen und weiteren Gruppen zum Ideenfrühstück in die Kreisgeschäftsstelle einladen oder sich vor Ort bei den Gruppen treffen. Bewusst sollen die Gäste im Mittelpunkt stehen, damit wir uns in dem Format auf das Zuhören konzentrieren und Impulse aufnehmen können.
- Konzeptfabrik: Nach Vorbild des Kölner JU „Think-Tank“ soll ein neues, mitgliederoffenes Veranstaltungsformat erprobt werden. In der Konzeptfabrik wird abseits der thematisch fokussierten Arbeitskreise zum offenen Brainstorming eingeladen. Dabei sollen die Mitglieder selbst zu Beginn der Veranstaltung darüber abstimmen, über welche Themen sie an dem Abend diskutieren wollen. Im Erfolgsfall soll daraus eine Veranstaltungsreihe entstehen.
- Gespräche über den Tellerrand hinaus: Mit bekannten und spannenden Kölner Persönlichkeiten, die nicht zwingend CDU-Mitglied sind, wollen wir gemeinsam über den Tellerrand schauen. Die Auswahl der Gesprächspartner soll darauf ausgerichtet sein, neue, junge und nicht traditionell CDU-affine Zielgruppen anzusprechen. Die Gesprächspartner sollen z.B. aus den Bereichen Publizistik, Kultur, Kunst, Sport, Wirtschaft, Gewerkschaften, Polizei, Justiz, Presse, Sozialarbeit, Kirchen, neue Medien o. ä. kommen. Die Veranstaltungen werden bewusst für Nicht-Mitglieder geöffnet.
- Knowhow-Transfer: Wir Kölner sind gerne selbstbewusst und betonen unsere Einzigartigkeit. Doch nüchtern betrachtet teilen nordrhein-westfälische Großstädte ähnliche Herausforderungen und die zurückliegende Wahlergebnisse belegen, dass die CDU in Großstädten besser abschneiden kann. Wir können voneinander lernen und Erfahrungen austauschen. Als Kölner CDU wollen wir die Initiative ergreifen und in Abstimmung mit der Landespartei eine Veranstaltung zum Knowhow-Transfer mit anderen Großstädten organisieren.

→ Zu den jeweiligen Veranstaltungsformaten sind zuständige Ansprechpartnerinnen und -partner des Kreisvorstands zu benennen.

d. Präsenz

- Es ist keine neue Erkenntnis, doch genauso bleibt sie richtig: Bürgerinnen und Bürger erwarten zu Recht, dass wir als politisch relevante Kraft durchgehend für sie ansprechbar sind, ihre Anliegen aufnehmen und unsere Politik erklären. Dafür müssen wir Präsenz zeigen. Nicht nur in Wahlkampfjahren, sondern ebenso dazwischen. Analog wie digital. Dafür planen wir nahbare und dialogische Aktionen als Kreisverband und fordern ebenso die Stadtbezirke, Ortsverbände und Vereinigungen auf, sich dieser Aufgabe zu stellen. Stadtteilstände, Themenwochen und digitale Dialogformate sind gleichermaßen gutzuheißen.

- Konkret planen wir als CDU Köln für das erste Halbjahr 2026 eine zentral koordinierte Aktion, um die Kölnerinnen und Kölner zur Interaktion aufzurufen, um ihre Anliegen und Vorschläge an uns zu adressieren. Die Aktion soll digital starten und wird analog durch einen Aktionsmonat begleitet. Dafür werden wir eine Postkarte entwerfen, die durch die Verbände vor Ort verteilt werden können. Die Karten werden an die Kreisgeschäftsstelle adressiert und sollen für die Absender portofrei bleiben.

e. Ratsarbeit

Neben der engen und regelmäßigen inhaltlich wie strategischen Abstimmung mit der Parteiführung soll die Ratsfraktion folgende konkrete Punkte berücksichtigen:

- Die Ratsfraktion soll unterjährig regelmäßig Kommunikationskarten zu zentralen Themen erstellen, die unsere Mitglieder informieren und Gesprächsanlässe gegenüber Dritten schaffen.
- Einmal im Halbjahr soll ein für Parteimitglieder offener Feedback-Call mit der Ratsfraktion eingerichtet werden. Damit wird den Mitgliedern unkompliziert und barrierearm die Möglichkeit zum digitalen Austausch mit der Ratsfraktion gegeben. Einerseits, um der Fraktion Rückmeldung zu ihrer Arbeit zu geben und andererseits um von der Fraktion über die aktuellsten Entwicklungen auf dem Laufenden gehalten zu werden. Der erste Call soll im ersten Quartal des Jahres 2026 abgehalten werden.
- Auf Organisationsebene soll die Abstimmung zwischen Kreis- und Fraktionsgeschäftsstelle wieder „daily business“ sein.

f. Social Media

- Die Social Media Arbeit braucht klare Strukturen und ein dauerhaftes Konzept. Wir wollen digital vor allem agieren, statt reagieren. Die Digitalbeauftragte soll das Redaktionsteam weiter ausbauen können. Mittelfristig soll die organische Reichweite unserer Kanäle aufgebaut und auch TikTok als Kanal für die Kölner CDU erschlossen werden. Für die Konzeption soll innerparteilich vorhandene, professionelle Expertise genutzt werden.
- Für die dauerhafte Begleitung soll geprüft werden, ob eine Teilzeitkraft die ehrenamtliche Arbeit als auch die Arbeit der Kreisgeschäftsstelle dauerhaft unterstützen kann.
- Für die Kommunikation in den sozialen Netzwerken werden ein Meta-Redaktionsplan für die kommenden Kalenderjahre sowie heruntergebrochen und konkretisiert jeweils monatliche und wöchentliche Pläne erstellt. Der Jahresplan wird von der Digitalbeauftragten im Kreisvorstand vorgestellt. Spätestens die wöchentliche Pläne sind weiterhin zwischen Fraktion und Partei abzustimmen.

g. Personalentwicklung

- Wir wollen das politische Ehrenamt attraktiv bewerben. Diesbezüglich sind neue Formate und Methoden zu entwickeln.
- Um das Ziel von Kandidaturen jüngerer und bislang unerfahrenerer Mitglieder für kommende Wahlen zu erreichen, wollen wir sie auf diesem Weg begleiten und auf künftige Aufgaben vorbereiten. 2026 soll ein entsprechendes Förderprogramm ausgearbeitet und dann 2027 bis 2028 vollzogen werden, um 2029 bei den Kandidatenaufstellungen zur nächsten Kommunalwahl gut ausgebildete und motivierte Talente einbinden zu können. Das Förderprogramm soll Mentoring, Trainings und inhaltliche Schulungen beinhalten. Hierfür wird der Kreisvorstand eine klare Zuständigkeit benennen.
- Schon in dieser Ratsperiode sollen Vertreterinnen und Vertreter der jungen und älteren Generation sowie der verschiedenen Geschlechter aus Reihen der Jungen Union, der Senioren Union und der Frauen Union über die Positionen der sachkundigen Bürgerinnen und Bürger bzw. Einwohnerinnen und Einwohner in die Ratsarbeit integriert werden, um ihre relevanten Perspektiven real einzubinden und Brücken zu bauen.

Parteien stehen immer vor der Herausforderung, sich im laufenden Hochbetrieb weiterentwickeln zu müssen. Mit dieser ehrlichen Analyse und den vorgelegten Überlegungen mindern wir die Gefahr, die notwendige Lernkurve auszulassen. Deshalb werden wir jährlich im Herbst eine Sachstandsbewertung ähnlich dieser Bewertung vornehmen, alte Maßnahmen bewerten und neue ableiten. Es liegt an uns allen, die benannten Maßnahmen umzusetzen und mit Leben zu füllen. Nach Bestätigung oder Ergänzung der Maßnahmen durch den Kreisparteitag wird der Kreisvorstand diese in eine Vorhabenplanung mit verantwortlichen Ansprechpartnern und Zeitzielen überführen. Der Kreisvorstand soll durchgehend die Vorhabenplanung und ihre Umsetzung controllen. Wir befinden uns auf einem Weg, der klare Ziele verfolgt, aber auch darüber hinaus konstant zu beschreiten ist. Das heißt, es bedarf des beständigen Zuhörens und Lernens, ohne aufzuhören, zu gestalten. Eine positive Fehlerkultur wird zu diesem Weg dazugehören müssen. Wir wollen zeigen, dass die CDU Köln die Kraft ist, die Verantwortung mit Herz, Fleiß und Haltung übernehmen kann – für sich selbst und für unsere Stadt.