

Die CDU Brandenburg weiterdenken – Zukunft gestalten. Menschen erreichen. Engagement stärken.

Ausgangslage und Zielsetzung

Die CDU Brandenburg steht an einem Wendepunkt. Die politische Landschaft hat sich in den vergangenen Jahren grundlegend verändert – in Kommunikationsverhalten, Mediennutzung und gesellschaftlicher Bindungskraft. Während andere politische Kräfte neue Formen der Ansprache und Mobilisierung entwickelt haben, gelingt es uns bislang zu selten, die Breite der Brandenburgerinnen und Brandenburger zu erreichen und unser Profil als Volkspartei klar sichtbar zu machen.

Die Erfahrungen der Wahljahre 2024 und 2025 haben deutlich gemacht: Unsere Kampagnenfähigkeit, die Präsenz in der Fläche und unsere interne Vernetzung müssen gestärkt werden. Zu oft sind einzelne Engagierte auf sich allein gestellt, während es an übergreifender Koordination, moderner Kommunikation und sichtbarer Außenwirkung fehlt.

Gleichzeitig ist die CDU auf Bundesebene zurück in Verantwortung – und stellt den Bundeskanzler an der Spitze einer neuen Regierung. Das gibt unserer Partei bundesweit stärkeres Gewicht sowie wichtige Entscheidungs- und Gestaltungsmöglichkeiten. Doch in Brandenburg ist die Ausgangslage eine andere: Als kleinste Fraktion im Landtag trägt die CDU hier die Verantwortung aus der Opposition heraus – eine Rolle, die herausfordernd ist, aber auch Chancen eröffnet.

In dieser nicht einfachen Konstellation wollen wir es schaffen, als Volkspartei dauerhaft in der Mitte der Brandenburger Gesellschaft verankert zu sein. Dafür müssen wir an unserer Wahrnehmbarkeit, Schlagkraft und Glaubwürdigkeit arbeiten – in den Gemeinden, Medien, sozialen Netzwerken und Köpfen der Menschen. Trotz der demografischen Entwicklung gilt es ein starkes Fundament in der Fläche Brandenburgs zu bewahren. Deshalb wollen wir – auch mit Unterstützung der Bundespartei – dafür sorgen, dass es keine weißen Flecken bei der CDU-Präsenz in Brandenburg gibt. Wir wollen Bürger in allen Regionen mit unseren Themen und Positionen erreichen und im ganzen Land auch persönlich ansprechbar sein. Wenn die CDU Brandenburg auch künftig politisch erfolgreich sein will, braucht es eine gemeinsame Kraftanstrengung aller Ebenen – Landes-, Kreis- und Ortsverbände, Vereinigungen und Sonderorganisationen, Ehrenamtler und Mandatsträger. Zukunftsfähigkeit entsteht nicht durch punktuelle Projekte, sondern durch eine Kultur des gemeinsamen Handelns.

32 Wir wissen: Gute Politik beginnt nicht erst im Parlament, sondern vor Ort – in den Verbänden,
33 bei den Mitgliedern und in den vielen ehrenamtlichen Stunden, die unsere Partei tragen. Doch
34 um daraus eine neue Stärke zu formen, braucht es Strukturen, die modern und effizient und
35 von Gemeinsamkeit getragen sind.

36 Das Jahr 2029 wird für Brandenburg und die CDU zu einem Schicksalsjahr: Bundestagswahl im
37 Frühjahr, Europa- und Kommunalwahlen im Frühsommer, Landtagswahl im Herbst. Dieses
38 „Super-Super-Wahljahr“ verlangt schon heute vorausschauende Planung, klare Botschaften
39 und ein geschlossenes Auftreten aller Ebenen unserer Partei. Wer 2029 erfolgreich sein will,
40 muss 2025 die richtigen Weichen stellen – organisatorisch, kommunikativ und personell.

41

42 Der Parteitag möge daher beschließen:

43 Die CDU Brandenburg richtet ihre Strukturen, ihre Kommunikation und ihre
44 Mobilisierungsarbeit neu aus. Ziel ist es, den Landesverband als Zusammenschluss
45 der Kreis- und Ortsverbände in enger Zusammenarbeit mit den Landes-, Kreis- und
46 Orts-Vereinigungen zu einer sichtbaren, vernetzten und bürgernahen Volkspartei
47 zu machen, die Menschen aller Gesellschafts- und Altersgruppen erreicht, beteiligt und
48 zu Engagement bewegt. Grundlage für die Beschlussempfehlungen sind die
49 Ergebnisse der Strukturkommission im Bereich „Außenwirkung, Mobilisierung und
50 innovative Ansätze“. Damit richten wir den Blick konsequent nach vorn.

51 Der Landesparteitag der CDU Brandenburg beschließt die im Folgenden genannten
52 Maßnahmen, bei deren Umsetzung die Vereinigungen auf Landes-, Kreis- und
53 Ortsebene eng einzubeziehen sind. Er beauftragt den Landesvorstand, ihre
54 Umsetzung bis zum nächsten ordentlichen Parteitag entsprechend vorzubereiten bzw.
55 abzuschließen und über den Fortschritt zu berichten.

56

I. Schlagkräftige Kampagnenstrukturen aufbauen

1. Organisatorisches Tandem - Kampagnen aus einer Hand

Künftige politische Kampagnen der CDU Brandenburg sollen zentral entwickelt und dezentral in den Verbänden vor Ort umgesetzt werden können.

Der Landesvorstand erarbeitet dafür themenbezogene Veranstaltungspakete – sogenannte „Organisatorische Tandems“ – mit fertigen Konzepten, Textbausteinen, Layouts und Materialien. Diese sollen von Kreis- und Ortsverbänden ohne großen Aufwand lokal adaptiert werden können.

Dieses System bietet viele Vorteile:

- Ideen, Konzepte und Werbemittel müssen nicht in jedem Verband neu entwickelt werden.
- Auch kleinere Verbände können ohne großen Aufwand öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen anbieten.
- Durch einheitliche Gestaltung entsteht landesweit ein geschlossenes, professionelles Erscheinungsbild.

So wird aus 18 Einzelaktionen ein gemeinsamer Auftritt der CDU Brandenburg und so können wir landesweit neue Durchschlagskraft entwickeln.

Empfehlung:

Der Landesvorstand wird beauftragt, jährlich mindestens zwei zentrale Veranstaltungsreihen nach dem Prinzip des „Organisatorischen Tandems“ zu entwickeln und über die Landesgeschäftsstelle bereitzustellen. Diese sollen flächendeckend durch die Kreis- und Ortsverbände adaptiert werden.

2. Thematische Mikrokampagnen und Bürgeraktionen

Erfolgreiche politische Arbeit entsteht dort, wo Themen nah an den Lebensrealitäten der Menschen sind.

Künftig sollen deshalb thematische Mikrokampagnen zu landespolitisch relevanten Themenfeldern entwickelt werden – mit klaren Botschaften, emotionaler Ansprache und direkter Beteiligungsmöglichkeit für Bürgerinnen und Bürger. Gute Beispiele dafür sind die erfolgreiche Unterschriftenaktion zu Grenzkontrollen oder die anlaufende Kampagne zum Unterrichtsausfall in Brandenburg.

Beispiele hierfür sind:

- Unterschriftensammlungen und Online-Petitionen,
- thematische Straßenaktionen oder Bürgerdialoge,
- digitale Informationskampagnen mit konkretem Call-to-Action.

Diese Aktionen schaffen nicht nur Sichtbarkeit, sondern auch eine wachsende Unterstützerbasis, auf die in künftigen Wahlkämpfen aufgebaut werden kann.

Empfehlung:

Der Landesvorstand entwickelt gemeinsam mit den Kreisverbänden jährlich mindestens zwei landesweite Mikrokampagnen zu aktuellen politischen Themen.

3. Erstellung einer Datenbank von CDU-Mitgliedern

Um die vielfältigen fachlichen und beruflichen Kompetenzen unserer Mitglieder besser zu nutzen, soll eine *Mitgliederkompetenz-Datenbank* aufgebaut werden. Sie dient der besseren Vernetzung innerhalb der Partei und ermöglicht es, Themen frühzeitig zu identifizieren und gezielt mit Fachwissen aus den eigenen Reihen zu besetzen.

Diese Datenbank soll durch die Landesgeschäftsstelle gepflegt und regelmäßig aktualisiert werden. Die Erfassung kann über einen digitalen Fragebogen erfolgen, ergänzt durch fortlaufende Aktualisierung bei Veranstaltungen und durch die Kreisverbände. Ziel ist es, die Expertise der Mitglieder sichtbar zu machen, Synergien zwischen Verbänden zu schaffen und die politische Arbeit der CDU Brandenburg inhaltlich zu stärken.

109 Empfehlung:

110 Der Landesvorstand wird beauftragt, bis Ende 2026 eine Mitgliederkompetenz-Datenbank
111 einzurichten, die den Kreis- und Ortsverbänden sowie den Vereinigungen als internes
112 Vernetzungsinstrument zur Verfügung steht.

113

114 **II. Digitale Kompetenz und Vernetzung stärken**

115 1. Aufbau einer digitalen Toolbox

116 Zur Unterstützung der ehrenamtlichen Arbeit in den Kreis- und Ortsverbänden wird eine
117 zentrale digitale Toolbox geschaffen. Diese wird durch die Landesgeschäftsstelle bereitgestellt
118 und gepflegt.

119 Diese Plattform soll ein ständig wachsendes Angebot an Vorlagen, Textbausteinen und
120 Gestaltungshilfen enthalten – darunter:

- 121 • Plakat- und Social-Media-Vorlagen,
- 122 • Pressemitteilungen und Argumentationshilfen,
- 123 • Veranstaltungsideen und Best-Practice-Beispiele.

124 So können Verbände ohne großen Aufwand professionell auftreten, während gleichzeitig die
125 Einheitlichkeit der CDU-Marke in Brandenburg gestärkt wird.

126 Empfehlung:

127 Der Landesverband richtet bis Mitte 2026 eine digitale Toolbox für die Parteiarbeit ein und
128 stellt sie allen Gliederungen dauerhaft zur Verfügung. Die digitalen Auftritte der Kreis- und
129 Ortsverbände sind anschließend hinsichtlich der Markensprache der CDU Deutschlands
130 möglichst umfassend zu vereinheitlichen.

131

132 2. Prüfung einer KI-basierten Unterstützung

133 Die CDU Brandenburg prüft den Einsatz einer KI-Lösung nach dem Vorbild des CDU-NRW-
134 Chatbots „Conrad“. Ziel ist eine interne Plattform, die Parteimitgliedern und Mitarbeitern bei

135 organisatorischen, inhaltlichen und kommunikativen Aufgaben hilft – unter Wahrung
136 geltender Datenschutzstandards.

137 Empfehlung:

138 Die Ergebnisse der Prüfung durch die Landesgeschäftsstelle werden dem Landesvorstand bis
139 zum Ende des 2. Quartals des Jahres 2026 vorgestellt.

140

141 3. Digitale Mitgliederumfragen

142 Die CDU Brandenburg stärkt die innerparteiliche Beteiligung und Rückkopplungskultur durch
143 die Einführung digitaler Mitgliederumfragen. Diese sollen regelmäßig zu aktuellen politischen
144 und organisatorischen Themen durchgeführt werden. Anregungen sollen dabei unter anderem
145 auch von den Kreis- und Ortsverbänden stammen, um programmatische Schwerpunkte und
146 parteiinterne Angebote zu eruieren.

147 Ziel ist es, die Meinung der Mitglieder frühzeitig einzubeziehen, die politische Arbeit des
148 Landesverbandes an den Erwartungen der Basis auszurichten und neue Formen der
149 interaktiven Kommunikation zu etablieren. Die Umfragen können mit digitaler
150 Anschlusskommunikation – etwa Online-Diskussionen und thematischen Infoveranstaltungen
151 – verknüpft werden.

152 Die Ergebnisse werden transparent aufbereitet, den Mitgliedern zurückgespiegelt und, wo
153 möglich, sichtbar in die politische Arbeit einbezogen. So entsteht echte Mitbestimmung und
154 das Engagement der Mitglieder wird gestärkt.

155 Empfehlung:

156 Der Landesvorstand wird beauftragt, ab dem Jahr 2026 regelmäßig digitale
157 Mitgliederumfragen, auch auf Anregung der Gliederungen, durchzuführen, deren Ergebnisse
158 öffentlich innerhalb der Partei zu kommunizieren und zur Weiterentwicklung
159 programmatischer sowie organisatorischer Arbeit zu nutzen.

160

161

III. Mitglieder aktivieren und neue Zielgruppen erreichen

1. Engagement fördern und sichtbar machen

Das Rückgrat unserer Partei sind unsere Mitglieder. Ihr Engagement verdient Sichtbarkeit und Wertschätzung. Deshalb sollen neue Instrumente der Mitgliederaktivierung entwickelt werden:

- „CDU-Teamchallenge“: Freundschaftlicher Wettbewerb zwischen Kreisverbänden, z. B. um die kreativste Kampagne oder die meisten Neumitglieder.
- „Mitgliedermittwoch“: Regelmäßige Porträts von Mitgliedern auf den Kanälen des Landesverbands zu bestimmten Tagen. Besonderes Engagement, spezielle Betätigungsfelder oder spannende Initiativen sollen so verstärkt in den Fokus gerückt werden.
- Mentoringprogramme für Kandidaten/Kommunalpolitiker: Erfahrenere Mitglieder können Mitglieder begleiten, die ein Amt oder Mandat anstreben. So können unsere Wahlkämpfe schlagkräftiger und effizienter aufgestellt werden.
- Offene Kreisvorstandssitzungen: Mitglieder können schnelleren und umfassenderen Einblick in das politische Tagesgeschäft erhalten

Diese Formate zeigen: Die CDU hört zu – und sie lebt vom Mitmachen.

2. Neue Mitglieder früh einbinden

Menschen, die den Weg in unsere Partei finden, müssen von Anfang an erleben, dass sie willkommen sind und mitgestalten können.

Deshalb soll jeder Kreisverband künftig:

- innerhalb der ersten vier Wochen der Mitgliedschaft ein persönliches Onboarding-Gespräch mit neuen Mitgliedern führen,
- ein Begrüßungspaket mit Informationen und Materialien übergeben,
- Patenschaftsmodelle etablieren, bei denen erfahrene Mitglieder Neumitglieder begleiten.

So entsteht eine Kultur der persönlichen Ansprache und nachhaltigen Bindung.

3. Präsenz im vorpolitischen Raum ausbauen

Politische Akzeptanz wächst dort, wo persönliche Begegnung stattfindet.

190 Die CDU Brandenburg wird deshalb niedrigschwellige Formate im gesellschaftlichen Alltag
191 stärken – vom Grillabend im Verein über Diskussionsrunden mit Ehrenamtlichen bis hin zu
192 Familienfesten.

193 Jeder Kreisverband soll jährlich mindestens drei solcher offenen Veranstaltungen durchführen
194 und über den Landesverband bei der Planung unterstützt werden.

195 Empfehlung:

196 Die Kreisverbände berichten zum nächsten Landesparteitag über die konkreten Maßnahmen
197 die zum Bereich III „Mitglieder aktivieren und neue Zielgruppen erreichen“ ergriffen wurden.

198

199 **IV. Innovation und Zukunftsmodelle**

200 1. Digitaler Ortsverband

201 In Regionen mit schwacher Parteistruktur bzw. für interessierte Neumitglieder, die sich nicht
202 direkt örtlich binden wollen, soll künftig die Möglichkeit bestehen, sich zusätzlich einem
203 digitalen, ortsunabhängigen Verband anzuschließen. Vorbild könnte hier beispielsweise auch
204 die Online-Mitgliedschaft der CSU sein.

205 Der digitale Ortsverband ermöglicht es, politische Arbeit digital zu organisieren, Diskussionen
206 online zu führen und Mitgliedern in ganz Brandenburg Möglichkeiten zur stärkeren Beteiligung
207 zu bieten – unabhängig vom Wohnort.

208 Empfehlung:

209 Die Etablierung eines digitalen Ortsverbandes wird durch die Landesgeschäftsstelle geprüft,
210 das Ergebnis dieser Prüfung wird dem Landesvorstand bis zum Ende des 2. Quartals des Jahres
211 2026 vorgestellt.

212

213

214 2. Jährliches Innovationscamp

215 Einmal im Jahr findet ein Innovationscamp des Landesverbandes in Zusammenarbeit mit den
216 Vereinigungen statt – ein Labor für Ideen, in dem Mitglieder aller Gliederungen neue Ansätze
217 für Kampagnen, Mitgliedergewinnung und digitale Kommunikation entwickeln.

218 So werden Expertise und Kreativität der Basis genutzt und direkt in die praktische Parteiarbeit
219 überführt.

220 Empfehlung:

221 Eine erste Kickoff-Veranstaltung soll durch die Landesgeschäftsstelle in Zusammenarbeit mit
222 den Landesvorständen der Vereinigungen bis zum Sommer 2026 realisiert werden.

223

224 3. Talentschmiede Brandenburg

225 Um den politischen Nachwuchs langfristig zu fördern, wird eine Talentschmiede Brandenburg
226 eingerichtet.

227 Gemeinsam mit der Jungen Union und der Kommunalpolitischen Vereinigung sollen hier in
228 Anlehnung an das frühere Nachwuchsprogramm der CDU Brandenburg Mitglieder gezielt auf
229 Verantwortung in Partei, Mandat und Verwaltung vorbereitet werden.

230 Empfehlung:

231 Ein Konzept zur Umsetzung wird dem Landesvorstand durch den Landesgeschäftsführer bis
232 zum Ende des 2. Quartals 2026 vorgelegt.

233

234

235 **Ausblick**

236 Die CDU Brandenburg hat in den vergangenen Monaten – nicht zuletzt durch die einberufene
237 Strukturkommission und deren Abschlussbericht - wichtige Grundlagen für eine strukturelle
238 und finanzielle Neuaufstellung des Landesverbands gelegt – mit den geplanten
239 Satzungsänderungen auf dem Landesparteitag wird diesen Grundlagen auch formell Rechnung
240 getragen. Der nächste Schritt ist, diese Grundlagen für erfolgreiches zukünftiges Handeln mit
241 Leben zu füllen – durch gemeinsames Agieren, sichtbare Kampagnen und eine Kultur des
242 Miteinanders.

243 Dieser Antrag soll den Startpunkt dafür setzen: Für eine CDU Brandenburg, die
244 kampagnenfähig, vernetzt und schlagkräftig ist. Nah an den Bürgern, Mitgliedern und den
245 Sorgen der Menschen.

246 Unsere Stärke liegt in der Verbundenheit von Haupt- und Ehrenamt, von Stadt und Land, von
247 Tradition und Innovation.

248 Wenn alle Gliederungen ihren Beitrag leisten, wird die CDU Brandenburg auch in Zukunft die
249 gestaltende Kraft unseres Landes und im Wahljahr 2029 erfolgreich sein.