



CHRISTLICH-DEMOKRATISCHE
ARBEITNEHMERSCHAFT
DEUTSCHLANDS

Ein Leitbild für die CDA Selbstverständnis und Arbeitsweise unserer Vereinigung

Referat im Rahmen der Landestagung der AG Frauen in der CDA
Samstag, 21. November 2009, Brauhaus Schacht 4/8 in Duisburg
von Anni Willms, Mitglied im CDA/CDU Landesvorstand

Einleitung

Die Landestagung der Frauen in der CDA stellt eine gute Gelegenheit dar, einmal inne zu halten und sich gedanklich mit den Wurzeln, den Zielen, den Strategien und der Arbeitsweise der CDA (Christlich Demokratische Arbeitnehmerschaft - Sozialausschüsse der CDU) auseinanderzusetzen, d.h. sich auf einen weiterführenden Diskussionsprozess von „unten nach oben“ einzulassen. Diese Diskussion dient der Bestimmung unseres Markenkerns in einer veränderten Lebens- und Arbeitswelt. Sie wird Einfluss auf die Arbeitsweise innerhalb der CDA und in der Zusammenarbeit mit der CDU haben.

Das Leitbild

„Ein Leitbild ist eine klar gegliederte, langfristige Zielvorstellung eines Unternehmens oder einer Institution und beinhaltet, mit welchen Strategien diese Unternehmensziele erreicht werden sollen.“ (Wikipedia)

Das Leitbild der Christlich-Demokratischen Arbeitnehmerschaft Deutschlands

Das Leitbild der CDA wird auf der Internetseite www.cda-bund.de dargestellt. In Anlehnung an diese Ausführungen sind hier das Fundament und die Kernaussagen dargestellt.

**Die Würde des Menschen ist unantastbar.
Der Mensch ist wichtiger als die Sache.
Arbeit hat Vorrang vor dem Kapital.**

Das ist das Fundament der Christlich-Demokratischen Arbeitnehmerschaft Deutschlands.

Das CDA Leitbild und seine Kernaussagen

- Die CDA gestaltet Politik auf der Grundlage des christlichen Menschenbildes, der katholischen Soziallehre und der evangelischen Sozialethik.
- Die CDA ist Teil der CDU.
- Die CDA nimmt Einfluss auf die Willensbildung in der CDU - in den Gremien der Partei und im Dialog mit ihren Entscheidungsträgern.
- Die CDA ist die Brücke der CDU zu den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern.
- Die CDA ist in den Gewerkschaften verankert.
- Die CDA ist in den Betrieben verankert.
- Die CDA wirkt in die Gewerkschaft hinein - mit Kampagnen und Aktionen.
- Die CDA ist das politische Netzwerk der Christlich-Sozialen.

Für den Erfolg einer Institution oder eines Unternehmens müssen Leitbild und Strategie zeitgemäß sein, d.h. die Mitglieder müssen es mit ihren Erfahrungen in der Arbeits- und Lebenswirklichkeit in Verbindung bringen können. Nur so entsteht Überzeugung und „nur wer selbst überzeugt ist, kann andere überzeugen und nur wer sich selbst bewegt, kann auch andere bewegen“ warb CDU Landesvorsitzender Jürgen Rüttgers auf dem siebten Reformkongress der CDU in Köln dafür, den Markenkern der CDU, nicht aufzugeben und dafür zu arbeiten, dass wir eine moderne und attraktive Volkspartei bleiben.

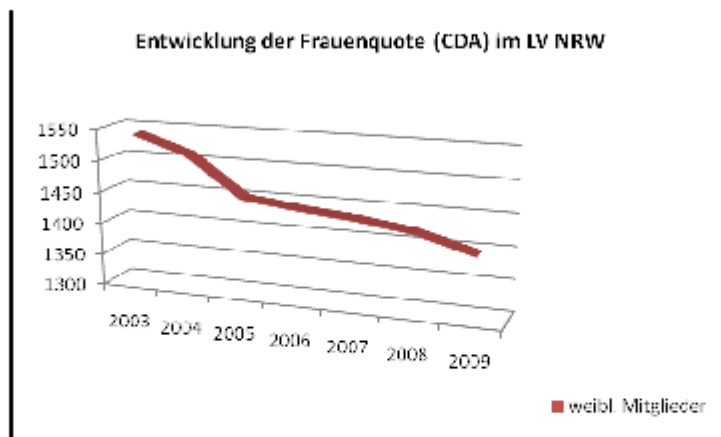
Diese Botschaft ist sicher auch für die CDA zutreffend. Der Markenkern muss in einem beständigen Prozess auf seine Vision und Ziele und deren Umsetzung überprüft werden. Die Ziele der CDA müssen durch das Handeln der Akteure und Mitglieder nach innen und außen offensiv vertreten werden. Das stärkt die CDA nach innen und außen und macht sie zukunftsfähig.

Das Erscheinungsbild der CDA

Aus Statistiken können klare Aussagen zum Erscheinungsbild der CDA abgeleitet werden:

Die Mitgliederzahlen in NRW sinken kontinuierlich. Der Anteil von Frauen ist zu gering und der Altersdurchschnitt ist zu hoch

Nominal - die CDA Mitgliedszahlen zugrunde gelegt - gehören in Räten, Kreis- und Landtagen und Bundestag sowie in der CDU noch viele Abgeordnete und Funktionsträger der CDA an. Allerdings werden sie in der veröffentlichten Meinung nicht als Vertreter oder Vertreterinnen der CDA wahrgenommen.



Die genauen Zahlen:

1.539 in 2003

1.511 in 2004

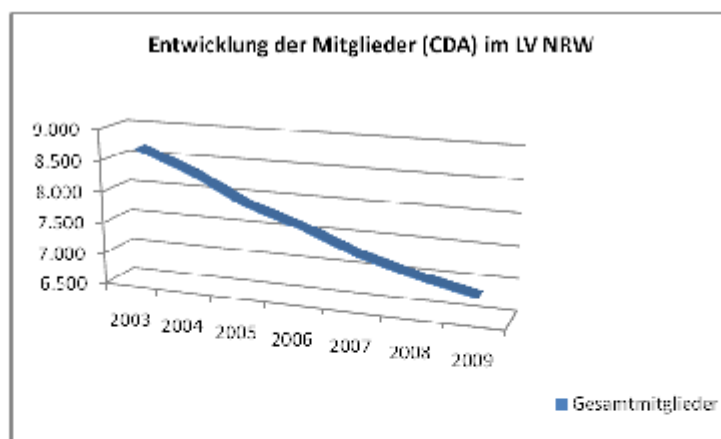
1.450 in 2005

1.441 in 2006

1.433 in 2007

1.420 in 2008

1.396 in 2009



Die genauen Zahlen:

8.669 in 2003

8.341 in 2004

7.902 in 2005

7.618 in 2006

7.271 in 2007

7.025 in 2008

6.835 in 2009

Gründe für ein defizitäres Erscheinungsbild der CDA gibt es sicher viele. Einige davon sollen hier aufgezeigt werden:

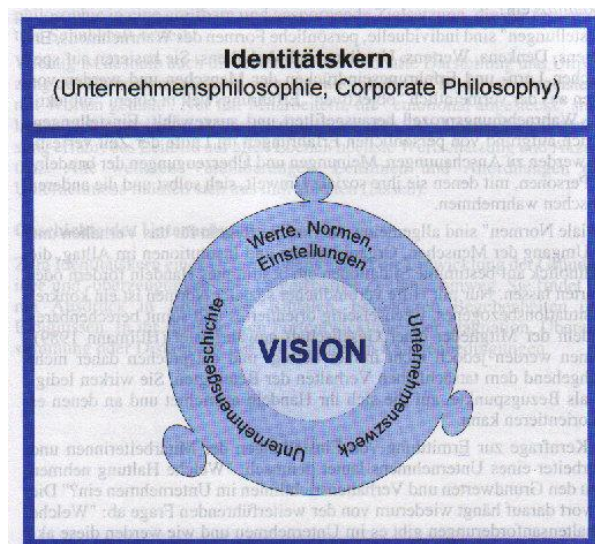
Gründe für den Mitgliederrückgang und das Erscheinungsbild

- Die CDA ist selbst bei vielen CDU Mitgliedern **unbekannt**.
- In der CDA sind **wenig junge Leute, wenig Frauen** und **wenig neue Ideen**.
- Die CDA erscheint **nicht attraktiv** - Junge Männer und Frauen bevorzugen JU, FU und MIT.
- Aus dem **Erwerbsleben ausgeschiedene** Männer und Frauen fühlen sich in der „**Arbeitnehmerschaft**“ **nicht mehr so richtig „Zuhause“** und erwägen den Austritt oder verlassen die CDA.
- **Keine eigene Mitgliederzeitung in NRW** wie z.B. BISS 35 für die Junge Union, FU Magazin etc..
- **Mangelnde Wertschätzung** für die CDA Mitglieder, die in Gewerkschaften, Betriebs- und Personalräten sowie als Mitarbeitervertretung in den kirchlichen Einrichtungen aktiv sind.
- **Mangelndes „Wir-Gefühl“** CDA Mitglieder nehmen als CDU Abgeordnete oft Termine ohne Einbindung von CDA Mitgliedern und Funktionsträgern von „vor Ort“ wahr. Chancen die Repräsentanten der CDA vor Ort bekannt und die Bedeutung der Vereinigung und ihrer Vertreter für die CDU sichtbar zu machen, werden kaum genutzt.
- **Aktive in der CDA** fühlen sich oft als **Einzelkämpfer**. Ihre Spitznamen sind: „**Herz-Jesu-Marxisten, Sozialhansel, Sozialtante, Sozialapostel, Linker Flügel**“

Identität als innovative Kraft

Wenn das Leben keine Vision hat, nach der man strebt,
nach der man sich sehnt, die man verwirklichen möchte,
dann gibt es auch kein Motiv, sich anzustrengen.“

Erich Fromm 1900 bis 1980



Kiessling, Waldemar F.; Spannagl, Peter: Corporate Identity, Alling 1996, S. 15

Der Identitätskern setzt sich zusammen aus der **Vision**, den **Werten**, **Einstellungen** und **Normen**, dem **Zweck** und der **Geschichte** eines Unternehmens oder einer Institution. Die Unternehmensphilosophie und die Unternehmensstrategie ergeben nach einem Diskussionsprozess das Leitbild. Für die Diskussion in der CDA ergeben sich folgende Fragen:

- Wer sind wir?
- Was wollen wir?
- Wofür stehen wir?
- Wie stellen wir uns und unsere Arbeit nach innen und außen dar?

Arbeitsmaterialien für eine inhaltliche Diskussion zur Identität

„Die **Christlich-Demokratische Arbeitnehmerschaft** (CDA) ist eine Vereinigung der CDU mit dem inhaltlichen Schwerpunkt „Gesellschaftspolitik“. Eine andere konkurrierende Eigen-Bezeichnung ist auch „CDU-Sozialausschüsse“.

Die CDU Sozialausschüsse sind aus der christlich-sozialen Bewegung hervorgegangen und erheben den Anspruch für die Christlich-Sozialen innerhalb der CDU eine Heimat zu bieten. Die Christlich-Sozialen sind eine der drei großen Gruppen innerhalb der CDU neben den Liberalen und den Konservativen.“ (Wikipedia)

Im Internet ist in beeindruckender Form die „**Zeittafel der CDA - Von der Arbeiterfrage zur neuen sozialen Frage**“ dargestellt.

Ebenso kann der Bericht „**Geschichte der CDA**“ unter www.cda-bund.de eingesehen werden.

„Wer wir sind/Was wir machen/Was wir wollen“ unter www.jungecda-nrw.de.

1967 verabschieden die CDU-Sozialausschüsse auf der 12. Bundestagung in Offenburg ihr Grundsatzprogramm. In der „Offenburger Erklärung“ fordern sie eine „offene und solidarische Gesellschaft“ in deren Mittelpunkt der Mensch steht.

Karl-Albert Esser und **Wolfgang Vogt** haben mit ihrer Veröffentlichung

Der Mensch ist wichtiger als die Sache Christlich-Sozial: Orientierung und Herausforderung

für die Leitbilddebatte in der CDA eine wichtige Diskussionsgrundlage geschaffen.

Bausteine zur Unternehmensidentität

Die Bausteine einer Unternehmensidentität sind das Verhalten der MitarbeiterInnen, das Erscheinungsbild und die Unternehmenskommunikation.

Bei der Unternehmenskommunikation wird differenziert nach der Kommunikation innerhalb der Organisation und der Kommunikation nach außen durch z.B. Mitgliederzeitschrift, aktive und kontinuierliche Pressearbeit, Internetauftritt etc.. Diese Bausteine könnten Gegenstand eines intensiven Diskussionsprozesses auf allen Ebenen in der CDA werden. Dabei werden Stärken und Schwächen herausgestellt und Verbesserungsvorschläge für die jeweilige Ebene entwickelt und umgesetzt.



Kiessling, Waldemar F.; Spannagl, Peter: Corporate Identity, Alling 1996, S. 13

Ob und wie diese Diskussion auf allen Ebenen der CDA in NRW geführt wird, beantwortet die Frage nach der Reform- und Zukunftsfähigkeit unserer Vereinigung. Sie ist aber auch für die CDU NRW von Bedeutung. Nur mit einer starken CDA kann die CDU ihre Rolle als Volkspartei wahrnehmen! Dringend thematisiert gehört in diesem Zusammenhang, wie angesichts unseres derzeitigen Erscheinungsbildes, die Arbeit mit den wenigen hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und den ehrenamtlichen in einer stark veränderten Arbeits- und Lebenswelt unter Einbeziehung moderner Technik effizienter und erfolgreicher gestaltet werden kann. Hier sind auch die Verantwortlichen in der CDU NRW gefordert, die CDA in dem Modernisierungsprozess „mitzunehmen“.

Literatur

Vogt, Wolfgang; Esser, Karl-Albert: Der Mensch ist wichtiger als die Sache
Christlich-Sozial: Orientierung und Herausforderung, Düsseldorf 2009 ³

Fortschritt durch Kontinuität,
Texte zur Geschichte der CDA – die Entwicklung der Christlich-Sozialen Bewegung 1830-1945 in: Stiftung Christlich-Soziale Politik e.V. CSP Themen 1, 1996

Schummer, Uwe: 1945-1995 CDA, CDA-Verlagsgesellschaft Königswinter 1995

Katholiken und die soziale Frage im 19. Jahrhundert, Handreichungen zum Unterricht Heft 1
Troisdorf (zu beziehen über MediaCompany GmbH, Hans-Böckler-Straße 19, 53225 Bonn)

Erste Reichstagung der gesamtdeutschen Sozialausschüsse der CDU/CSU in Herne in
Westfalen am 28., 29. und 30. November 1947
Herausgegeben vom Landessozialausschuss der CDU, bearbeitet von Dr. Karl Zimmermann.
Köln