



**FRIEDRICH NAUMANN
STIFTUNG** Für die Freiheit.

**Vereinigung Liberaler
Kommunalpolitiker**



ERFOLGSSPUREN LIBERALER KOMMUNALPOLITIK

Kai Abruszat, Martin Bahrmann, Christoph Dammermann, Petra Franke
Martin Hoeck, Thomas Nitzsche, Thomas Nüchel, Wulf Pabst, Jan Maik Schlifter

ANALYSE

Impressum

Herausgeberin

Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit
Truman-Haus
Karl-Marx-Straße 2
14482 Potsdam-Babelsberg

[/freiheit.org](https://www.freiheit.org)

[f/FriedrichNaumannStiftungFreiheit](#)

[t/FNFreiheit](#)

[@stiftungfuerdiefreiheit](#)

In Zusammenarbeit mit
der Vereinigung Liberaler Kommunalpolitiker e.V.

Autorenschaft

Kai Abruszat
Martin Bahrmann
Christoph Dammermann
Petra Franke
Martin Hoeck
Thomas Nietzsche
Thomas Nüchel
Wulf Pabst
Jan Maik Schlifter

Redaktion

Dr. Dirk Assmann,
Themenmanagement Innovationsräume und Urbanisierung

Klaus Füßmann,
Themenmanagement Kommunalpolitik

Liberales Institut
der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit

Kontakt

Telefon +49 30 220126-34
Telefax +49 30 690881-02
E-Mail service@freiheit.org

Stand

Oktober 2023

Hinweis zur Nutzung dieser Publikation

Diese Publikation ist ein Informationsangebot der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit. Die Publikation ist kostenlos erhältlich und nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf nicht von Parteien oder von Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden (Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie Wahlen zum Europäischen Parlament).

Lizenz

Creative Commons (CC BY-NC-ND 4.0)

Inhalt

VORWORT	4
THESEN ZU ALLTÄGLICHEN HERAUSFORDERUNGEN IN DER KOMMUNALPOLITISCHEN PRAXIS.....	5
Christoph Dammermann	
STADT-LAND-SYNERGIEN AM BEISPIEL DER REGION JENA	7
Oberbürgermeister Dr. Thomas Nitzsche	
DER „KÜMMERER“ ALS ERFOLGSMODELL LIBERALER KOMMUNALPOLITIK	10
Bürgermeister Kai Abruszat	
DIE MEISSNER „GROSSFRAKTION“ DER BÜRGERLICHEN MITTE – EINE KOMMUNALPOLITISCHE BESONDERHEIT UNTER LIBERALER FÜHRUNG	12
Martin Bahrmann	
EINE BRANDENBURGISCHE KREISSTADT AUF DEM WEG ZUR DIGITALEN RATSARBEIT	14
Martin Hoeck	
KAMPAGNEN-BEISPIEL: SCHULTICKET FÜR BIELEFELD	16
Jan Maik Schlifter	
LEITBILDKOMPATIBLES THEMEN-SETZEN IN DER KOMMUNE: VOM LIBERALEN LEITBILD ZUM POLITISCHEN ERFOLGSTHEMA.....	18
Wulf Pabst	
STRATEGIE- UND KAMPAGNENFÜHRUNG IN DER KOMMUNE.....	21
Petra Franke	
„STATTFINDEN“ – OHNE PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT GEHT ES AUCH HEUTE NICHT	23
Thomas Nüchel	
POLITIKTRAINING. MEHR BEWEGEN	24
ÜBERSICHT: KOMMUNEN IN DEUTSCHLAND	26

Vorwort

„Berufspolitiker verhandeln, Kommunalpolitiker handeln“, so signalisiert eine knappe Sprach-Formel das (gestiegene) Selbstbewusstsein der Kommunalpolitik in Deutschland. Dies ist mehr als berechtigt nach dem letzten Krisen-Jahrzehnt, das wir alle erlebt haben und das insbesondere in den Kommunen mutig bewältigt wurde: die vielfältigen Probleme der Migrationswellen, die organisatorischen Herausforderungen der Pandemie-Zeit, die permanenten Anstrengungen, eine funktionierende Wirtschafts-, Bildungs- oder Verkehrsinfrastruktur in kritischen Zeiten kommunal zu organisieren. Und das bei nach wie vor problematischer Finanz-Ausstattung!

Genügend Gründe, einen Blick auf „best practice“-Beispiele aus der liberalen Kommunalpolitik zu werfen. Wir tun dies unter dem Titel „Erfolgsspuren“, der den Vorzug bietet, sowohl in der Rückschau erfolgreiche Projekte und Praktiken zu sammeln wie auch in der Vorausschau Empfehlungen zu geben, wie man es besser machen kann auf einem Politikfeld, das von dem Freiwilligen-Engagement, also dem Ehrenamt lebt. Spuren als wertvolle Etappen erfolgreicher Kommunalpolitik und Spuren als Pfade zu planvollerem und zielsicherem Auftreten in der politischen Wettbewerbs-Situation vor Ort.

Die politische Bildung der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit fühlt sich in ihren Veranstaltungen und mit ihren Publikationen beidem verpflichtet: der Aufklärung über kom-

munalpolitische Sachzusammenhänge im föderalen Aufbau der Bundesrepublik Deutschland. Und der Professionalisierung der zahllosen politisch aktiven Bürgerinnen und Bürger in den Gemeinden, die ihren Beitrag zu Wohlstand und Wohlfahrt in ihrem Gemeinwesen leisten wollen. Deshalb haben wir an den Schluss der vorliegenden Publikation auch noch eine Übersicht über das Trainingsangebot der Stiftung aufgenommen.

Zuvor allerdings zeigen wir Beispiele aus Thüringen, Sachsen, Brandenburg und Nordrhein-Westfalen – von Bürgermeistern und Ratsmitgliedern –, die anschaulich und lebensnah demonstrieren, wie spannend und wirksam Kommunalpolitik in Deutschland ist. In einem zweiten Teil geben dann freiberufliche Seminarleiter/Trainer der Stiftung eine Reihe von Tipps, wie die Themenführung, Kampagnenplanung oder Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune den Weg zum besseren politischen Gelingen ebnet.

Ich danke der Autorin und den Autoren für ihre kompakten Schilderungen und Empfehlungen und dem Kollegen Dr. Dirk Assmann aus dem Liberalen Institut für die professionelle redaktionelle Zusammenarbeit. Möge diese Publikation, die wir in Zusammenarbeit mit der Vereinigung Liberaler Kommunalpolitiker erstellt haben, jene Lese-Reichweite erlangen, die der Überzeugungskraft der Gedanken in den versammelten Texten zur Ehre gereicht.



Klaus Füßmann

Leiter der Theodor-Heuss-Akademie
2013-2023

Thesen zu alltäglichen Herausforderungen in der kommunalpolitischen Praxis

von Christoph Dammermann

„Grau is’ im Leben alle Theorie - aber entscheidend is’ auf’m Platz.“ Vor jedem Heimspiel von Borussia Dortmund wird diese Weisheit des legendären Mittelstürmers Adi Preißler eingeblendet. Ein Satz in schlichter Schönheit, der weit über den Fußball hinaus Gültigkeit besitzt.

Auch in der Kommunalpolitik gilt: Entscheidend is’ auf’m Platz. Der Stadtrat, der Kreistag, die Ausschüsse, die Bürgertermine, die Verhandlungen mit anderen Fraktionen und der Verwaltung: Hier entscheidet sich, ob sich der ganze Aufwand lohnt und zu besseren Ergebnissen für Stadt oder Gemeinde führt.

Der Werkzeugkasten für den kommunalpolitischen Praktiker ist dabei prall gefüllt: Anfragen, Anträge, Positionspapiere, Pressemitteilungen, Änderungsanträge zu Verwaltungsvorlagen, Fachgespräche mit Experten und/oder Betroffenen, Bürgerbefragungen und Veranstaltungen aller Art sind sicher zu nennen.

These 1: Wenn ein Thema aufgegriffen werden soll, sind alle Werkzeuge in Betracht zu ziehen und zu nutzen (idealerweise aufeinander aufbauend und Bezug nehmend).

Wenn Sie bei einem Thema politischen Druck aufbauen wollen, um es entweder erfolgreich durchzusetzen oder um Profil in einer Zielgruppe zu entwickeln, müssen Sie es aus allen Richtungen bespielen. Also: Nicht *entweder – oder*, sondern *sowohl – als auch* muss die Devise heißen.

Gut gewählte Themen erzeugen Gegenwind (den Sie brauchen, um Profil zu gewinnen). Auch hier kann eine Analogie zum Fußball gezogen werden. Denn nicht jeder Ball landet sofort im Tor (eigentlich sogar die wenigsten). Das führt zur nächsten Erkenntnis.

These 2: In der Kommunalpolitik ist es wie im Fußball. Ruhende Bälle kann jeder verarbeiten. Profis können auch den „zweiten Ball“.

Sich in Ruhe eine Frage für den Ausschuss zu überlegen, kann schon eine Kunst sein, und ist Basisaufgabe jedes Kommunalpolitikers, der Termine vorbereitet. Aber wie ist es mit der Antwort der Verwaltung? Letztlich steht die ja in der Zeitung. Wer seine politischen Positionen vermitteln will, muss also bei der Antwort hellwach sein. Gibt es einen Widerspruch in den Aussagen der Verwaltung? Wird eine negative Information nur freundlich umschrieben? Wird etwas verschwiegen

oder an der Sache vorbei geantwortet? Das ist dann der „zweite Ball“. Keine Zeit, in Ruhe zu überlegen und neu Anlauf zu nehmen, sondern blitzschnell schalten und ‚draufhalten‘. Der Gegner steht noch etwas unsortiert, das kann man nutzen. Mit einer klugen Nachfrage. Einem Zitat aus einer früheren Vorlage. Mit einer Gegenthese. Auch den zweiten Ball kann man trainieren – und in der Fraktion zum Beispiel simulieren, was die Verwaltung als Gegner wohl antworten könnte.

...der Gegner? Ist denn die Verwaltung unser Gegner?

These 3: Die Verwaltung ist kein Gegner, aber auch kein Kumpel. Rat und Verwaltung haben eigene Rollen, die sie auf Augenhöhe erledigen müssen.

Die Kultur im Miteinander zwischen Rat und Verwaltung ist örtlich höchst verschieden: Manche Kommunalpolitiker verbrüdern sich mit Bürgermeister und Verwaltung und diskutieren kaum noch in öffentlicher Sitzung, in anderen Städten stehen sich Fraktionen und Verwaltung nahezu feindlich gegenüber und lauern auf Fehler, auf die sie laut hinweisen können. Beides ist übertrieben.

Jede Tugend im Übermaß ist ein Laster: Das lockere „Du“ und das gelegentliche gemeinsame Bier können eine gute Brücke sein, enge Verbrüderung und Kumpanei verwischen die Aufgaben. Das gilt natürlich auch andersherum: Kritische Rückfragen, Recherchieren in anderen Quellen, Konfrontieren mit unbequemen Wahrheiten ist Aufgabe des Rates, generelles Misstrauen, Vorführen der Verwaltung, kleinliche Fehlersuche ist es nicht.

Kleinliche Diskussionen werden besonders gerne zu rechtlichen Beurteilungen geführt. Das bringt uns zur nächsten Empfehlung.

These 4: Recht ist kein Selbstzweck, sondern hat einen dienenden Charakter.

Kommunalpolitikerinnen und Kommunalpolitiker sollten regelmäßig in Gesetze und Verordnungen gucken und sich nicht von der Verwaltung oder anderen Fraktionen ein X für ein U vormachen lassen. Aber wir dürfen auch nie vergessen: Juristische Diskussionen sollten kein Selbstzweck sein. Kommunalrecht dient wichtigen Zwecken wie dem Schutz von Minderheiten- und Individualrechten, dem fairen Ablauf der Meinungsbildung und Entscheidungsfindung, der Transparenz der Abläufe für Außenstehende und der Nachvollziehbarkeit und Verlässlichkeit der Ergebnisse.

Im Gegensatz zu diesen wichtigen Zwecken dient Kommunalrecht nicht der Verkomplizierung und Verlangsamung, dem Stören, Verhindern, der Besserwisserei oder der Profilierung von Menschen, die gerne belehren. Das sind alles Versuchungen, denen man schnell erliegen kann, wenn man entsprechend versiert ist – trotzdem sollten Sie diesen Versuchungen widerstehen.

In der täglichen Arbeit stehen Kommunalpolitiker – die ja unterschiedliche Typen sind – stets vor der Frage, wie sehr sie Konflikte aushalten und öffentlich austragen.

These 5: Der verständliche Wunsch nach Beliebtheit darf nicht in die Beliebigkeit führen.

Menschen werden gerne gemocht. Das gilt für Kommunalpolitiker auch (vielleicht sogar besonders). Eine kontroverse Debatte dient diesem Ziel oft nicht, da ich ja dann anderen Fraktionen oder der Verwaltung oder den Kommentaren der örtlichen Facebook-Gruppe widerspreche und selbst nicht Lob, sondern Widerspruch ernte.

Kommunalpolitik ist aber primär keine Wohlfühlveranstaltung, sondern soll zu guten Ergebnissen für die Stadt oder die Gemeinde führen. Dafür ist Streit in der Sache, auch öffentlich, nützlich und notwendig. Und wenn etwas Gutes dabei herauskommt, fühlen sich ja auch alle wohler.

These 6: Der Kompromiss steht nicht am Anfang der Debatte, sondern am Ende.

Durch gutes Miteinander, das in einer Stadt idealerweise gepflegt wird, ist der Wunsch nach einvernehmlichen Kompromissen groß, gerade in kleineren Städten und Gemeinden. Das ist sehr verständlich und am Ende auch zielführend.

In der Demokratie sollten Kompromisse auch nicht negativ gesehen werden („fauler Kompromiss“), sondern sind oft kluger Ausgleich zwischen verschiedenen Interessen.

Aber: Die Suche nach einem guten Kompromiss darf nicht schon bei der Formulierung der eigenen Position beginnen – nach dem Motto „was ich nicht durchsetzen kann, fordere ich erst gar nicht“. Im Gegenteil: Manche gute politische Debatte hat damit angefangen, dass jemand eine zunächst nicht mehrheitsfähige Forderung aufgestellt hat. Also keine Schere im Kopf, wenn es darum geht, eine Debatte zu eröffnen und daher auch keine Angst vor Gegenwind und Widerspruch.

These 7: Gute Politik kommuniziert klar in der Sache, wertschätzend zu Personen, offen für die Debatte.

Bei der Suche nach Aufmerksamkeit ist eine pointierte Positionierung (manchmal auch ein wenig Übertreibung, die anschaulich macht) immer hilfreich. Was nicht hilft: Andersdenkende beschimpfen, in ihrer Integrität herabsetzen oder ihnen unlautere Motive unterstellen. Das führt zwar in aufgeregten Zeiten auch schnell zu Aufmerksamkeit, überzeugt aber keinen Betrachter.

Äußern Sie gerne klar und deutlich, was Ihre Position, Ihre Forderung ist. Die Sichtweise anderer bei der Gelegenheit schlecht zu machen, ist völlig unnötig. Kurzfristig fühlt man sich damit besser, es hilft aber weder, Wählerinnen und Wähler anzusprechen noch anschließend gute Kompromisse zu erreichen. Sie haben doch gute Argumente für Ihre Position, die Sie gut benennen können.

„Entscheidend is' auf'm Platz,“ hat Adi Preißler formuliert. Gemeint hat er damit natürlich den erfolgreichen Abschluss – das Tor. Kommunalpolitikerinnen und Kommunalpolitiker können gleich in zweierlei Hinsicht erfolgreich sein – durch Umsetzen guter Beschlüsse für ihre Kommune oder auch durch gute Profilierung und gute Wahlergebnisse. Idealerweise gelingt beides. Wie bei Adi Preißler, der zweimal hintereinander Deutscher Meister wurde.

ÜBER DEN AUTOR



Christoph Dammermann

ist seit vielen Jahren kommunalpolitischer Praktiker. Schon mit 22 Jahren war er sachkundiger Bürger beim Landschaftsverband Westfalen-Lippe, später wurde er 1. Stellv. Bürgermeister in Bünde, danach war er Fraktionsvorsitzender im Rat der Stadt Werne und stellv. Vorsitzender der Fraktion in der Landschaftsversammlung. Anschließend wechselte er ins Hauptamt und wurde Wirtschaftsförderer der Stadt Hamm (Westf.). Von 2017 – 2022 war er Staatssekretär im Wirtschaftsministerium NRW. Seit über dreißig Jahren leitet er nebenberuflich Seminare für die Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit, oft mit Bezug zur Kommunalpolitik.

Stadt-Land-Synergien am Beispiel der Region Jena

von Dr. Thomas Nitzsche

Abb. 1 | Jenas Lage in Thüringen



Bundesland: Thüringen

Bevölkerung: 111.191 (Stand 2022)

Fläche: 114,77 km²

Quelle: Statistisches Bundesamt

Veränderte Anforderungen an Mobilität und Infrastruktur, beim Wohnen, in der öffentlichen Daseinsvorsorge – es gibt viele Gründe, warum sich Gebietskörperschaften zu einem größeren Verbund zusammenschließen wollen oder müssen, um Synergien zu finden. Das können wachstumsorientierte Gründe sein, wie sie als Leitmotiv etwa hinter den Metropolregionen wie Rhein-Ruhr, Nürnberg oder Mitteldeutschland stehen. Im Folgenden soll gezeigt werden, wie dies auch im etwas kleineren Maßstab funktionieren kann: im Rahmen von Kooperationen einer kleinen Großstadt mit ihrem unmittelbaren Umland.

Einige Gedanken zur kommunalpolitischen Situation in Thüringen

Auch das umgekehrte Vorzeichen gibt es: Zwangspunkte entstehen, wenn im Rahmen der kommunalen Selbstverwaltung die vor Ort zu erledigenden Aufgaben zu Strukturen führen, die im Verhältnis zur Bevölkerung nicht mehr pass- bzw. finanziell tragfähig sind. Dieser Konflikt bekommt, als eine schleichende Entwicklung, im übertragenen Wirkungskreis immer dann Nahrung, wenn die delegierenden Ebenen Land und Bund bei der Übertragung von Aufgaben den Blick auf die bürokratischen Folgewirkungen vermissen lassen oder es mit der Konnexität nicht so genau nehmen.

Vor allem aber die demografische Entwicklung bringt (heute erneut) die Notwendigkeit mit sich, Verwaltungsstrukturen neu zu gliedern. Besonders stark in den neuen Bundesländern, und besonders stark im ländlichen Raum, kommt seit einigen Jahren mit voller Wucht das demografische Echo der frühen 1990er Jahre an. Die damals zu wenig geborenen (oder mit ihren Eltern weggezogenen) Kinder fehlen heute selbst als potentielle Eltern. Die Geburtenzahl sinkt deutlich. Wo dies nicht durch einen Positivsaldo beim Zuzug kompensiert werden kann, schrumpft die Bevölkerung. Die bestehende Verwaltung wird „zu groß“ für sie – bzw. pro Einwohner gerechnet: zu teuer.

Spitzt sich die Schieflage dramatisch zu, wird eine Reform der Verwaltung unausweichlich. Richtet sich diese vor allem auf die Größe der Verwaltungseinheiten, als eine Gebietsreform auf Gemeinde- oder kreislicher Ebene, kann der Weg dahin aber politisch halsbrecherisch sein. Die Erfahrung damit ist in den neuen Bundesländern noch „frischer“ als in den alten. Sie waren in ihre bundesrepublikanische Zeit mit der Hypothek einer Verwaltung gestartet, die in den Jahrzehnten der DDR völlig hypertrophiert war. Deren Zurechtstutzen auf einen Bruchteil ihrer vormaligen Größe hat sich als eine prägende Bremsspur der Transformation ebenso tief ins kollektive Gedächtnis des Ostens gebrannt wie die Verwerfungen, denen damals der Arbeitsmarkt ausgesetzt war.

In Thüringen wirkt die Gebietsreform von 1993/94 bis heute nach, symptomatisch spürbar in den kleinen Gehässigkeiten zwischen den vormaligen Nachbarn damals zusammengelegter Kreise, seit die damit obsolet gewordenen Kfz-Kennzeichen doch wieder eingeführt wurden. Auf Gemeindeebene dauert es am Stammtisch in vormals eigenständigen Ortsteilen oft auch nicht lange, bis die Nachteile der Lage an der Peripherie des größeren Partners schwerer zu wiegen scheinen als die Vorteile, die man mit der Eingemeindung in dessen kraftvollere Strukturen erlangt hat. An solchem – heftigst zugespitztem – Widerstand gewachsener regionaler Identitäten ist seinerzeit das Vorhaben der Thüringer Landesregierung letztlich gescheitert, ab 2014 eine von oben angeordnete zweite Gebietsreform durchführen zu wollen. Es wurde 2017 auf Kreisebene fallen gelassen und auf Ebene der Gemeinden mit nur eher bescheidenen Veränderungen umgesetzt.

Gescheitert ist diese Reform allerdings auch daran, dass sie Beschlüsse zur Gebietskulisse durchsetzen wollte, ohne dem eine Funktionalkritik vorgeschaltet zu haben. Welche Aufgaben der kommunalen Verwaltung können denn durch eine gemeinsame Bearbeitung und durch ein Denken in größeren Struktureinheiten effizienter und besser erledigt

werden? Genau hierin besteht der Ansatz, den die Stadt Jena seit 2018 gemeinsam mit ihrem Umland verfolgt – ausgehend von der Überzeugung, dass die Interessen des einen Partners nicht an der Grenze zum anderen enden müssen.

Jena und seine Stadt-Umland-Kooperationen

Die Stadt Jena hat sich in den letzten Jahrzehnten konstant sehr gut entwickelt. Durch die außergewöhnlich enge Verzahnung von hervorragender Wissenschaft und erfolgreicher Wirtschaft entsteht stetiges Wachstum, das wiederum die Grundlage dafür ist, eine höchst attraktive Bildungslandschaft sowie kulturell und sportlich vielfältige Möglichkeiten für Jung und Alt vorhalten zu können. Zwischen den Bergen im schönen Saaleetal und dank ihrer konsequenten Durchgrünung ist die Stadt außerdem ein wunderbarer Ort zum Leben.

Die Topografie bringt allerdings auch Limitierungen mit sich, vor allem: Platzmangel. Die Kehrseite des Wachstums ist ein konstant hoher Bedarf an neuen Gewerbeflächen und neuem Wohnraum – beides kann aber innerhalb der Stadtgrenzen nur noch mit erheblichen Hemmnissen und damit kaum ausreichend schnell entwickelt werden. Nur auf sich selbst bezogen und nur innerhalb der eigenen Grenzen denkend, würde die Stadt am eigenen Erfolg zu ersticken drohen.

Es war 2018 ein Paradigmenwechsel, als die Stadt Jena auf ihr Umland mit dem Angebot zuging, den Überdruck im Jenaer Talkessel zu einem für beide Seiten vorteilhaften Ausgleich zu bringen. Anders als Jena weist der die Stadt umkragende Saale-Holzland-Kreis nämlich eine demografische Schrumpfungsprognose auf. Jena hat täglich über 26.000 Einpendler und mehr als 11.000 Auspendler, vor allem aus dem bzw. ins nähere Umland. Viele Menschen der Region Jena, gerade auch jüngere, empfinden das Urbane und den ländlichen Raum schon lange nicht mehr als einen Gegensatz, sondern als die zwei Seiten ihres Lebens, die sie beide nicht missen wollen.

So wird es seit 2018 im politischen Jena nicht mehr als eine Schwächung des Oberzentrums verstanden, wenn kleinere Städte im Umland neue Wohngebiete ausweisen wollen. Im vergangenen Jahr haben wir eine kommunale Arbeitsgemeinschaft mit zwei Dutzend Gemeinden im Umland gegründet, in der wir gemeinsam ein Konzept erstellen: wo, wie, und in welcher Zahl kann dort, über den originären Eigenbedarf der Umlandgemeinden hinaus, zusätzlicher Wohnraum geschaffen werden, ohne damit übergeordneten raumordnerischen Belangen zuwiderzulaufen. Auch ohne das vormalige Nein der Stadt Jena galt es erst noch, die Skepsis der Regionalplanung gegenüber solchen Entwicklungen aufzulösen. Inzwischen sind Stadt-Umland-Kooperationen ausdrücklich als zulässig, ja sogar gewünscht, im Thüringer Landesentwicklungsplan verankert.

Ebenfalls im Jahr 2022 gelang die Zusammenführung der beiden Nahverkehrsgesellschaften des Saale-Holzland-Kreises und der Stadt Jena zu einem gemeinsamen Unternehmen. Seither können die Taktungen noch besser aufeinander abgestimmt werden. Die Angebote des Stadtverkehrs alternieren fahrplangünstig mit Überlandbussen, die im Jenaer Stadtzentrum enden oder starten. Das Plus an Größe im Unternehmen ermöglicht eine flexiblere Einsatzplanung, für die Fahrer eine weniger belastende Gestaltung der Standzeiten und günstigere Konditionen in der Beschaffung. Für die Kundinnen und Kunden gibt es alle Leistungen aus einer Hand. Vor allem juristisch war das ein extrem komplexes Unterfangen, das am Ende aber zu einer Win-Win-Situation für alle Beteiligten geführt hat.

Auch hinsichtlich der Gewerbeflächenentwicklung haben wir mit einigen Umlandgemeinden konkrete Projekte angestoßen. Die Initialzündung 2018: Ein großer Online-Händler auf einer Fläche am Stadtrand wollte sich deutlich vergrößern, was zuvor am Nein der Stadt Jena scheiterte. Das war zwar folgerichtig, denn flächenintensives Gewerbe passt nicht gut zur Ansiedlungspolitik Jenas. Im Stadtgebiet hätte es eine ausreichend große Fläche auch nicht gegeben. Statt nun aber das Unternehmen ganz wegziehen zu sehen, hat die Stadt Jena dem Erweiterungsbau nur wenige Hundert Meter entfernt auf dem Gebiet der Nachbargemeinde schließlich doch zugestimmt. So konnte nicht nur der eigene Teilstandort erhalten werden, sondern auch die Unterstützung eben dieser Nachbargemeinde bei der Ansiedelung eines dringend benötigten zweiten Jenaer Wertstoffhofs auf deren Gebiet erzielt werden, der dann wiederum für die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Jena und des Landkreises gleichermaßen erreichbar sein soll. Gleich zweimal: Win-Win.

Noch weiter greift ein Projekt mit einer anderen Umlandgemeinde aus, das allerdings noch am Anfang steht. Ziel ist hier die gemeinsame Entwicklung eines Gewerbegebiets. Die Stadt Jena als der Partner mit den größeren Ressourcen sowohl in wirtschaftlicher als auch planerischer Hinsicht hat auf dem Gebiet der Partnergemeinde eine zuvor landwirtschaftlich genutzte Fläche aus Privateigentum erworben und wird später auch bei deren Erschließung in Vorleistung gehen. Vertraglich ist geregelt, dass beide Partnergemeinden dann dereinst – wenn die angesiedelten Unternehmen beginnen, Gewerbesteuer abzuführen – das so generierte Steueraufkommen zu fair definierten Prozentsätzen untereinander aufteilen.

Beiderseitige Vorteile

Das hier skizzierte Selbstverständnis als eine gemeinsame Region zum beiderseitigen Vorteil ist in der Stadt Jena und ihrem Umland inzwischen fest etabliert. Die politischen Entscheider, vor Ort und auf Landesebene, haben diesen Ansatz verinnerlicht, die hiesige Wirtschaft sogar noch etwas schneller. Weitere Projekte stehen an. Wir wollen als Region ausstrahlen. Die Stadt Jena allein hat etwas mehr als 110.000 Einwohnerinnen und Einwohner, als Region sind wir zusammen etwa 200.000 Einwohnerinnen und Einwohner schwer. Das macht uns für die weitere Ansiedlung von Unternehmen und für den Zuzug von Fachkräften interessanter. Beides benötigen sowohl die Stadt Jena als auch ihr angrenzendes Umland, um die erfolgreiche Entwicklung der letzten Jahre und Jahrzehnte fortsetzen zu können.

Schließlich, nicht zu vergessen: Durch die vielfältige, an den konkreten Aufgaben orientierte Kooperation zum beiderseitigen Vorteil ist viel Vertrauen wieder neu entstanden, das in den Jahren zuvor durch die ätzenden Auseinandersetzungen um die Gebietsreform des Landes und durch die darauf gründenden Eingemeindungsbestrebungen der Stadt Jena im Umland weitgehend zerstört worden war. Seither lebt die Region Jena die Überzeugung, dass etwas Gemeinsames mehr sein kann als die bloße Summe seiner Teile.

ÜBER DEN AUTOR



Dr. Thomas Nitzsche

Der Jenaer Oberbürgermeister wurde am 01.12.1975 in Zeulenroda geboren. Er ist verheiratet, Vater einer Tochter und eines Sohnes und lebt seit 1990 in Jena. Nach seinem Abitur am Carl-Zeiss-Gymnasium in Jena studierte er Anglistik und Politikwissenschaften

an der Friedrich-Schiller-Universität Jena und schloss daran die Promotion zum doctor philosophiae (Dr. phil.) an. Bevor er im Juli 2018 das Amt des Oberbürgermeisters übernahm, war er 10 Jahre Fachreferent der Thüringer Universitäts- und Landesbibliothek. Sein erstes politisches Amt übernahm er 2003 als Kreisvorsitzender der Jungen Liberalen in Jena. Ab 2007 stand er der FDP Jena-Saale-Holzland als Kreisvorsitzender vor und zog 2009 in den Stadtrat Jena ein. Im Jahr 2014 wurde er zum stellvertretenden Landesvorsitzenden der FDP Thüringen gewählt.

Der „Kümmerer“ als Erfolgsmodell liberaler Kommunalpolitik

von Kai Abruzat

Abb. 2 | Lage von Stemwede im Kreis Minden-Lübbecke



Bundesland: Nordrhein-Westfalen

Bevölkerung: 13.311 (Stand 2022)

Fläche: 166,13 km²

Quelle: Statistisches Bundesamt

Kommunalpolitik ist zeitaufwändig. Vor allem aber ist sie anstrengend. Nirgendwo sonst ist man den Menschen so nah. Nirgendwo sonst spürt man die Auswirkungen des eigenen politischen Wirkens so unmittelbar. Dies betrifft Erfolge, freilich auch misslungene Aktionen. Die Struktur und Unmittelbarkeit kommunalen Handelns unterscheidet sich fundamental von der Tätigkeit eines Abgeordneten im Landtag oder Bundestag, der – besonders zu Oppositionszeiten – sogenannte kleine Anfragen an die Regierung stellt. Als Angehöriger einer Regierungsfraktion hat er die Regierung in ihrem exekutiven Handeln zu unterstützen und nach allen Seiten zu verteidigen – zum Teil auch gegen eigene Überzeugungen.

Bürgernähe, Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit

Gerne bezeichne ich die Kommunalpolitik in Deutschland als „Champions League“ oder „Königsdisziplin“ der Politik. Die Akteure wirken zumeist ehrenamtlich – welches freilich in großen kreisfreien Städten in dieser Form kaum noch leistbar ist – und stellen, ganz besonders in den zahlreichen kleinen Kommunen, die Entscheidung in der Sache in den Vordergrund und gerade nicht einen vermeintlichen parteitaktischen Geländegewinn.

Gibt es eigentlich eine einzige Erfolgsspur liberaler Kommunalpolitik? Die Verschiedenartigkeit der 10.789 Kommunen in Deutschland (Quelle: Statistisches Bundesamt) beantwortet diese Frage von selbst. Wenn das Ergebnis von Wahlen und Abstimmungen ein Gradmesser für Erfolg oder Misserfolg liberaler Kommunalpolitik sein soll, lohnt ein Blick in sogenannte Hochburgen. Selbstverständlich profitiert erfolgreiche liberale Kommunalpolitik vom besonderen Vorhandensein bestimmter Milieus und sozialräumlicher Faktoren. Und dennoch sind auch hier herausragende Wahlergebnisse keine Selbstläufer und können in Kommunen, die eher nicht zu den liberalen Stammländern zählen, durch gute Akzente im kommunalen Bereich bei Wahlen überproportional ausfallen.

Meine Erfahrung dabei ist, dass sich Kontinuität, Verlässlichkeit und ganz besonders Bürgernähe immer auszahlen. Wer nur kurz vor einer Wahl auf sich und seine Agenda aufmerksam macht, wird gemeinhin nicht als glaubwürdig angesehen. Und gerade Vertrauen ist das Grundkapital in der Politik. Dieses muss man sich bei den Bürgerinnen und Bürgern erst einmal erarbeiten – und durch verlässliche und stetige Politik immer wieder neu verdienen.

Begegnungen und Gespräche

Aber welches sind denn nun die geeigneten Instrumente, um den direkten Bezug zur Bürgerschaft herzustellen? Zu empfehlen sind besondere Formate, die niederschwellig angelegt sind. Formate, bei denen sich Bürgerinnen und Bürger wohlfühlen – und sich auch zutrauen, ihr Anliegen direkt vorzutragen. Nicht von Erfolg gekrönt sind zumeist die üblichen Veranstaltungen, die häufig parteipolitisch und ritualisiert ablaufen. Der erfolgreiche Kommunalpolitiker bzw. die erfolgreiche Kommunalpolitikerin geht zum Bürger und bietet ihm eine Plattform und Gesprächsbasis – und dieses am besten regelmäßig. Eine Einladung zu einem Ortsteilgespräch, Dorfabend oder Stadtbezirkstreffen zeigt bereits die wichtige Bereitschaft an, sich auch in den scheinbaren Niederungen der Politik bewegen zu wollen. Oftmals sind es die aus Sicht des Kommunalpolitikers nicht so bedeutsamen Fragen und Problemstellungen, die der Bürgerin oder dem Bürger aber persönlich besonders wichtig sind. In so einem Gespräch erfährt man beispielsweise, dass die Verwaltung seit Monaten verabsäumt hat, die Bushaltestelle in den Herbst- und Wintermonaten richtig auszuleuchten oder dass der Bauhof der Kommune die Pflege der Wege und Flächen des örtlichen Friedhofes sträflich vernachlässigt. Das „sich kümmern“ um diese kleinen Details, und diese auch gegenüber der Verwaltung nachzuhalten, ist bei stetiger Erfüllung dieses Anspruchs an Bürgernähe ein wesentlicher Erfolgsfaktor.

Das „Kümmern“ vor Ort

So einfach es klingt, so zutreffend ist es auch: Man muss die Erfolge vor Ort ganz bewusst auch im „Kleinen“ suchen. Dies bedeutet nicht, dass das Ratsmitglied vor Ort sich ausschließlich im „Klein-Klein“ verheddern soll. Selbstverständlich muss das Ratsmitglied gemeinsam mit seinen Fraktionskolleginnen und -kollegen in der Kommunalvertretung und den Fachausschüssen die groben, strategischen Linien erkennen und bespielen. Der betroffene Bürger aber freut sich vor allem, wenn sein verzweifelter Versuch, für sein neugeborenes Kind einen Kindergartenplatz zu bekommen, nicht nur durch eine Kindergartenbedarfsplanung im Jugendhilfeausschuss fachlich vorbereitet, sondern durch Fürsprache beim zuständigen Jugendamt unterstützt wird. Dafür muss der liberale Kommunalpolitiker eben auch als „Kümmerer“ identifizierbar sein.

Viele erfolgreiche liberale „Kümmerer“ erzielen deshalb große Resonanz und damit einhergehend gute Wahlergebnisse, nicht nur weil, sondern obwohl sie einer liberalen politischen Kraft angehören.

Vereine und ehrenamtliches Engagement

Zumeist aktiv sind viele in den so wichtigen sogenannten Vorfeldorganisationen. Wer im mitgliederstarken Sportverein als Übungsleiter der „Mini-Kicker“ agiert, kann sich eine Vertrauensposition außerhalb des klassischen politischen Bereiches erarbeiten und wird dann von selbst nicht selten auf kommunalpolitische Anliegen angesprochen. Gleiches gilt für ehrenamtliches Engagement im Bereich kulturtreibender Vereine, der Kirchengemeinden, der Wirtschaftsorganisationen oder der Flüchtlingshilfe. Es ist also die stete Präsenz und nicht erst das 6 Wochen vor dem Wahltermin aufgestellte Kandidatenplakat, welches den Wählerinnen und Wählern deutlich macht: „Den kenne ich, den mag ich, den wähle ich.“

Man muss es nicht auf die Spitze treiben und Schützenkönig werden – mir allerdings hat dieser Umstand erstaunlicherweise bei allen Schützenvereinen meiner Kommune durchaus geholfen und einen regelrechten Schub an Zustimmung gegeben. Ich bin hierdurch mit Hunderten von Menschen in unmittelbaren Kontakt gekommen, habe unzählige Begegnungen mit Menschen auf einer anderen Ebene erfahren, welches mir bei meiner Amtsausübung als Bürgermeister sehr geholfen hat.

Bürgerkontakt und Wertschätzung

Keine Frage: Im Mittelpunkt zu stehen und zu allen möglichen Anlässen und Gelegenheiten, auch im Alltag, ansprechbar zu sein, ist nicht jedermanns Sache, aber das Grundprinzip des unmittelbaren Bürgerkontaktes schafft einem dann doch einen wichtigen Vertrauensvorschuss für die kommunalpolitische Arbeit, gerade dann, wenn man auch einmal unangenehme Botschaften liberaler Kommunalpolitik zu vertreten hat.

So verstanden kann und soll vor allem ehrenamtlich getragene, liberale Kommunalpolitik im Dienste der Bürgerschaft auch einem selbst Freude bereiten. Und letztlich ist es doch diese daraus resultierende Wertschätzung, die jedem immer wieder die erforderliche Motivation verschafft, auch bei der nächsten Kommunalwahl sich dem Votum des Souveräns zu stellen: als erfolgreicher „liberaler Kümmerer“ vor Ort.

ÜBER DEN AUTOR



Kai Abruszat

ist Bundesvorsitzender der Vereinigung Liberaler Kommunalpolitiker und Landesvorsitzender der VLK in NRW. Er ist seit 2015 hauptamtlicher Bürgermeister der Gemeinde Stewede. In den Wahlperioden 15 und 16 war er Mitglied des Landtags NRW und dort Mitglied im Ausschuss für Kommunalpolitik. 2001 und 2009 wurde er in der Stadt Porta Westfalica zum Ersten Beigeordneten gewählt. Er war Mitglied der Bundesversammlung zur Wahl des Bundespräsidenten. Ehrenamtlich engagiert sich Abruszat in der Landschaftsversammlung Westfalen-Lippe.

Die Meißner „Großfraktion“ der bürgerlichen Mitte – eine kommunalpolitische Besonderheit unter liberaler Führung

von Martin Bahrmann

Abb. 3 | Lage der Kreisstadt Meißen im Kreis Meißen



Bundesland: Sachsen

Bevölkerung: 29.011 (Stand 2022)

Fläche: 30,92 km²

Quelle: Statistisches Bundesamt

Normalerweise verbindet man mit Meißen und seinen knapp 30.000 Einwohnerinnen und Einwohnern viele Dinge: Porzellan, Wein, die Albrechtsburg als ältestes Schloss Deutschlands oder vielleicht noch den Geburtsort von Samuel Hahnemann, dem Erfinder der Homöopathie. Friedrich Naumann verbrachte hier einige Jahre in der Fürstenschule Sankt Afra, welche heute als Elite-Gymnasium mit angeschlossenem Internat einen deutschlandweit hervorragenden Ruf genießt.

Mit Liberalismus wird Meißen aber in der Regel nicht verbunden. In Ostdeutschland, in Sachsen und in Meißen konnte man zudem nie darauf hoffen, geschweige denn vertrauen, dass ein bundespolitischer Trend helfen würde, bei Wahlen zu wachsen. Eher im Gegenteil. Die Wähler strafen die Parteien, die ihnen in Berlin missfallen, gern auch an der Kommunalwahlurne ab.

Die Voraussetzungen vor Ort

Sich davon weitgehend zu befreien, gelingt frühestens nach mehreren Jahren Kärnerarbeit vor Ort. Nach der letzten

Kommunalwahl 2019 entstand aber etwas Bemerkenswertes in Meißen: In dem 26 Räte und den Oberbürgermeister umfassenden Stadtrat bildete sich eine Fraktion der politischen Mitte aus anfangs vier Parteien bzw. Wählerorganisationen, welche von einem Liberalen angeführt wird.

Die Wahlergebnisse ließen am Anfang anderes vermuten. Wie an vielen Stellen in Ostdeutschland konnte die AfD mit fast 19% der Stimmen und 5 Stadträten die meisten Wählerstimmen erringen. Dicht gefolgt von der Bürgerinitiative „Meißen kann mehr“, einer bunten Mischung aus eher linksorientierten und unzufriedenen Bürgerinnen und Bürgern, angeführt von einem Grünen-Politiker mit fast 17% und ebenfalls 5 Sitzen auf dem zweiten Platz. An dritter und vierter Stelle liefen CDU (fast 16% und 4 Sitze) sowie die „Unabhängige Liste Meißen“ (U.L.M. ca. 13% und 4 Sitze) ins Ziel ein. Die Linke erhielt 10,2% / 3 Sitze, die FDP 9,6% / 2 Sitze, die Freien Bürger (F.B.B.M) 8,4% / 2 Sitze, SPD 4% / 1 Sitz sowie Sonstige.

Man erkennt also das eigentlich typische Bild der ostdeutschen politischen Landschaft wieder. „Parteilose“ Wählervereinigungen heben ein großes Potential an Bürgerinnen und Bürgern durch ihre angebliche Überparteilichkeit. Dazu kommen noch die AfD und die Linke, welche das Protestwählerpotential abschöpfen. Für die „etablierten“ Parteien der Bundesrepublik schwankt die Zustimmung, und gerade die FDP hat eine nur sehr kleine Stammwählerschaft vor Ort. Trotzdem leitet ein Liberaler eine „Großfraktion“, die erst 4 Parteien umfasste und inzwischen aus Vertretern von 5 Parteien besteht. Um zu verstehen, wie dies bei der schon geschilderten Gemengelage passieren konnte, muss man etwas zurückgreifen.

Meine Familie lebt seit vielen Generationen in Meißen. Das ist tatsächlich ein Startvorteil, wenn man mit 18 Jahren in die Politik geht. Durch einen Generationswechsel in der FDP erhielt ich die Chance, mit 21 Jahren das erste Mal in den Meißner Rat gewählt zu werden. Im Jahr 2009 bildete sich eine Fraktion aus zwei Räten, der ich als Fraktionsvorsitzender vorstehen durfte. Der Antrag für das erste vollständige Verkehrskonzept Meißen stammte aus unserer Feder und wurde, obwohl wir nur eine kleine Fraktion waren, beschlossen.

2014 trafen uns, wie viele andere auch, die Nachwehen der verlorenen Bundestagswahl. Fünf Jahre lang gab es nur einen Stadtrat der FDP. In der zur gleichen Zeit stattfindenden Kreistagswahl musste die FDP ebenfalls herbe Verluste hinnehmen. Als einer von 5 Kreisräten erhielt ich dennoch die Chance, auch auf dieser Ebene zu wirken.

In dieser Zeit entwickelte sich eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit der Unabhängigen Liste Meißen. Diese ist eine Abspaltung der CDU und nahm mich in diesem Zeitraum in die Fraktion auf, so dass die FDP durch die gemeinsame ULM/FDP-Fraktion die Gelegenheit hatte, auch liberale Anliegen in den Rat einzubringen. Beispielsweise konnte die Idee einer „Handwerkerparkkarte“, welche es den Handwerkern ermöglicht, ohne jeweils einen Parkschein ziehen zu müssen, in der Innenstadt halten zu können, eingeführt werden. Die Schaffung der „Brötchentaste“, also das kurzzeitige freie Parken, um Erledigungen zu machen, geht auch auf die Initiative der FDP zurück.

Meißen als Vorreiter beim Livestream von Ratssitzungen

Einer der größten Erfolge jedoch ist die Einführung des Livestreams von Stadtrats- und Ausschusssitzungen. Nachdem mein Antrag, diesen überhaupt durchführen zu können, angenommen wurde, zierte sich die Verwaltung mit der technischen Umsetzung. Es sei doch alles kompliziert und teuer. In einer kleinen Guerilla-Aktion bewies ich das Gegenteil, indem ich mein Handy an die Tonanlage hängte und so den ersten Livestream des Meißner Stadtrates über Facebook selbst erstellte. Manchmal zahlt sich doch aus, Grenzen zu überschreiten oder zumindest kreativ auszulegen.

Meißen ist inzwischen zum Vorreiter für Städte in dieser Größe in Sachsen geworden. Teilweise gab es 2.000 Zuschauerinnen und Zuschauer, was in einer Stadt von ca. 30.000 Einwohnern doch bemerkenswert ist. Die Bürgerinnen und Bürger nutzen den Stream rege. Ladenbesitzer haben mir erzählt, dass sie sich die Ratssitzungen nebenher anhören, während im Geschäft noch gearbeitet wird. Eine Teilnahme als Gast an den Ratssitzungen wäre ihnen anderweitig sonst nicht möglich. Die Anstellung eines Streetworkers ist ebenfalls einer der großen Erfolge der Liberalen. Man sieht also, man muss nicht immer eine Mehrheit haben, wenn man sinnvolle Dinge umsetzen will.

Mit einer Mischung aus Beharrlichkeit, Offenheit und erfolgreichem „Kümmerer“-Dasein habe ich es geschafft, mir in der Stadt einen Namen in der Politik, aber auch bei der Bevölkerung zu machen. Die Kommunalwahlen 2019 waren dann auch ein großer Erfolg. Nur knapp verfehlte die FDP den 3. Rats-Sitz, und ich erhielt nach dem ersten Listenkandidaten der AfD die zweitmeisten Stimmen. Zeitgleich wurde ich auch in den Kreistag wiedergewählt und führe dort seitdem die FDP-Fraktion an.

Die Entstehung der Meißner „Großfraktion“

Recht schnell war klar, dass die Zusammenarbeit mit der ULM fortgesetzt werden sollte. Da der langjährige Fraktionsvorsitzende und viele „alte Hasen“ nicht mehr angetreten waren, bat man mich, die Führung dieser Fraktion zu über-

nehmen. Aufgrund der starken AfD und der starken links/grün orientierten „Bürger für Meißen“ bedurfte es allerdings einer größeren Fraktion, um entsprechende Mitwirkungsmöglichkeiten zu erhalten. Also suchten wir das Gespräch mit den Freien Bürgern und konnten eine Zusammenarbeit vereinbaren. Kurz vor Abschluss der Diskussionen kam allerdings die deutlich zusammengeschrumpfte CDU auf uns zu. Man bot uns an, sich unter meiner Führung an der gemeinsamen Fraktion zu beteiligen.

Dieses Angebot wurde von allen Partnern bestätigt, und die „Großfraktion“ der bürgerlichen Mitte aus ULM/FDP/FB/CDU war geboren. Die Überraschung, die dieser Zusammenschluss auslöste, war groß. Dennoch funktioniert die Arbeit hervorragend. Auch ohne Fraktionszwang und einheitliches Abstimmungsverhalten arbeiten wir vertrauensvoll zusammen.

Am 27. April verstarb dann ein Rat der Linken nach schwerer Krankheit. Schnell verkündete der Fraktionsvorsitzende der Linksfraktion, dass er sich weigere, mit dem Nachrücker, welcher Geschäftsführer eines mittelständischen Stahl-/Metallverarbeitungsunternehmens war, eine gemeinsame Fraktion zu bilden. Da wir diesen schon aus früheren Amtszeiten aus Stadt- und Kreistag gut kannten und er ohnehin eher für eine pragmatische bürgerliche Politik eintrat, nahm er wortwörtlich nach seiner Vereidigung seinen Stuhl und stellte ihn zu uns in die Fraktion. Seitdem besteht die „Großfraktion“ aus Vertretern von 5 Parteien und Wählervereinigungen.

Bei allen politischen Unterschieden existiert der gemeinsame Wille, zum Wohle der Meißnerinnen und Meißner ohne ideologische Grenzen vernünftige und sachorientierte bürgerliche Politik über Parteigrenzen hinweg zu machen. Die Stärken und Ideen eines jeden Fraktionsmitgliedes werden so zur Stärke der gesamten Fraktion. Dies führt letztendlich auch dazu, dass liberale Themen auch weiterhin erfolgreich umgesetzt werden können. Man sieht also, auch als kleiner Partner kann man etwas erreichen.

ÜBER DEN AUTOR



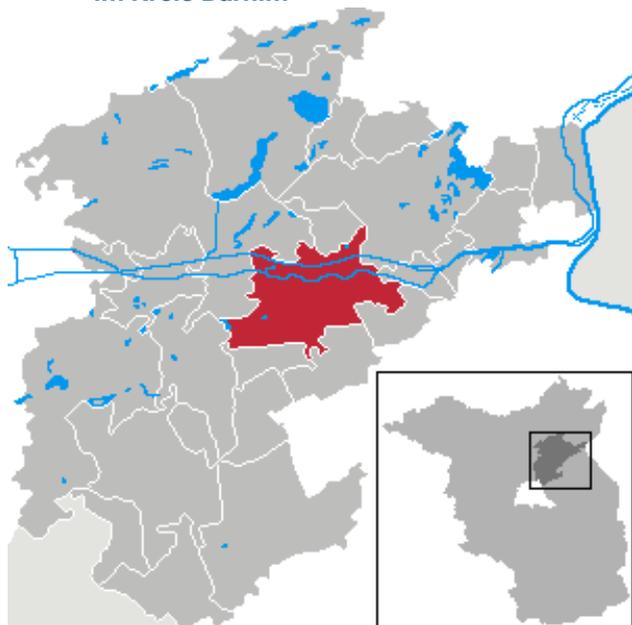
Martin Bahrmann

ist verheiratet und hat drei Kinder. Er ist studierter Historiker mit Masterabschluss und ehemals Geschäftsführer der Wilhelm-Külz-Stiftung. Aktuell ist er Leiter des Bereichs Aus- und Weiterbildungsmanagement der Euro-Schulen und Euro-Akademien Dresden – Meißen – Riesa. Für die FDP ist er im Stadt- und Kreistag Fraktionsvorsitzender. Zudem ist er im Ortsvorstand und stellvertretender Kreisvorsitzender der FDP Meißen. Bahrmann ist Vertrauensperson der FDP Sachsen und leidenschaftlicher Motorradfahrer.

Eine brandenburgische Kreisstadt auf dem Weg zur digitalen Ratsarbeit

von Martin Hoeck

Abb. 4 | Lage der Kreisstadt Eberswalde im Kreis Barnim



Bundesland: Brandenburg
 Bevölkerung: 41.461 (Stand 2022)
 Fläche: 93,64 km²

Quelle: Statistisches Bundesamt

Die Digitalisierung der Kommunen, insbesondere der kommunalen Verwaltungsdienstleistungen für die Bürgerinnen und Bürger ist seit Jahren ein aktuelles Thema. Ursprünglich sollte das Onlinezugangsgesetz (OZG) von 2017 bis Ende 2022 bereits in allen Kommunen in Deutschland umgesetzt sein. Das ist erkennbar noch nicht der Fall. So bleibt die Digitalisierung weiterhin ein Dauerthema und für Liberale ein besonders wichtiges Thema.

Neben der Digitalisierung der Verwaltungsdienstleistungen sollte aber auch die Digitalisierung der kommunalpolitischen Arbeit, zum Beispiel der Gremienarbeit, nicht vergessen werden. Nach der Kommunalwahl im Mai 2019 haben sich die Stadtverordnetenversammlungen (bzw. Stadträte) neukonstituiert. In Brandenburg ist nicht der Bürgermeister auch automatisch Vorsitzender der Vertretung, sondern die Stadtverordneten wählen aus ihrer Mitte einen Vorsitzenden. In einer Kampfkandidatur konnte ich mich in geheimer Wahl knapp gegen den SPD-Kandidaten durchsetzen und darf nun seit Juni 2019 als Vorsitzender die Stadtverordnetenversammlung der brandenburgischen Kreisstadt Eberswalde mit ihren aktuell neun Fraktionen leiten. Mit dieser neuen Funktion habe ich mir vorgenommen, die Ratsarbeit in Eberswalde stärker zu digitalisieren.

Vorteile der digitalen Gremienarbeit

Die digitale Gremienarbeit ist kein Selbstzweck, sondern sie steigert die Attraktivität des kommunalpolitischen Ehrenamtes. Außerdem kann die Digitalisierung der Ratsarbeit dazu beitragen, die Kommunalpolitik transparenter zu gestalten und Bürgerinnen und Bürger stärker an den Sitzungen teilhaben zu lassen, indem sie diese zum Beispiel im Nachgang online abrufen und sich anschauen können. In Eberswalde war es ein harter politischer Kampf, bis die erste Sitzung der Stadtverordnetenversammlung (StVV) in einem Livestream übertragen werden konnte. Bereits im März 2018 hatte die FDP-Fraktion einen Prüfauftrag an die Verwaltung in die StVV eingebracht. Dieser kurze Beschlussvorschlag lautete lediglich: *„Die Verwaltung wird beauftragt, die technischen Möglichkeiten für die Übertragung der öffentlichen Sitzungen der Ausschüsse der Stadt Eberswalde als Live-Stream auf der Webseite der Stadt Eberswalde und für die spätere Abrufbarkeit einer Aufzeichnung zu prüfen, die damit jeweils verbunden voraussichtlichen einmaligen und laufenden Kosten zu ermitteln und spätestens im Ausschuss für Wirtschaft und Finanzen am 14.06.2018 über das Ergebnis zu berichten.“*

Der steinige Weg zu Livestreams in Eberswalde

Dieser Prüfauftrag wurde in der StVV mit großer Mehrheit abgelehnt. Die Begründungen für eine Ablehnung waren zum Teil sehr abenteuerlich. Insbesondere hatten einige Kollegen Angst, dass die Einführung eines Livestreams etwa ein Jahr vor der nächsten Kommunalwahl dazu führen würde, dass einige Stadtverordnete dann die StVV zur eigenen Profilierung nutzen würden. Andere hatten dagegen gestimmt, weil das Wort „Livestream“ kein deutsches Wort ist.

Nun hat die Kommunalwahl im Mai 2019 die Zusammensetzung der StVV Eberswalde deutlich verändert. 16 von 36 Stadtverordneten wurden zum ersten Mal in die Vertretung gewählt und gleichzeitig hat sich das Durchschnittsalter deutlich verjüngt. Hinzu kam ab März 2020 die Corona-Pandemie, die sich stark auf die Arbeit der kommunalen Vertretungen auswirkte. Auf einmal waren sogar digitale Sitzungen möglich. Entsprechend hat die FDP-Fraktion im Mai 2020 eine erneute Beschlussvorlage mit einem Prüfauftrag in die StVV eingebracht. Der Text war nahezu identisch mit dem Text von 2018. Diesmal gab es eine Mehrheit.

Nach dem Prüfergebnis der Verwaltung gingen die Diskussionen zwischen den Fraktionen weiter, und im November 2020 gab es die erste echte Beschlussvorlage zur Einführung eines Livestreams für die Sitzungen der StVV, wieder eingereicht

von der FDP-Fraktion. Dieser Beschlussvorlage wurde in namentlicher Abstimmung mit 26 Ja- und 2 Nein-Stimmen bei 5 Enthaltungen deutlich zugestimmt.

Der gefasste Beschluss enthielt sechs konkrete Punkte, die den bis dato ausgehandelten kleinsten gemeinsamen Nenner bildeten. Dazu gehörte vor allem ein Widerspruchsrecht der Stadtverordneten. Wer nicht gefilmt werden wollte, kann dies vorher dem Vorsitzenden anzeigen. Zusätzlich wurden zunächst nur das Präsidium und das Rednerpult gefilmt. Dies ist zum einen die kostengünstigere Variante, und zum anderen lassen sich so unbeabsichtigte Übertragungen vermeiden. Der Beschluss selbst war bis Juni 2021 befristet, so dass wir den Livestream testen und dann erneut entscheiden konnten. Und mit diesem engen Rahmen, der nötig war, um eine politische Mehrheit zu erhalten, fand nun am 23. Februar 2021 die erste StVV mit einem Livestream statt. Leider hatte sich eine deutliche Mehrheit der Stadtverordneten dafür entschieden, nicht für jeden Redebeitrag zum Rednerpult zu gehen, sondern vom Platz aus zu sprechen. Dadurch entstanden große Lücken in der Übertragung, und die interessierten Bürgerinnen und Bürger vor den Bildschirmen zu Hause konnten der Diskussion nicht folgen. In der Sitzungsleitung habe ich persönlich keinen großen Unterschied wahrgenommen, außer dass ich nun direkt vor mir eine Kamera stehen habe.

Die Zukunft von Livestreams ist keineswegs gesichert

Von dieser ersten Sitzung bis heute hat sich die Qualität des Livestreams und das Angebot für die Bürgerinnen und Bürger stetig verbessert. Inzwischen gibt es drei verschiedene Kameraperspektiven, so dass die Stadtverordneten auch von ihrem Sitzplatz aus bzw. an den Saalmikrofonen sprechen können und übertragen werden. Des Weiteren haben nun alle Kolleginnen und Kollegen dem Livestream zugestimmt, so dass die Bürgerinnen und Bürger die Sitzung besser verfolgen können. Und immer bis zur nächsten Sitzung bleibt der Livestream als Video auf der Internetseite der Stadt abrufbar. Dort müssen sich die Bürgerinnen und Bürger nicht die komplette stundenlange Sitzung anschauen, sondern können auch direkt zu den Tagesordnungspunkten klicken, welche sie am meisten interessieren. Parallel wurde auch die Geschäftsordnung entsprechend geändert und der Livestream dort mit aufgenommen.

Trotz dieser großen Fortschritte und Verbesserung gibt es weiterhin politische Kräfte, die den Livestream gerne wieder abschaffen möchten. Aus liberaler Perspektive sollte man die erreichten Fortschritte keinesfalls aufgeben. Statt Abschaffung fordern wir sogar die Erweiterung des Livestreamings auf die Ausschusssitzungen. So können die Bürgerinnen und Bürger umfassend an allen kommunalen Sitzungen digital teilnehmen und sich über die politischen Diskussionen informieren – und das von jedem Ort aus und zu jeder Uhrzeit.

Hybridsitzungen als Chance für das kommunalpolitische Ehrenamt

Ein zweiter wesentlicher Baustein der Digitalisierung der Gremienarbeit ist die Einführung von sogenannten Hybridsitzungen für die StVV und die Ausschüsse. Auslöser hierfür war vor allem die Motivation, die Ratsarbeit auch während der Corona-Pandemie zu gewährleisten, wenn die Durchführung von Präsenzsitzungen drohte, nicht mehr möglich zu sein.

In Brandenburg wurde die rechtliche Grundlage für Hybridsitzungen durch eine Änderung der Kommunalverfassung geschaffen. Dies ist nicht in allen Bundesländern der Fall. Die Präsenzsitzung bleibt auch hier weiterhin erste Wahl, während sie um die Möglichkeit digitaler Teilnahme ergänzt wird. Die Hybridsitzungen tragen sowohl zur Handlungsfähigkeit der kommunalen Vertretung selbst als auch zur besseren Vereinbarkeit von Familie, Beruf und kommunalpolitischem Ehrenamt bei.

Fazit

Kommunale Gremiensitzungen sollten heutzutage im Livestream oder als On-Demand-Stream für die Bürgerinnen und Bürger zur Verfügung stehen, und Hybridsitzungen müssen flächendeckend ermöglicht werden. Für die Umsetzung müssen aber auch die personellen und technischen Voraussetzungen geschaffen bzw. verbessert werden. Dazu zählen u.a. schnelle Internetverbindungen (vor allem in ländlichen Regionen), Anschaffungen von Technik und Schulungen in technischer Hinsicht für die Ratsmitglieder, die technische Ausstattung der Sitzungsräume oder auch das Bereitstellen von geschultem Personal in den Verwaltungen. Zielstrebige liberale Kommunalpolitik kann hier den Unterschied machen, denn es braucht eine politische Kraft, die sich die Digitalisierung der Ratsarbeit vor Ort auf die Fahne schreibt.

ÜBER DEN AUTOR



Martin Hoeck

wurde 1985 in Eberswalde geboren und legte dort 2004 sein Abitur am Alexander-von-Humboldt Gymnasium ab. 2007 hat die Stadt Eberswalde das Kinder- und Jugendparlament wiederbelebt, dessen Vorsitzender Hoeck bis 2009 war. 2008 wurde er dann erstmals für die FDP in die Stadtverordnetenversammlung Eberswalde gewählt. 2014 und 2019 wurde Hoeck jeweils wiedergewählt als Stadtverordneter. Von 2008 bis 2014 war er Vorsitzender im Ausschuss für Bildung, Jugend und Sport, und seit 2019 ist er Vorsitzender der Stadtverordnetenversammlung. Seit 2020 ist er ehrenamtlicher Landesvorsitzender der Vereinigung Liberaler Kommunalpolitiker (VLK) im Land Brandenburg und seit 2021 zusätzlich ehrenamtlicher Vorsitzender des Kuratoriums der Karl-Hamann-Stiftung für liberale Politik im Land Brandenburg.

Kampagnen-Beispiel: Schulticket für Bielefeld

von Jan Maik Schlifter

Abb. 5 | Die Stadtbezirke von Bielefeld



Bundesland: Nordrhein-Westfalen
 Bevölkerung: 338.332 (Stand 2022)
 Fläche: 258,83 km²

Quelle: Statistisches Bundesamt

Außerhalb von Wahlkämpfen öffentlichkeitswirksam Bekanntheit und Kompetenz zu steigern, funktioniert mit themenbezogenen Kampagnen. Wenn diese zudem so viel Druck erzeugen, dass sich eine Ratsmehrheit nicht mehr entziehen kann, ist man auch als kleine Oppositionskraft in der Lage, echte Veränderungen zu erreichen. Ein Beispiel hierfür ist die Kampagne der Bielefelder Liberalen zur Einführung eines Schultickets.

Bielefeld ist mit 340.000 Einwohnern eine kreisfreie Stadt in Ostwestfalen-Lippe. Die Stadtwerke betreiben den öffentlichen Nahverkehr und sind in der kommunalen Politik traditionell sehr einflussreich. Zur Kommunalwahl 2014 hatten wir als FDP zwei Ratsmandate knapp erzielt und waren damit als sog. Gruppe und nicht als Fraktion im Rat vertreten. Der SPD-Oberbürgermeister stützte sich auf eine Koalition aus SPD, Grünen und Piraten. Ohne eigenes Antragsrecht nutzten wir neben Stellungnahmen und Änderungsanträgen zur Koalitionspolitik Kampagnen, um eigene Themen zu setzen und voranzubringen. Die erfolgreichste Kampagne war dabei die zur Einführung eines Schultickets, die hier in drei Phasen beschrieben wird.

Vorbereitung: Sattelfest im Thema werden und parteiinternen Konsens herstellen

Von Eltern bekamen wir Hinweise, dass Monatstickets für Schülerinnen und Schüler in Bielefeld sehr teuer seien. Eine Recherche ergab folgenden Sachverhalt: Ein Monatsticket für Schulkinder kostete in Bielefeld 56 Euro pro Monat, fast genauso viel wie für Erwachsene ohne Vergünstigung. Grund war, dass Kinder, die zu weit von ihrer Schule entfernt wohnen, Anspruch auf kostenlose Beförderung haben. Hierfür stellten die Verkehrsbetriebe ein Ticket bereit, das ausschließlich den Schulweg an Schultagen abdeckte. Die Kosten wurden durch die Nahverkehrsbetriebe mit 49 Euro pro Monat angesetzt, für die das Land NRW aufkam, wenn die nächste Schule (nicht unbedingt die tatsächlich besuchte) über 3,5 km weit entfernt lag. Ein freiverkäufliches Ticket mit Geltungsbereich an allen Tagen in der ganzen Stadt durfte, um diese Kostenerstattung nicht zu gefährden, nicht günstiger sein. Daher hatten die Stadtwerke kein Interesse, ein freiverkäufliches Ticket für alle Kinder und Jugendliche günstig anzubieten. Gegen ein günstiges Ticket war also mit großem Widerstand aus Verwaltung und Politik zu rechnen, obwohl eine stärkere Nutzung des ÖPNV nicht zuletzt ein erklärtes Ziel der rot-grünen Koalition war.

Obwohl ein günstiges Ticket auch zur Gewinnung neuer Kunden führen würde, war klar, dass mit Mehrkosten zu rechnen war. Als Partei für solide Finanzen benötigten wir für diese Ausgaben eine Deckung und eine parteiinterne Einigung. Nach Recherche von Vergleichsbeispielen, Aufstellung von Kostenkalkulationen und der Auflistung von Einsparvorschlägen erfolgte Anfang 2019 ein Beschluss des Kreisparteitages zur Einführung eines Tickets für 19 Euro pro Monat bei ganzjähriger Gültigkeit im gesamten Stadtgebiet. Wenn man es mit der Gewährleistung der freien Schulwahl ernst meint, so unsere Überlegung, dann kann nur gelten: Jeder Schülerin und jedem Schüler sollte es zukünftig unabhängig vom Geldbeutel der Eltern ermöglicht werden, die Schule der eigenen Wahl besuchen zu können, ohne Elterntaxi-Fahrten, aber mit Kostenentlastung für Familien bei stärkerer Nutzung des ÖPNV durch Kinder und Jugendliche. Der Beschluss enthielt einen eingängigen Namen („Schulticket“), und unsere Argumentation war die Hauptbotschaft des Kreisparteitages und damit zugleich der Beginn der eigentlichen Kampagne.

Durchführung: Anlässe für Themenwiederholung schaffen

Ziel unserer Kampagne war es, durch Öffentlichkeit Druck auf Rot-Grün, aber auch die CDU aufzubauen, unserem Anliegen zuzustimmen. Am besten über längere Zeit und gegen Widerstände. Die Herausforderung war, beständig Anlässe zu

schaffen, damit das Thema durch kontinuierliche Berichterstattung virulent blieb. Umgehend kündigten wir einen Ratsantrag an. Den Europawahlkampf 2019 haben wir dann als Unterschriftenkampagne zur Unterstützung eines solchen Antrags gestaltet. An Infoständen klassisch mit Klemmbrett, an Haustüren, vor allem aber durch eine Online-Petition. Hierfür haben wir ein Tool genutzt, bei dem die Unterstützerin bzw. der Unterstützer durch Angabe seiner E-Mail-Adresse „unterschreiben“ konnte. Als wichtiger Nebeneffekt wurde mit einem Häkchen abgefragt, ob die Zusendung eines Newsletters erwünscht sei. Den Link zur Unterschriftensammlung verbreiteten wir durch Ketten-E-Mails, durch bezahlte Werbung auf Facebook, Instagram und Youtube sowie durch Flugblätter, die wir im Rahmen des Wahlkampfes verteilten und die Argumente aus dem Antrag auflisteten. Auch die Tageszeitungen gaben den Link weiter. Viele Kontakte erreichten wir durch eine Verbreitung des Links in privaten Whatsapp-Gruppen.

Wir konnten so über 2.000 Unterschriften und Adressen für unseren Newsletter erreichen. Über diesen wurden die Unterstützerinnen und Unterstützer beständig über den Stand der Kampagne und Aktionen informiert. Auch Angebote zum Verteilen von Flugblättern oder die Bitte, den Link privat zu teilen, Leserbriefe zu schreiben, die anderen Fraktionen anzuschreiben teilten wir über den Newsletter. Fotos von unseren Aktionen, die Presseberichterstattung und auch ablehnende Äußerungen der anderen Parteien wurden durch den Newsletter weitergegeben, so dass die Unterstützer eingebunden und manche aktiviert wurden. Für die Ratssitzung im Juli stellten wir schließlich den Antrag im Rat, den der SPD-Oberbürgermeister jedoch wegen unseres Gruppenstatus nicht auf die Tagesordnung nahm. Darüber empörten wir uns in den Zeitungen.

Im Juli 2019 beantragte Rot-Grün dann den sogenannten Klima-Notstand, eine gute Gelegenheit, das Schulticket als Änderungsantrag dazu selbst auf die Tagesordnung im Rat zu setzen. Statt Ankündigungen und wolkiger Prosa hatten wir so einen Vorschlag mit echtem Beitrag zur CO2-Reduktion. Auch der wurde abgelehnt, die CDU befürwortete aber unseren Vorschlag. Wir setzten unsere Aktionen, vor allem die Online-Petition und die Pressearbeit weiter fort. An verschiedenen Stellen zur Verkehrspolitik brachten wir das Thema noch durch Anfragen und Änderungsanträge weiter unter, bevor im September 2019 ein nächster Versuch glückte und ein Antrag auf die konzeptionelle Vorbereitung eines Schultickets einstimmig angenommen wurde. Die Newsletter-Empfänger wurden aus der Sitzung informiert.

Nachbereitung: Dranbleiben, Kompetenzzuschreibung nutzen und vertiefen

Trotz dieses Erfolges blieben wir am Thema dran: Zu groß war die Befürchtung, dass Rot-Grün sich das als eigenen Erfolg einverleibt. Die Verwaltung schlug eine „SchülerCard“ für 29 Euro für die Schulkinder an städtischen Schulen vor. Wir blieben bei unserer Forderung nach 19 Euro, wollten auch die Ersatzschulen integriert wissen, verlangten eine monatliche statt einer jährlichen Kündigungsmöglichkeit, weil manche in der

hellen Jahreszeit lieber mit Fahrrad fahren wollen und blieben konsequent bei der Bezeichnung „Schulticket“. So konnten wir weiter Anträge stellen, Presseberichterstattung erzeugen und unseren Newsletter füllen. Die Initiative „drehen“ wir weiter, indem wir zur Kommunalwahl 2020 unseren OB-Kandidaten auf Plakaten als „Mr. Schulticket“ vorstellten. In Summe ist es uns trotz des fehlenden Fraktionsstatus gelungen, das Thema in der Öffentlichkeit mit unserer Politik zu verknüpfen.

Was wir daraus gelernt haben

Wir haben aus dieser für uns sehr erfolgreichen Kampagne mitgenommen, dass man zunächst ein Thema braucht, das nicht unbedingt ein ureigenes Thema sein muss, aber auf jeden Fall emotionalisiert und schnell zu erklären ist. Neben guter Vor- und Aufbereitung des Themas braucht es zahlreiche Wiederholungen der immer gleichen Botschaft, damit es nachhaltig wahrgenommen wird und auch bei nicht mit dem Rathausbetrieb vertrauten Bürgerinnen und Bürgern „hängen“ bleibt. Das gelingt über eine lange Dauer der Kampagne. Ein Thema, welches sofort im Rat angenommen wird, eignet sich daher nicht, das Thema braucht Widerstand bei den politischen Wettbewerbern. Am besten Widerstand, der nicht leicht verständlich transparent gemacht werden kann, so dass Zugzwang entsteht. Eine ständige Wiederholung der Botschaft gelingt nur, wenn alle zur Verfügung stehenden Instrumente genutzt werden. Pressearbeit, Social-Media-Auftritte, öffentlichkeitsstarke Aktionen – das gleiche Thema in neuen Varianten zu transportieren ist dabei die Herausforderung.

Für eine ehrenamtliche Struktur heißt das zumeist, sich über Monate auf dieses eine Thema zu konzentrieren, um die oftmals unterschätzte Wahrnehmungsschwelle der Bürgerinnen und Bürger zu überwinden. Unsere Erfahrung zeigt dabei, dass wenn dieses Thema den eigenen Mitgliedern auf die Nerven geht, es erst beginnt, in der Öffentlichkeit „anzukommen“. Aber Fokussierung und langer Atem zahlen sich aus, wenn man am Thema dranbleibt. Das schafft eigene, lokale politische Identität und gewinnt Unterstützung auch über überregionale politische Stimmungen hinaus.

ÜBER DEN AUTOR



Jan Maik Schlifter

hat nach seinem Studium bei einem Hochschul-Spin-off und einem US-amerikanischen Marktforschungsunternehmen als Unternehmensberater gearbeitet. Er ist seit 2005 Mit-Geschäftsführer eines selbst gegründeten

Unternehmens mit 20 Beschäftigten in Bielefeld, Wien und Bern und entwickelt für Organisationen in der Gesundheitswirtschaft datengetriebene Marketing- und Vertriebslösungen. Seit 2012 ist er Kreisvorsitzender der Bielefelder FDP, ist Mitglied im Rat und Fraktionsvorsitzender im Regionalrat Detmold. Mit ihm als Spitzenkandidat erreichte die Bielefelder FDP 2020 ihr bestes Ergebnis seit 45 Jahren.

Leitbildkompatibles Themen-Setzen in der Kommune: Vom Liberalen Leitbild zum politischen Erfolgsthema

von Wulf Pabst

Bereits Walter Scheel hat uns mit auf den Weg gegeben, dass es nicht die Aufgabe der Politik sei, herauszufinden was ankomme und dies dann zu vertreten. Er war überzeugt: „Die Aufgabe des Politikers ist es, das Richtige zu tun und es populär zu machen.“ Leider hat er das Ziel benannt, den Weg dorthin nicht. Das ist insofern verständlich, als dass es in einer sich permanent verändernden Welt keine pauschale inhaltliche Antwort geben kann. Häufig bleibt also das Empfinden, dass wir uns für die richtigen und wichtigen Themen einsetzen, diese aber in der Presse, den sozialen Medien und infolgedessen auch bei potenziellen Wählerinnen und Wählern nicht wirklich ankommen.

Woran liegt das? Nun, das Wichtige und Richtige ist leider vielfach einfach langweilig, allgemein oder bereits bestens bekannt – währenddessen machen uns Populisten aller Richtungen oft genug vor, wie man den Nerv von Bürgerinnen und Bürgern trifft. Ein unlösbarer Widerspruch? Müssen wir damit leben, entweder unsere Werte zu verraten oder erfolglos und unbeachtet zu bleiben? Ich meine nein, und diese Publikation enthält erfolgreiche Beispiele liberaler Kommunalpolitik, die zeigen, wie es geht. Im vorliegenden Beitrag soll versucht werden, aufzuzeigen, wie Sie vor Ort vorgehen können, um Ihre Themen leitbild- und wertebasiert, aber gleichzeitig erfolgreich zu platzieren.

Was ist überhaupt ein „politisches Thema“?

Für die politische Kommunikation ist es hilfreich, sich zu verdeutlichen: Die Diskussion innerhalb politischer Parteien und Organisationen dreht sich oft um Politikfelder („Bildung“, „Klimaschutz“) oder etwas greifbarere politische Themen („Schulpolitik“, „Wärmewende“). Politik und politische Programmatik ist notwendigerweise meist allgemein und nicht auf den Einzelfall bezogen. Relevanz für Bürgerinnen und Bürger entsteht dagegen erst, wenn es um die konkrete Anwendung von Entscheidungen und Normen geht: die von der Schließung bedrohte Grundschule vor Ort, die Gasheizung im eigenen Haus.

Wie funktioniert politische Kommunikation?

Ein einfacher Test zeigt, ob eine Forderung für die politische Kommunikation geeignet ist: Können Sie sich vorstellen, dass eine Familie beim Abendbrot über Ihre politische Forderung spricht? „Hast Du gehört, Herr / Frau XY setzt sich für weltbeste Bildung ein?“ oder „Hast Du gehört, Herr / Frau XY will die Grundschule bei uns im Ort offenhalten?“ Merken Sie den Unterschied?

Im Idealfall ist Ihre politische Forderung

- verständlich, konkret und relevant (spezifisch statt allgemein),
- nutzenorientiert (Vorteil für Bürgerinnen und Bürger),
- zukunfts- und lösungsbezogen (nicht Fehler und Vergangenheit, sondern Lösungen und Zukunft stehen im Mittelpunkt),
- unterscheidbar und streitbar (politische Wettbewerber wollen anderes).

Wichtig ist also, nicht allein über Politikfelder oder politische Themen zu kommunizieren, sondern deren Bedeutung durch eine spezifische Forderung, die Relevanz für Einzelne hat, zu konkretisieren. Die spezifische Forderung steht dabei für eine liberale Herangehensweise an das politische Thema und das Politikfeld. Unsere Einzelforderung – beispielsweise für das Offenhalten einer spezifischen Grundschule vor Ort – ist nicht losgelöst, sondern steht im Einklang mit unserer allgemeineren Forderung nach einem wohnortnahen Schulangebot und dem wertorientierten Eintreten für weltbeste Bildung. Das unterscheidet uns von Populisten, denen die Wertebasis oft ganz fehlt oder deren Werte wir ablehnen.

Die FDP hat zuletzt in dem 2020 aktualisierten „Leitbild“ dargestellt, welche Werte sie als liberale Partei in Deutschland in den Mittelpunkt stellt:

Abb. 6 | Leitbild der Freien Demokraten



Quelle: <https://www.fdp.de/seite/unsere-werte>

Besondere Überzeugungskraft entfaltet politische Kommunikation, wenn sie eine Nähe in der Werthaltung mit überzeugenden, für die Einzelperson nachvollziehbaren Fakten zu relevanten Themen mit einer plausiblen und vorteilhaften Forderung verbindet. Das folgende Schaubild stellt diesen Zusammenhang dar und kann Ihnen auf verschiedensten

Ebenen nützlich sein: Ob bei der Formulierung eines Wahlkampf-Flyers, bei der Vorbereitung einer 3- oder 30-minütigen Rede: Der Dreiklang aus „Werten“, „Fakten“ und „Forderungen“ kann zu einem oder zu mehreren Themen eine hilfreiche Gliederung im Kopf oder auf Papier sein.

Abb. 7 | Von Werten zu konkreten Forderungen



Quelle: Eigene Darstellung

Ein Beispiel: *„Für uns Liberale ist weltbeste Bildung ein wesentlicher Schlüssel für persönliche Freiheit und individuelle Lebensgestaltung. Bei uns in Beispielhausen ist aber die letzte vorhandene Grundschule von der Schließung bedroht. Dies würde für unsere Kleinsten bereits lange tägliche Schulwege bedeuten. Wir fordern stattdessen, die Schule zu erhalten, und kleinere Klassengrößen zuzulassen.“*

Eine Ergänzung könnte zum Beispiel noch in der Forderung nach neuen Bauflächen für junge Familien bestehen, um auch für die Zukunft eine Perspektive für den Ort und die Schule zu sichern.

Erfolgsfaktoren für politische Kommunikation

Als erfolgreiche Kommunikatoren müssen Sie Jäger und Sammler sein – nicht jedes Thema wird auf Anhieb funktionieren. Ideen finden Sie aber vor der Tür: Worüber sprechen Ihre Nachbarn? Was beschäftigt die Menschen in den Leserbriefen und Online-Kommentaren der Lokalzeitung? Zu welchen Themen passen die Ihnen wichtigen Werte des Leitbilds? Welche konkreten Forderungen können und wollen Sie dazu aufstellen?

Testen Sie vielversprechende Themen und Forderungen. Wenn Sie merken, dass Ihr Thema „zündet“, ist das allerwichtigste: dranbleiben, mit neuen Fakten und nachgeschobenen Forderungen, mit weiterem Kontext dafür sorgen, dass „Ihr“ Thema im Gespräch bleibt und Ihnen nicht von Wettbewerbern gestohlen wird. Sie ernten Widerspruch oder es gibt gar einen politischen Streit? Wunderbar, Sie sind auf dem richtigen Weg! Walter Scheel wäre bestimmt stolz auf Sie.

ÜBER DEN AUTOR



Wulf Pabst

arbeitet seit Ende der 1990er Jahre als freiberuflicher Berater und Trainer vor allem im Bereich Strategische Planung und politische Kommunikation. In der politischen Bildung war er als Trainer und Moderator für verschiedene Institutionen im In- und Ausland

tätig. Als Berater betreute Wulf Pabst unter anderem deutsche und internationale Verbände, Stiftungen, politische Organisationen und Parteien sowie deren Gliederungen. Heute arbeitet er als Regierungsbeschäftigter im Bereich Digitalisierung für die Landesverwaltung Nordrhein-Westfalen. Er lebt mit seiner Familie in Aachen und war dort für die FDP unter anderem Mitglied des Stadtrats.

Strategie- und Kampagnenführung in der Kommune

von Petra Franke

Kommunalpolitik ist die Königsdisziplin der Politik – darin besteht Einigkeit selbst über politische Lager hinweg. Wer selbst kommunalpolitisch aktiv ist, weiß genau, was gemeint ist: komplexe Themen in zahlreichen Ausschüssen, anspruchsvolle Beratungen über Haushalte und Bauplanung, schwierige Gespräche mit einer immer größer werdenden Zahl lokaler Akteure, hoher Zeitaufwand auf wenigen ehrenamtlichen Schultern. Kaum ein Handlungsfeld ist so breit aufgestellt wie die Kommunalpolitik!

Umso wichtiger ist es, sich nicht in den alltäglichen Herausforderungen der Kommunalpolitik zu verzetteln. Schließlich soll Ihr Einsatz vor Ort im besten Falle beides bewirken: Verbesserungen für die Bürgerinnen und Bürger in Ihrer Kommune einerseits und die Anerkennung der Wählerinnen und Wähler für Ihre gute Arbeit andererseits.

Erfolgreiche Kommunalpolitik benötigt beides: Fachkompetenz, hohes Engagement und gute Lösungsvorschläge in der Breite der Themen sind als Grundlage wichtig. Mindestens genauso bedeutsam sind aber auch eine klare Zielrichtung, politisches Profil und Mut zum (inhaltlichen) Konflikt in der Außenwirkung.

Weniger sorgt für mehr

Angetrieben von dem Anspruch, Gutes für alle Menschen vor Ort zu tun, kommen die langfristige Perspektive und der Verkauf oft zu kurz. Das ist eine verpasste Chance, denn mit größerer öffentlicher Aufmerksamkeit und besseren Wahlergebnissen können Sie auch mehr erreichen und mehr durchsetzen. Wie das gelingt? Die Antwort dürfte positiv

überraschen – indem Sie weniger machen, nicht mehr. Das dafür aber häufiger.

Haben Sie Mut zur Lücke! Fokussieren Sie Ihre Arbeit auf maximal drei Kernthemen, die Sie ins Schaufenster stellen. Das gilt umso mehr, je näher die nächsten Wahlen rücken. Ist zu Beginn einer Legislatur noch Zeit für thematische und personelle Verbreiterung, geht es in der zweiten Hälfte der Legislatur zunehmend um Profilierung und klare Kante. Teilen Sie die Wahlperiode gedanklich in eine Zeit des Säens und in die der Erntezeit auf. Während der Ernte können Sie nicht mehr korrigieren, was Sie zuvor nicht angelegt haben: Konzentrieren Sie sich jetzt auf das Einfahren bestmöglicher Stimmenergebnisse.

Machen Sie Politik für alle, aber werben Sie da, wo Sie auch Zuhörer finden!

Mut zur Lücke gilt auch für die Zielgruppen, die wir ansprechen. Nicht jeder ist für uns und unsere Themen erreichbar. Menschen begegnen der stetig steigenden Flut an verfügbaren Informationen mit einem natürlichen Schutzmechanismus: Wir selektieren von vorneherein nach persönlicher Relevanz für uns und unseren Alltag. Nur was uns wirklich interessiert dringt durch diesen Schutzfilter. Andere Informationen blenden wir von vorneherein aus. Das sorgt mitunter für eine gefährliche Selbsttäuschung bei politisch Aktiven. Botschaften und Themen, die für uns omnipräsent und nicht zu übersehen sind, werden dennoch von den meisten anderen Menschen um uns herum nicht wahrgenommen. Testen Sie selbst: Sprechen Sie im Supermarkt, im Sportverein oder in der Kneipe willkürlich Menschen auf Themen an, die in der (Kommunal-)Politik intensiv diskutiert werden.

Abb. 8 | Aufgaben während Wahlperiode und Wahlkampf

Während der Wahlperiode	Vorwahlkampf und Wahlkampf
→ Konstruktive Ratsarbeit	→ Ziele und Visionen für die Zukunft aufzeichnen
→ Glaubwürdigkeit aufbauen	→ Kernthemen zuspitzen zu Kampagnenthemen
→ Bekanntheit steigern	→ Konflikte suchen, eigenes Profil schärfen
→ Kernthemen setzen	→ Warum wir? Warum jetzt?
→ Erfolge feiern	→ Wiederholen, wiederholen, wiederholen!
→ Neue Zielgruppen erschließen	
→ Team aufbauen	

Abb. 9 | Wirkungsvolle Botschaften

-  → Die Informationsflut nimmt stetig zu.
-  → Die Aufmerksamkeitsspannen werden immer kürzer.
-  → Wir selektieren Botschaften in unserem Umfeld nach persönlicher Relevanz.
-  → Politische Themen / Nachrichten müssen die richtige Person mit der richtigen Botschaft erreichen!

Quelle: Eigene Darstellung

Meiden Sie Antworten auf nicht gestellte Fragen

Um diese Wahrnehmungsfilter zu durchdringen und unsere Botschaften zu platzieren, gibt es zwei Möglichkeiten. Sie können entweder versuchen, so lange und intensiv für Ihre Themen zu werben, bis die Menschen die Relevanz erkennen. Das ist äußerst mühsam, langwierig und gelingt nicht immer. Der einfachere Weg ist, zu schauen, was unsere Zielgruppen gerade ohnehin beschäftigt und wofür sie „eine Antenne haben“. Greifen Sie diese Dinge auf und bieten Sie Lösungen an zu Fragen, die sich die Menschen ohnehin schon stellen.

Die Macht der Wiederholung

Jeder kennt das noch vom Vokabeln Lernen in der Schule: Bis wir etwas wirklich verinnerlicht haben, müssen wir es Studien zufolge sechs- bis achtmal gelesen, gesehen, gehört oder gebraucht haben. Das gilt auch für politische Forderungen. Bis die Wählerinnen und Wähler eine Forderung mit uns verbinden, müssen wir sie also sechs- bis achtmal wiederholen – für jeden Zuhörenden wohlgemerkt. Wenn wir also als politisch Aktive das Gefühl haben, dass wir klingen wie eine hängengebliebene Schallplatte in Dauerschleife – dann haben wir alles richtiggemacht! Das belegt eindrucksvoll ein über 2000 Jahre altes Beispiel. „Im Übrigen bin ich der Meinung, dass Karthago zerstört werden muss“, wiederholte Cato der Ältere um 150 v. Chr. seine wichtigste politische Forderung am Ende jeder seiner Reden im römischen Senat. Mit dem einfachen Mittel der Wiederholung ist er uns so heute in Erinnerung. Schaffen auch Sie sich kommunal eine solche Karthago-Botschaft!

Ein Blick in die Daten hilft bei der Stimmenmaximierung

Gehen Sie gezielt dahin, wo sich Menschen bereits für Sie beziehungsweise Ihre Themen interessieren oder zumindest offen sind. Dabei helfen Zielgruppenanalysen und Daten aus den vergangenen Wahlen, lokal runtergebrochen. Auch hier gilt: Mut zur Lücke und Stärken stärken. Wo bereits viele Ihrer Wählerinnen und Wähler sind oder es schon einmal waren, ist es leichter, auch wieder Zuspruch und gute Wahlergebnisse zu erzielen. Legen Sie deshalb, insbesondere im heißen Wahlkampf, Schwerpunkte auf die Gebiete mit den meisten absoluten Stimmen bei bisherigen (Kommunal-) Wahlen. Bespielen Sie lieber ein einzelnes Gebiet mit sehr hohem Potenzial dreimal als drei Gebiete mit sehr niedrigem Potenzial einmal. So setzen Sie Ihre zeitlichen, personellen und finanziellen Ressourcen am effizientesten ein. Die einfachste Möglichkeit dazu bieten speziell entwickelte Tools, die sofort die Potenziale von Wohngebieten, Stadtteilen oder Wahlkreisen anzeigen. Wer lieber selbst recherchiert, findet Wahlergebnisse und Auswertungen nach Wahl- oder Stimmbezirken in aller Regel auf der offiziellen Webseite seiner Gemeinde.

ÜBER DIE AUTORIN**Petra Franke**

ist seit über 20 Jahren als freiberufliche Trainerin und Moderatorin tätig. Sie arbeitet dabei mit nationalen wie internationalen Gruppen insbesondere zu den Themen Kommunalpolitik sowie Strategie- und Kampagnenplanung. Hauptberuflich hat sie in

den letzten Jahren als Referentin der FDP-Landtagsfraktion in NRW für Strategie und Umfeldanalyse gewirkt. Ehrenamtlich ist sie seit vielen Jahren kommunalpolitisch bei den Landschaftsverbänden sowie in städtischen Ausschüssen aktiv und hat sowohl als Kandidatin als auch als Wahlkampfmanagerin diverse Wahlkämpfe verantwortet. Sie ist derzeit Kreisvorsitzende in Leverkusen, wo sie mit ihrer Familie lebt.

„Stattfinden“ – ohne Presse- und Öffentlichkeitsarbeit geht es auch heute nicht

von Thomas Nüchel

Lieber härter als zu höflich – Informieren für den Erfolg

Wer nicht in den gedruckten und digitalen Publikationen vorkommt, findet nicht statt. Öffentlichkeitsarbeit und damit auch Pressearbeit ist auch heute noch wichtig und unentbehrlich. Strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist Grundvoraussetzung, um wahrgenommen zu werden. Die Verbreitung lokaler Presseerzeugnisse ist zwar deutlich zurückgegangen. Dennoch bleibt die Relevanz für viele politisch interessierte – und dann auch noch zur Wahlurne gehende – Bürgerinnen und Bürger hoch. Das ist freilich auch der demografischen und digitalen (!) Entwicklung zuzuschreiben. Lineares verliert an Attraktivität bei der Nutzungsverschiebung ins Digitale.

Diejenigen, die ihre Zeitungen oder Magazine auf Papier lesen, sind mittlerweile in der Minderheit. Die Mehrheit liest die journalistischen Produkte digital. Und gerade deshalb gilt: Was in der „Zeitung“ steht, wird in den sozialen Medien geteilt. Ein Grund dafür ist, dass auch für die lokalen Presseanbieter seit wenigen Jahren der Grundsatz „digital first“ gilt. Daher sollten die Texte, in denen die eigene Fraktion oder der Kreisverband vorkommen, bitte schön auch „geteilt“ werden, um eine höhere Verbreitung der Botschaften zu erreichen.

Doch dafür muss man freilich zunächst mal wahrgenommen werden. Die Kommunalpolitikerinnen und Kommunalpolitiker wissen davon ein Lied zu singen. Die Wahrnehmung von Pressemitteilungen in den Lokalredaktionen ist nicht erst in jüngster Zeit deutlich gesunken. Was sind die Gründe? Dazu müssen wir oft doch nur in unser eigenes Postfach schauen. Es werden zu viele Pressemitteilungen produziert, und dann sorgt noch die vermaledeite erheblich gewachsene Zahl von Anhängen für Weißglut oder (noch viel schlimmer) Gleichgültigkeit in den geschrumpften Lokalredaktionen.

Die Rollen ähneln sich

Was wir zu unseren Gunsten nutzen sollten, ist der Umstand, dass sich Journalisten und Politiker in ihren Rollen immer ähnlicher werden. Gerade auch im lokalen Bereich. Sie fühlen sich als Vertreter der Anliegen der Bürgerschaft. Sie sind Generalisten und wissen am Morgen nicht, welches Thema während des Tages aufkommt. Während Politikerinnen und Politiker sich über Jahrzehnte für jedes ihrer Worte sofort der Kritik aussetzen mussten, war der Lokalredakteur der Akteur im Hintergrund, der nicht im Feuer der Auseinandersetzung stand (wenn man von den wenigen Leserbriefen abieht). Das ist heute dank Social Media völlig anders.

Über ihre Zeilen müssen sich auch Journalistinnen und Journalisten geradezu in Echtzeit häufig rechtfertigen. Extremer noch: Sie sehen ihre Zeilen durch die Klickzahlen bewertet und benotet. Es muss entsprechend spannend (oder nennen wir es ruhig „reißerisch“) geschrieben werden, so dass sich so viele Leserinnen und Leser wie möglich durch die Bezahlschranke locken lassen. Unentwegt betörend verführerische Duftmarken zu setzen ist Stress für die schreibende Zunft. Versuchen wir uns also vorzustellen, dass wir den Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten, gleich ob festangestellt oder frei, helfen, das Blatt interessant und spannend zu füllen.

Dienstleister für die Lokalredaktion

Verlockende Duftstoffe sollten textlich also auch wir setzen. Erster Grundsatz: Ohne Anlass keine Meldung. Und in leichter Nutzung der alten Medienweisheit „Only bad news are good news“ ist der zweite Grundsatz zu sehen: Ohne Angriff keine Emotionen. Freilich könnte man jetzt entgegenhalten, es gäbe doch viel zu viele negative Schlagzeilen in der Welt, und die Menschen seien derer überdrüssig. Ja, das ist auch richtig. Dennoch würde niemand bei der Nachricht aufhorchen, dass im Frühling die Blumen blühen. Aber: „Es ist Frühling und keine Blumen blühen“ ist eine Schlagzeile, die mehr Wirkung entfacht. Kommen wir also zu unserer Realität vor Ort zurück. „Es ist Frühling und keine Blumen blühen, weil z.B. die Stadt die Beete nicht bepflanzt hat oder Vandalen ihr Unwesen trieben“. Nicht nur bei „Kümmerer-Themen“ gilt der dritte Grundsatz: Sei hart und böse, aber nie persönlich. Und nochmal sei an dieser Stelle wiederholt: Das ist nicht wirklich negativ. Probleme müssen klar benannt und aufgezeigt werden, um sie konstruktiv anzugehen. Und das ist doch positiv!

Mit Kümmerer-Themen die Hürde nehmen

Deshalb ein kurzer Blick in den sprachlichen Werkzeugkasten, um mit den Botschaften in der Redaktion und bei der Leserschaft wahrgenommen zu werden. Denn die Hürde, mit einer Nachricht ins Blatt oder auf den Lokalsender genommen zu werden, ist hoch. Da hilft gelegentlich eine provokante oder auch aggressive Formulierung weiter. Gerade Liberale sind oft zu höflich, wollen niemandem weh tun, beliebt sein – reden dadurch aber auch zu abstrakt, und vielfach am heißen Brei vorbei.

Aber: Wenn der Bahnhof ungepflegt und verdreckt ist, darf ruhig die „DB ein schlampiger Immobilienbesitzer“ genannt werden. Falls die Straßenbeleuchtung oft nicht funktioniert, dürfen beispielsweise die Stadtwerke „dilettantisch“ genannt werden oder die Fußgängerzone als „zappenduster und her-

untergekommen“ bezeichnet sowie die schlecht agierende Wirtschaftsförderungsgesellschaft für ihre „unprofessionelle und mangelhafte Standortpolitik“ kritisiert werden. Was „Murks“ ist, darf auch „Murks“ genannt werden. Ohne Angriff keine Emotionen.

Die wichtigen Kleinigkeiten – „Der Fluch der Akribik“

Der Teufel steckt im Detail und meist in den formalen Dingen: Der häufigste Fehler per E-Mail ist ein nichtssagender Betreff. Auch hier ist deutlich Klartext gefragt. Ferner gilt es, zu große und viele Anhänge zu vermeiden. Es reicht meist ein Bild. Das wissen wir doch auch schon von FB und Insta. Wer nicht mit Bild erscheint, wird nur von der Hälfte der Leserinnen und Leser wahrgenommen. Und unser Ziel ist es doch: bekannt zu werden und Wiedererkennung!

Es dauert auch trotz der sozialen Medien länger. Bekanntheit erreiche ich, wenn eine Person mich in einem halben Jahr rund sieben Mal bewusst wahrgenommen hat. Nur dann bleibt die Person haften. Zurück zu den handwerklichen Details: Fast perfekt wird es, wenn für den Lokalfunk der Ansprechpartner für den O-Ton genannt oder gleich eine kleine Ton-Datei mit max. 50 Sekunden mitversendet wird, in der in zwei knappen Sätzen unsere Hauptbotschaft und Forderung vertont ist.

Was interessiert Leser und Nutzer? Neues, Exklusives, Kontroverses garniert mit persönlicher Betroffenheit und Wiedererkennung. Also: Kurz und knackig mit ein wenig Empathie sollten die Mitteilungen sein. Und auf jeden Fall mit einer

Person verknüpft. Was vielen an Regeln bekannt ist und fast schon abgegriffen gilt: Das Wichtigste steht oben. Die W-Fragen „Wer? Was? Wo? Wie?“ sind ein stützendes Geländer. Noch nicht so in den Köpfen verankert hat sich der Umstand, dass viele Redaktionen sich nur noch selten und wenn dann oft nur oberflächlich Nachberichterstattung über kommunalpolitische Ereignisse leisten.

Also darf man sich darauf auch nicht verlassen. Die Kontroverse, das Thema, unsere Antragsinitiative muss für eine Vorberichterstattung angeboten werden. Dass wir als Kümmerer am Thema, besonders wenn es für unsere Zielgruppen wichtig ist, „dran bleiben“, ist von Bedeutung für die Wiedererkennung. Und wir verbreiten unsere Presseerklärung gleichzeitig über die eigenen Social-Media-Kanäle und teilen selbst. Zum guten Umgang mit der Lokalredaktion gehört auch, den Text der Lokalredaktion zu teilen. Mit Glück wird es Ihnen sogar gelegentlich gedankt.

ÜBER DEN AUTOR



Thomas Nückel

ist Journalist. Sein Berufsweg führte über Print-, Radio-, TV- und Online-Redaktionen. Er war 2012 bis 2022 MdL und medienpolitischer Sprecher der FDP-Fraktion in NRW. Heute ist er wieder als Journalist, Sprecher und PR-Berater tätig.

Politiktraining. Mehr Bewegen.

Angebote der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit

Die Ansprüche an Sie als Politikerinnen und Politiker steigen. Früher reichte noch fundiertes inhaltliches Wissen, um Politik erfolgreich mitzugestalten. Heute erwarten die Bürgerinnen und Bürger, dass Sie Ihre Politik erklären und mit Ihnen in den Dialog kommen können. Damit steigen auch die Erwartungen an die Kompetenz der kommunalpolitisch Aktiven immens. Bildung ist darüber hinaus ein wichtiger Teil der liberalen Programmatik. Entsprechend sollten Liberale ebenfalls Wert auf Professionalisierung legen.

Um Ihren Bedarfen gerecht zu werden, erweitert und systematisiert die Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit sukzessive ihr Trainingsangebot. Für alle relevanten Zielgruppen soll es kontinuierlich Angebote zum Aufbau relevanter Kompetenzen geben.

Das Angebot umfasst:

- **Digitale SkillTalks:** Hier erhalten Sie erste Einblicke in notwendige Fähigkeiten und bekommen Tipps & Tricks für Ihren politischen Alltag
- **Präsenz- und Intensivtrainings:** An einem unserer Standorte erlernen Sie neue Fähigkeiten
- **Digitale Trainings:** Sie lernen ortsunabhängig, aber live mit Trainerinnen und Trainern und in kleinen Gruppen

Darüber hinaus haben wir spannende **Onlinekurse** für Sie erstellt. Jederzeit und von überall haben Sie Zugriff auf kurzweilige Lernvideos, die Ihnen Impulse für Ihren Kompetenzaufbau geben. Ergänzt werden die Videos durch Handouts oder Checklisten, die direkt in der politischen Arbeit eingesetzt werden können.

Abb. 10 | Online-Kurse der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit



Liberalismus – warum die Freiheit unsere Zukunft ist.

Sie engagieren sich für einen liberalen Verband oder Partei und möchten wissen, wie Sie noch effektiver einen Beitrag zur liberalen Politik leisten können? Sehr gut, denn als **Liberale vertrauen** wir in erster Linie: **Ihnen!** Der Liberalismus braucht Ihr Engagement, um für den Wert der Freiheit aktiv einzutreten.

In diesem Onlinekurs lernen Sie welche Bedeutung die Grundwerte des Liberalismus heute haben und was den Liberalismus von anderen politischen Richtungen unterscheidet. Lassen Sie sich von unseren liberalen **Impulsgebern Christian Lindner, Maren Jasper-Winter und Thomas Volkmann** inspirieren.

[zum Kurs](#)



Erfolgreich schreiben – Pressemeldungen mit Wirkung.

Kurz, verständlich und überzeugend – nur so kann eine Pressemeldung volle Wirkung erzielen. Medien- und Schreib-Experte Dr. Martin Roos erklärt, wie Presstexte strukturiert und formuliert werden sollten. Eine präzise Technik führt Sie zum Erfolg – Ihre Botschaft wird öffentlich. Beginnen Sie, Ihre lokale und überregionale Pressearbeit wirkungsvoll einzusetzen.

[zum Kurs](#)



Von der Idee zur Kampagne – Einstieg ins politische Kampagnenmanagement

Sie wollen sich politisch engagieren und Einfluss nehmen? Großartig! Genau Sie brauchen wir in diesen Zeiten. Demokratie lebt vom Mitmachen – von Ihnen. Und von Ihren Ideen. Wie Sie aus Ihrem Anliegen eine Kampagne entwickeln und umsetzen, das zeigen wir Ihnen hier.

Sie wollen politische Entscheidungen nicht nur anderen überlassen, sondern selbst gestalten. Lassen Sie uns loslegen damit! Zusammen mit Christoph Dammermann formulieren Sie Ihre politische Idee, lernen auf welche Erfolgsfaktoren es ankommt und wie Ihre Kampagne so richtig Fahrt aufnimmt.

[zum Kurs](#)

Quelle: Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit (<https://www.freiheit.org/de/onlinekurse>)

Ihre Trainerinnen und Trainer verfügen über umfangreiche Erfahrung im liberalen Umfeld – oft aus eigener politischer Aktivität. Je nach Trainingsziel und Thema lernen Sie auch von erfahrenen Praktikerinnen und Praktikern aus der Wirtschaft, NGOs oder öffentlichen Bereichen.

Alle Themen, zu denen die Stiftung Trainings anbietet, finden Sie auf der Webseite www.politiktraining.de. Dort finden Sie auch alle aktuellen Termine. Darüber hinaus informieren wir regelmäßig über besondere Angebote in unserem Newsletter PolitikTraining. Sollten Sie Interesse daran haben, den Newsletter zu erhalten, schreiben Sie gerne eine Email an politiktraining@freiheit.org

Abb. 11 | Trainingsangebote der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit

 Politikeinstieg	 Strategie, Führung, Organisation	 Resilienz, Zeit- und Selbstmanagement
 Kampagnenmanagement	 Medien, PR, Marketing	 Reden, Argumentieren, Überzeugen
 Netzwerken	 Kommunalpolitik	 Intensivtraining

Quelle: Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit (<https://www.freiheit.org/de/politiktraining>)

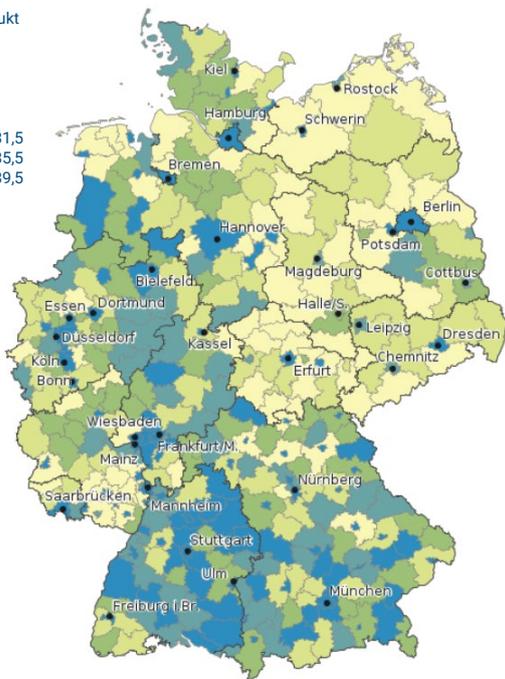
Kommunen in Deutschland

Eine Übersicht

Bruttoinlandsprodukt je Einwohner

Bruttoinlandsprodukt in 1.000 EUR je Einwohner 2020

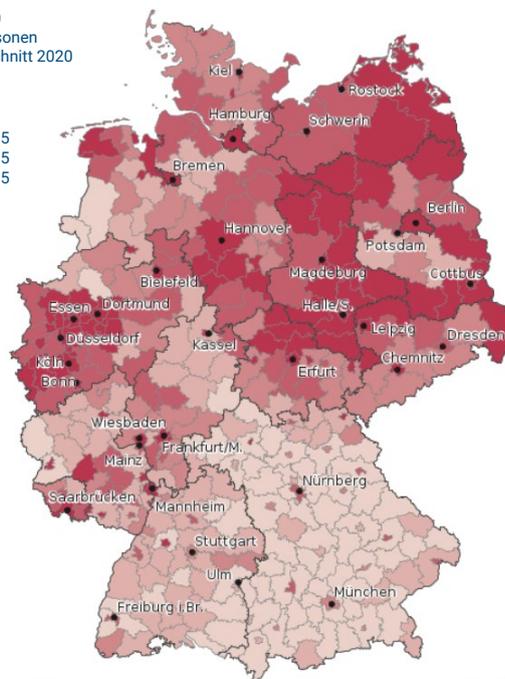
- bis unter 27,5
- 27,5 bis unter 31,5
- 31,5 bis unter 35,5
- 35,5 bis unter 39,5
- 39,5 und mehr



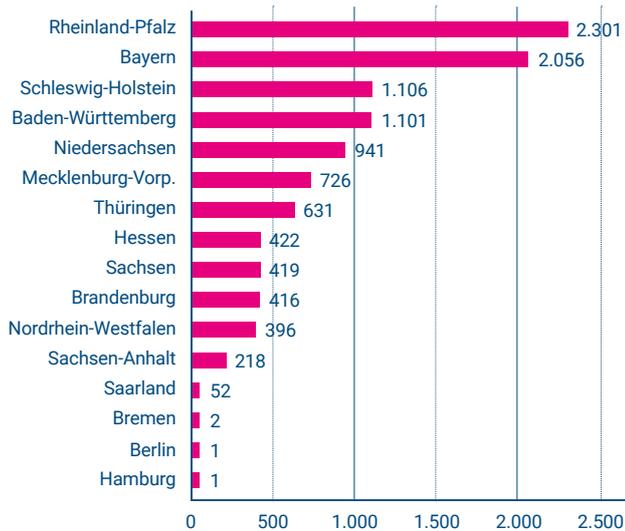
Arbeitslosenquote

Arbeitslose je 100 zivile Erwerbspersonen im Jahresdurchschnitt 2020

- bis unter 3,5
- 3,5 bis unter 4,5
- 4,5 bis unter 5,5
- 5,5 bis unter 6,5
- 6,5 und mehr

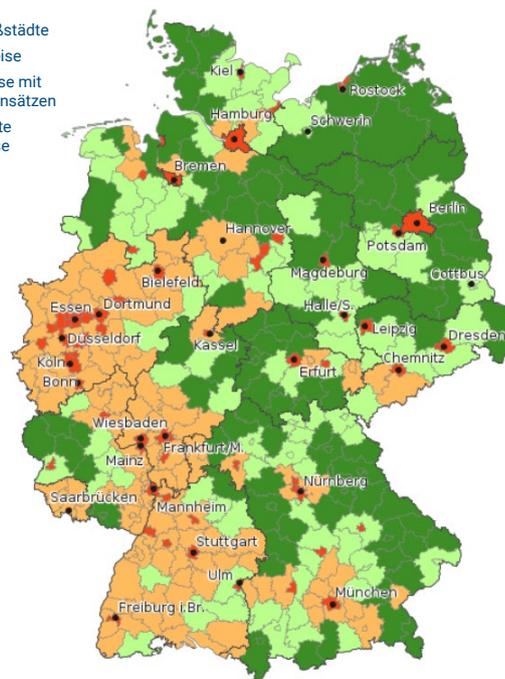


Zahl der Gemeinden nach Bundesländern (Stand 2021)



Siedlungsstrukturelle Kreistypen

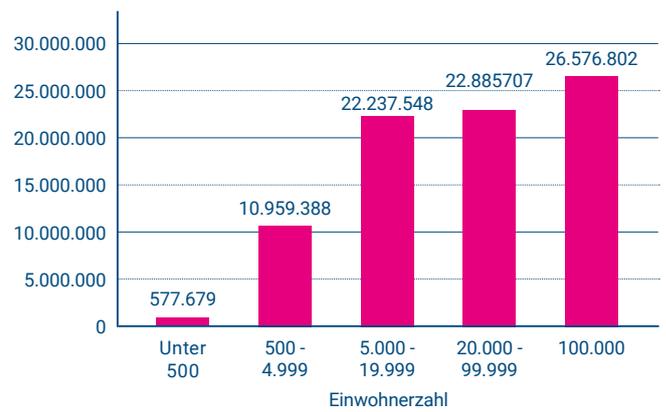
- Kreisfreie Großstädte
- Städtische Kreise
- Ländliche Kreise mit Verdichtungsansätzen
- Dünn besiedelte ländliche Kreise



Zahl der Gemeinden nach Gemeindegrößenklassen (Stand 2021)



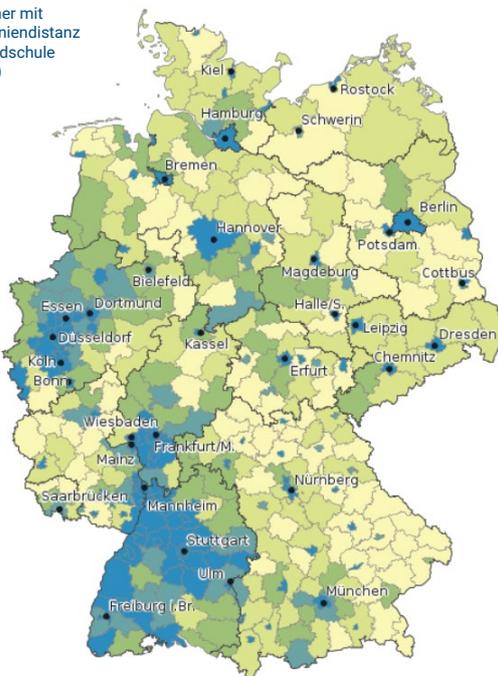
Bevölkerung nach Gemeindegrößenklassen (Stand 2021)



Nahversorgung Grundschulen

Anteil der Einwohner mit max. 1000m Luftliniendistanz zur nächsten Grundschule (2019/2020/2021)

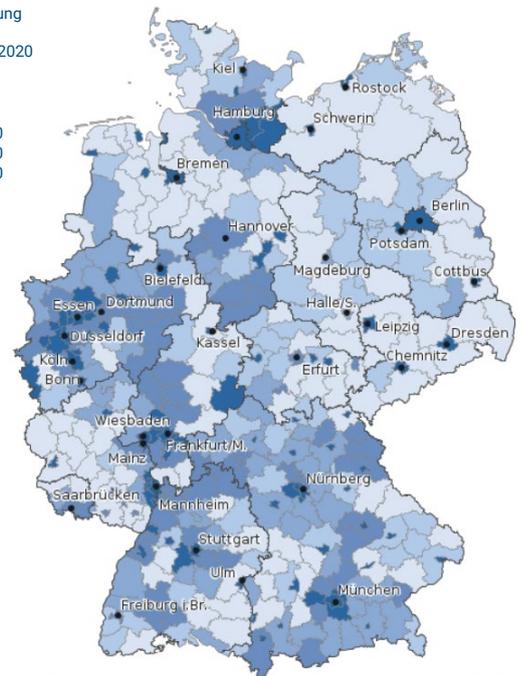
- bis unter 50
- 50 bis unter 60
- 60 bis unter 70
- 70 bis unter 80
- 80 und mehr



Breitbandversorgung mit 100 Mbit/s

Breitbandversorgung mit 100 Mbit/s je 100 Haushalte 2020

- bis unter 50
- 50 bis unter 60
- 60 bis unter 70
- 70 bis unter 80
- 80 und mehr



Die 10 bevölkerungsreichsten Gemeinden (Stand 2021)



Die 10 bevölkerungsärmsten Gemeinden (Stand 2021)



