

Frau & Politik

Magazin der Frauen Union der CDU Deutschlands

FU!

Ausgabe 3/2019 · 65. Jahrgang G2977

602

Die grüne Null

CDU

Auf den Punkt gebracht	2
Schwerpunkt	
Umwelt, Klima, Natur	
Bewahrung der Schöpfung	5
Stromwende	
Energiewende	7
Die grüne Null	9
Frau im Gespräch	
Modernisierung und Demut	
Diana Kinnert	10
Digital	
Die digitalste Partei Deutschlands	12
Frau vor Ort	
Naturschutz Blühwiese	14
Frau & Info	15
Impressum	15



Liebe Frauen,

in die politische Sommerpause fällt in diesem Jahr ein politischer Paukenschlag: für Frauen, für Deutschland und für Europa: Mit der Wahl von Ursula von der Leyen als neue Präsidentin der Europäischen Kommission und der Ernennung von Annegret Kramp-Karrenbauer zu ihrer Nachfolgerin als Bundesministerin der Verteidigung wurden starke Signale gesandt. Nach über 50 Jahren steht wieder eine Deutsche an der Spitze Europas. Die Befehls- und Kommandogewalt der Bundeswehr bleibt weiter in weiblichen Händen. Beide Spitzenpositionen sind wichtige Aufgaben für Europa, unser Land und die Nato. Annegret Kramp-Karrenbauer und Ursula von der Leyen sind Vorbilder, die mit Verstand und Courage ihre Ziele anstreben und erreichen. Es lohnt sich, für die Gleichberechtigung zu kämpfen.

Die Wahl von Ursula von der Leyen als Präsidentin der Europäischen Kommission ist Ausdruck höchster Anerkennung für eine äußerst erfolgreiche und durchsetzungsstarke Politikerin und ein klares Signal für die Gleichstellung in Europa. Sie ist die erste Frau in diesem Amt.

Bei ihrer Amtsübernahme betonte Annegret Kramp-Karrenbauer, dass die Männer und Frauen in der Bundeswehr in einer ganz besonderen Art und Weise ihren Einsatz für unser Land zeigen. Deswegen haben sie auch die höchste politische Priorität verdient. Wir wünschen unserer CDU-Vorsitzenden viel Erfolg für die neue Aufgabe.

Nicht nur bei der Wahl der neuen Präsidentin der Europäischen Kommission spielte der Umwelt- und Klimaschutz eine große Rolle. Es ist für die Bevölkerung zurzeit das mit deutlichem Abstand wichtigste Problem in Deutschland. Bis Mitte September will die unionsgeführte Bundesregierung die klimapolitischen Entscheidungen treffen und damit festlegen, wie Deutschland die EU-Klimaziele 2030 erreichen will. Die CDU hat parallel dazu eine Beteiligungskampagne für die Mitglieder gestartet, um auf allen Ebenen der Union Vorschläge zur Einhaltung der Klimaschutzziele zu erarbeiten und diese dann in die politische

Debatte einzubringen. In der Debatte soll es dabei um die Berücksichtigung der Aspekte von Marktwirtschaft, Innovation und sozialer Ausgewogenheit gehen.

Mit dem Beschluss „Mobilität der Zukunft“ hat der CDU-Bundesvorstand bereits ein wichtiges Teilkonzept verabschiedet. Wir fordern darin mehr ÖPNV und mehr Radverkehr, weniger PKW-Verkehr und die Förderung der Entwicklung umweltfreundlicher Motoren.

Deutschland verpasst derzeit die gesteckten Klimaziele. Deshalb will die CDU neue Möglichkeiten individueller Mobilität fördern, um CO₂ einzusparen, die Luft in den Städten zu verbessern und die Umwelt besser zu schützen. Bis 2030 sollen die Emissionen im Verkehrssektor um rund 40 Prozent reduziert werden.

Um die saubersten Wege zu finden und dennoch unsere Mobilität zu erhalten, braucht es die richtigen Antworten auf die notwendigen Fragen. Welcher Kraftstoff ist der beste? Welcher Antrieb der wirksamste? Wie können digitale Lösungen helfen, unsere Verkehrsmittel besser aufeinander abzustimmen? Die CDU will einen echten Wettbewerb um die besten Lösungen.

Darüber hinaus prägen weitere Themen die politischen Debatten: Digitalisierung ist nicht nur in der Umwelttechnologie ein Thema, sondern auch in der Kommunikation politischer Parteien. Nicht erst der Europawahlkampf hat gezeigt, dass die CDU erkennbare Defizite hat, Jugendliche und die urbane Bevölkerung medial zu erreichen. Das moderne Bildungsbürgertum der Städte hat bei den Europawahlen überwiegend Grün gewählt. Diese Herausforderung müssen wir annehmen und programmatisch sowie in der Parteiarbeit attraktiver werden. Als Mitgliederpartei haben wir alle Chancen, Frauen wie Männer, Jüngere wie Ältere, zum Mitmachen zu begeistern. Dazu müssen wir aber im Auftreten moderner werden auch über digitale Kommunikation in den Sozialen Medien.

Die Ermordung von Walter Lübcke hat uns tief erschüttert und manch einen wachgerüttelt. Nach bisherigen Erkenntnissen ist er zum Opfer von rechtsextremer Gewalt geworden. Die Entfesselung extremer rechter Gewalt bis hin zu Rechtsterrorismus gedeiht in einem Umfeld rechten Hasses und rechter Hetze im Internet und in sozialen Medien. Die geistigen und sprachlichen Propagandisten von Hass und Ausgrenzung haben den Weg zur Gewalt bereitet. Dazu gehören auch führende Repräsentanten der AfD und Teile ihrer Mitglieder. Sie tragen damit Verantwortung für die gezielte Vergiftung des gesellschaftlichen Klimas und die Verrohung der politischen Kultur. Demokratie muss wehrhaft sein. Hass und Gewalt haben in ihr keinen Platz. Wir schulden es unserem ermordeten Parteifreund Walter Lübcke, allen Politikerinnen und Politikern sowie den unzähligen ehrenamtlich in der Flüchtlingshilfe Engagierten, die bedroht und angegriffen werden, uns mit allen Mitteln des Rechtsstaates für den Erhalt unserer freiheitlichen Demokratie einzusetzen.

Herzlichst,



Annette Widmann-Mauz
Vorsitzende der Frauen Union der CDU Deutschlands



Foto: Christiane Lang

Neue Klimapolitik

„Wir können so nicht weiterleben. Unsere Erde gerät an ihre Grenzen.“ Mit dem Plädoyer für eine neue Klimapolitik treibt die CDU-Vorsitzende Annegret Kramp-Karrenbauer den Diskurs in der CDU voran.

Umweltschutz ist eine Frage von konkreten Handlungen. Die Bewahrung der Schöpfung, die Erhaltung der Artenvielfalt und damit auch der Kampf gegen den Klimawandel sind zentrale Anliegen der Politik der CDU.

Die Ergebnisse der UN-Klimakonferenzen von Paris und Kattowitz sind Schritt für Schritt umzusetzen. Die Diskussion wie das in Deutschland und darüber hinaus gelingen kann, ist im vollen Gange. CDU-Mitglieder können sich über das Mitgliedernetz CDUplus am Klimadialog beteiligen.

Wir müssen zeigen, dass Klimaschutz, eine starke Wirtschaft und sozialer Ausgleich miteinander vereinbar sind.



Foto: Anke Jacob

Die nordrhein-westfälische Umweltministerin Ursula Heinen-Esser zu den Herausforderungen für nachhaltiges Wirtschaften und Biodiversität.

Bewahrung der Schöpfung

Die Bewahrung der Schöpfung liegt den allermeisten von uns ganz besonders am Herzen – sowohl in persönlicher Hinsicht als auch als Leitlinie christlich-demokratischer Umweltpolitik. Inzwischen hat sich der Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen zu einer Forderung entwickelt, der sich viele Menschen anschließen. Das erfolgreiche Volksbegehren in Bayern hat uns sehr eindrucksvoll gezeigt, dass Umwelt- und Naturschutzpolitik längst in der Mitte der Gesellschaft angekommen sind.

Nicht nur der Klimawandel steht zu Recht im Fokus, auch unser Ökosystem ist aus dem Tritt geraten. Der Entomologische Verein in Krefeld hat in einer Studie nachgewiesen, dass in den vergangenen 30 Jahren 75 Prozent der Biomasse der Fluginsekten in NRW verloren gegangen ist. Der Weltbiodiversitätsrat geht von bis zu einer Million vom Aussterben bedrohter Arten aus, viele davon innerhalb der nächsten Jahrzehnte. Unsere Kinder und Enkelkinder werden also bestimmte Insektenarten oder Vögel, die für uns noch selbstverständlich waren und sind, nicht mehr kennenlernen.

Der Erkenntnis, dass sich etwas ändern muss im Verhältnis zwischen Mensch und Umwelt, müssen deutlich sichtbare Taten folgen. Neben der Bekämpfung des Klimawandels stehen ganz oben auf der Agenda: Die Verschmutzung der Luft durch Feinstaub und Stickoxide, die Verschmutzung der Gewässer durch Mikroplastik, der dramatische Rückgang der Insekten sowie der zu hohe Flächenverbrauch und die Flächenzersiedelung. Hinzu kommen der mitunter nachlässige Umgang mit den Res-

ourcen und der Tierschutz in der Nutztierhaltung. Alle Themen greifen aber auch tief in unser tägliches Leben ein.

Das Ziel einer nachhaltigeren Lebens- und Wirtschaftsweise erfordert daher Schritte in allen Bereichen des menschlichen Lebens und Wirtschaftens. Hierzu gehören auch konkrete Strategien und Maßnahmen u.a. im Bereich der Umweltwirtschaft und der nachhaltigen Stadtentwicklung. Die Lösungen verlangen eine echte Nachhaltigkeitspolitik auf Bundesebene, die sich über die Länder in die Kreise und Städte hineinziehen muss. Insektenschutzprogramme und die zügige Umsetzung des EU-Plastikmüllverbots sind dabei nur einige Stichworte.

Dass es dabei nicht die eine Maßnahme in der Umweltpolitik gibt, zeigt das Beispiel Insektenrückgang. Nur mit einem Bündel von Maßnahmen können wir dieser wichtigen Schlüsselgruppe der biologischen Vielfalt helfen: Schaffung von mehr Blühstreifen und naturschutzgerechten Wegrainen in der Agrarlandschaft, Reduktion des Pflanzenschutzmitteleinsatzes in Landwirtschaft, Gewerbe und privaten Haushalten. Durch begrünte Flachdächer und Fassaden sind versiegelte Flächen für viele Arten nicht gänzlich verloren. Gegen den Trend zu steinernen Vorgärten können Hausbesitzer eine blühende, insektenfreundliche Vielfalt setzen. Städtisches Grün sorgt gleichzeitig in Zeiten der Klimaerwärmung für zusätzliche Kühlung überhitzter Innenstädte.

Nachhaltige Entwicklung kann nur erreicht werden, wenn alle mitmachen. Der Staat setzt den Rahmen – über das Ordnungsrecht, Umweltgesetze und die Förderung



Foto: ieedmocha - stock.adobe.com

von Grundlagenforschung und Umweltbildung. Aber wir Menschen müssen ihn ausfüllen. Die oftmals achtlose Müllentsorgung ist kein Kavaliersdelikt und muss konsequenter verfolgt und mit höheren Bußgeldern geahndet werden. Eine weggeworfene Zigarettenkippe braucht bis zu 15 Jahre um sich aufzulösen. Jedes Kunststoffteil – ob Einwegbecher oder Bonbonpapier – das falsch entsorgt wird, gerät in die Umwelt, zerfällt dort in immer kleinere Teile und wird dann zu Mikroplastik.

Nachhaltigkeit sollte im Alltag zur Leitidee werden, als ein Qualitätsmerkmal von Produkten und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs. Durch umsichtigen Konsum und Mobilität kann jeder zu einer nachhaltigen Zukunft beitragen. Dies gilt zuvorderst bei der Reduzierung von überflüssigem Verpackungsmüll – hier hat der Verbraucher eine nicht zu unterschätzende Machtposition. Neben der Vermeidung von Kunststoffabfällen ist es Strategie der Politik, durch Vorgaben zum Recycling die Grundlage für eine Kunststoff-Kreislaufwirtschaft zu schaffen. Auf dem Weg dahin halte ich Vereinbarungen mit dem Handel für den richtigen und schnellsten Weg, wie die Abnahme des Plastiktütenverbrauchs seit Einführung eines Entgelts zeigt.

Ein wesentlicher Ansatzpunkt für einen nachhaltigeren Konsum ist eine höhere Wertschätzung der Lebensmittel. Lebensmittel von hoher Qualität müssen ihren Preis wert sein – und nicht preiswert im Sinne von billig. Damit ist der erste Schritt dafür getan, Verschwendung und Vernichtung zur verringern.

Wir müssen uns gemeinsam mit der Landwirtschaft auf den Weg zu einer nachhaltigen Nutztierhaltung machen,

die tier- und umweltgerecht, aber auch ökonomisch und sozial fair ist. Nur so können wir die Preisspirale nach unten stoppen, den Landwirten ein auskömmliches Einkommen und den Verbrauchern Erzeugnisse nach unseren Haltungsstandards sichern. Gesellschaftlicher Konsens muss es werden, den Mehraufwand der Betriebe für hohe Standards beim Umweltschutz und in der Nutztierhaltung zu entschädigen. Ein konkretes Beispiel: Mehrere Initiativen garantieren gegen einen Aufschlag von wenigen Cent pro Ei die Mast der Legehennen-Brüder, um das derzeit noch erlaubte Töten männlicher Eintagsküken zu verringern.

Noch liegt es in unseren Händen, den nachfolgenden Generationen eine gute Zukunft zu ermöglichen. Dafür bleibt uns nichts anderes übrig, als in jeder Hinsicht und in allen gesellschaftlichen Systemen nachhaltiger zu leben und zu wirtschaften.

Den nötigen Bewusstseinswandel können wir nach meiner Überzeugung erfolgreicher über Information, Bildung und in Form von Kooperationen mit Landwirtschaft und Wirtschaft als über Verbote vorantreiben.

Einen Bewusstseinswandel hin zu einer anderen Wertschätzung – von Lebensmitteln, industriellen Produkten und generell unseres Lebensstandards. So wird eine umweltschonendere Mobilität und ein bewussteres Konsumverhalten nicht als Verzicht, sondern als Gewinn empfunden werden.

Ursula Heinen-Esser ist Ministerin für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen

Stromwende Energiewende



„Klimapolitik muss ernster genommen, die Stromwende zur echten Energiewende werden“, so Hildgard Müller, Vorstand Netz & Infrastruktur der innogy SE.

An politischen Beschlüssen – national, europäisch und international – zum Thema Klimawandel fehlt es nicht. Die Vereinbarungen der UN-Klimarahmenkonvention und ihrer Zusatzprotokolle sowie die Pariser Klimaschutzziele setzen den Rahmen. Nationale Ziele zur Absenkung der CO₂-Emissionen geben die Richtung vor. Im Januar gab die „Kommission für Wachstum, Strukturwandel und Beschäftigung“ ein weiteres nationales Ziel aus: Bis 2038 soll die Kohleverstromung enden. Trotz aller ambitionierten Ziele: Die deutsche Erfindung Energiewende läuft nicht rund, droht in Verruf zu geraten. Das richtige und gut gemeinte Projekt wurde komplexer, teurer und die Kommunikation zu den Maßnahmen blieb Stückwerk.

Der Klimawandel ist in den Mittelpunkt gesellschaftlicher Debatten gerückt. Durch Initiativen und Dialoge in sozialen Medien wird das Thema weiter befeuert. Der Erfolg der Grünen ist zu einem großen Teil darauf zurückzuführen, dass sie das Thema Klimawandel und Umweltschutz glaubwürdig fokussieren – aus der Opposition sicher leichter als in Regierungsverantwortung. Nicht zuletzt unterstreicht das Engagement vieler junger Menschen in der „Fridays-for-Future“-Bewegung die Unterstützung der Bevölkerung für eine ambitionierte Klimapolitik. Doch so hoch das Thema auf der gesellschaftlichen Agenda steht, es zeigt sich hier auch ein politisches Versäumnis: Klimaschutz wurde in den letzten Jahren zu wenig ernst genommen.

Zugleich fallen Bekenntnis zu Klimaschutz und Energiewende einerseits und Akzeptanz konkreter Maßnah-

men andererseits oft auseinander. Die Einschränkung der eigenen Lebenswelt durch den Bau von Windanlagen oder Stromleitungen löst häufig Widerstand aus. Um die Klimaschutzziele erreichen zu können, müssen aber die Akzeptanz in der Bevölkerung gesteigert und entsprechende Flächen zur Verfügung gestellt werden. Dass die Präferenz für Klimaschutz und das eigene Handeln oft auseinander fallen, stellt ein gesellschaftliches Hindernis für die Energiewende dar. Doch machen wir es uns nicht zu einfach: Auch politisch müssen Klimaschutz und Energiewende neu ausgerichtet werden.

Ein Stichwort, das lange Zeit zu wenig Beachtung gefunden hat, lautet Sektorkopplung. Die Energiewende kann nicht von der Stromwirtschaft alleine gestemmt werden. Um erneuerbare Energien optimal zu integrieren, müssen die Sektoren Strom, Wärme und Verkehr sinnvoll miteinander verbunden werden. Wichtigster Stellhebel für die Beschleunigung der Sektorkopplung ist der Mut zu einer Anpassung von Umlagen und Abgaben auf Energieträger.

Strom ist unverhältnismäßig stark mit staatlich veranlassten Preisbestandteilen belastet, was zu Wettbewerbsnachteilen führt. Der Strompreis muss für Privat- und Geschäftskunden bezahlbar bleiben, so sollten Belastungen, etwa die EEG-Umlage, stärker über Steuern finanziert werden als durch Aufschlag auf den Strompreis. Darüber hinaus sollte die Stromsteuer (Regelsatz heute 2,05 €/ct/kWh) auf die europäische Mindestanforderung in Höhe von 0,01 €/ct/kWh gesenkt werden. Eine Neuordnung der Steuern und Abgaben sowie eine Lösung bei der



Frage nach CO₂-Bepreisung in den Bereichen Wärme und Verkehr sind jetzt nötig für eine erfolgreiche Sektorkopplung und eine echte Energiewende. Die Botschaft lautet: Der immer grünere Strom wird günstiger, fossile Energieträger teurer.

Die Rolle der Verteilnetze wird durch die Sektorkopplung weiter steigen, hier sind mehr als 95% der Erneuerbare-Energien-Anlagen angeschlossen. Strombetriebene Produkte wie Wärmepumpen, dezentrale Speicher oder E-Fahrzeuge könnten die Gleichzeitigkeit von Stromverbrauch erhöhen und steigern die Notwendigkeit für Verteilnetzbetreiber, individuell zu steuern. Um den immer komplexeren Anforderungen gerecht zu werden, muss das Netz intelligenter werden. Die Schaffung solcher „Smart Grids“ gelingt allerdings nur, wenn Energienetze digital vernetzt werden. Dazu muss sichergestellt werden, dass die Netzbetreiber in Zukunft ein Umfeld vorfinden, in dem es sich lohnt, in mehr Netz-Intelligenz zu investieren und nicht nur in neue Kabel. Die Botschaft lautet: Je intelligenter das Netz, desto weniger Geld kostet der Leitungsausbau.

Was bedeutet die Sektorkopplung in der Praxis? Dafür möchte ich zwei Beispiele geben. Elektromobilität bietet die einfachste Möglichkeit für die Kopplung von Strom- und Verkehrssektor. Verkehr, so wie wir ihn kennen, wird sich wandeln: Antrieb, Technik und Besitzverhältnisse der Autos werden sich ändern und neue Mobilitätskonzepte entstehen. Denken wir an selbstfahrende Autos, CarSharing/Miet-Modelle, Pedelecs. Einer vollständigen Elektrifizierung aller Sektoren sind jedoch

Grenzen gesetzt, etwa durch besondere Anwendungsfälle wie Schwerlasttransporte, Schifffahrt, Flugverkehr oder der Speicherbarkeit von Strom. Damit wäre ich beim nächsten Beispiel: Power-to-Gas. Bei Power-to-Gas wird Strom aus erneuerbaren Energien für die Produktion von Wasserstoff oder synthetischem Methan eingesetzt. Solches „grünes Gas“ kann langfristig zur Dekarbonisierung der Sektoren Verkehr, Wärmemarkt und Industrie dort einen wichtigen Beitrag leisten, wo die Elektrifizierung technisch nicht sinnvoll ist.

Fazit: Klimapolitik muss ernster genommen, die Stromwende zur echten Energiewende werden. Dazu muss sie alle Sektoren erfassen, Strom entlasten und fossile Energieträger belasten – freilich ohne soziale Härten hervorzurufen. Es gilt, klar zu kommunizieren, welche Ziele angestrebt und wie sie erreicht werden sollen. Dabei wird es nicht nur Gewinner geben, doch nur so kann die Energiewende zu einer Klammer für Klimaschutz einerseits und Wachstum, Innovation und Fortschritt andererseits werden. Damit können wir auch wieder ein Zeichen für unsere Nachbarländer setzen. Denn eins ist klar: Der Klimaschutz braucht positive Beispiele, wie die vielen politischen Ziele erreicht werden können.

Hildegard Müller ist Vorstand Netz & Infrastruktur der innogy SE



Foto: Steven Vauzeur/aima.in

15 Bundestagsabgeordnete haben ein eigenes Klimaschutz-Konzept für einen CO₂-Preis vorgelegt. Der Initiator Kai Whittaker stellt die Hauptbotschaften vor.

Die grüne Null

Rekordtemperaturen, lange Dürreperioden, Waldbrände – Deutschland spürt erste Folgen des Klimawandels. Auf der Straße machen die Jungen der Politik Druck. Und an der Wahlurne lassen ihre Eltern die Politik ihren Unmut spüren. Die Klimafrage ist kein Nischenthema mehr, sondern wird in der Mitte der Gesellschaft diskutiert. Bis zum Herbst sollen nun Grundsatzbeschlüsse fallen. Doch wie sollen diese aussehen? Gemeinsam mit einigen Bundestagskolleginnen und -kollegen schlage ich ein Konzept vor, wie wir die „Grüne Null“ zuverlässig, günstig und fair erreichen. Das Ziel, bis 2050 gemäß dem Pariser Klimaabkommen kein CO₂ mehr auszustoßen, verstehen wir als unsere dringende generationenübergreifende Aufgabe. So wie wir mit der „Schwarzen Null“ aufgehört haben, Finanzschulden zu machen, so soll die „Grüne Null“ mit den Klimaschulden Schluss machen. Dazu braucht es vier wesentliche Schritte.

Erstens: Die bisherigen „grünen“ Steuern und Abgaben wollen wir abschaffen. Insgesamt zahlen wir jedes Jahr mehr als 85 Milliarden Euro Steuern für Energie und Mobilität. Doch trotz Strom-, Energie-, Kfz-, Luftverkehrssteuer und EEG-Umlage sparen wir so gut wie kein CO₂ ein. Trotz erneuerbarer Energien sinkt unser CO₂-Ausstoß nicht. Die Anmeldung von SUV steigt und Fluggastzahlen sind auf Rekordniveau. Die Lenkungswirkung der Abgaben ist zu gering.

Zweitens: Stattdessen wollen wir einen einheitlichen CO₂-Preis für alle Sektoren einführen. Beispielsweise ist es im Wohnungsbereich derzeit schlicht günstiger, eine Tonne CO₂ einzusparen als im Straßenverkehr. Durch einen einheitlichen Preis können wir so die „günstigsten“

Tonnen CO₂ als erstes einsparen. Einsparziele für jeden Sektor würden hingegen zu unterschiedlichen Preisen für CO₂ je Sektor führen und somit alles viel teurer machen. Deshalb ein Preis für alle. Dieser soll sich frei in einem nationalen Zertifikatehandel bilden. Auf europäischer Ebene haben wir das bereits für Industrie und Stromwirtschaft gemacht, hinzu kämen die Bereiche Verkehr, Gebäude und Landwirtschaft. Der Vorteil: Weil wir die Anzahl der CO₂-Zertifikate festlegen, können wir sicher sein, bis 2050 kein CO₂ mehr auszustoßen. Damit es weder zu sozialen Verwerfungen noch zu geringen Investitionsanreizen kommt, wollen wir jedoch einen Mindestpreis pro Tonne vorgeben, wie er in Großbritannien eingeführt und in den Niederlanden geplant ist.

Drittens: Nicht nur CO₂-Ausstoß, sondern auch dessen steuerliche Belastung sollen bis 2050 gegen null gehen. Eine Abgabensenkung von 85 Milliarden Euro über 30 Jahre würde die größte Steuerentlastung in der Geschichte Deutschlands bedeuten. Sollten die Einnahmen durch den CO₂-Preis diese Summe übersteigen, sollen die Überschüsse als Bürgerprämie zurückgezahlt werden.

Viertens: Damit unsere Wirtschaft wettbewerbsfähig bleibt, brauchen wir einen Grenzsteuerausgleich. Importierte Waren aus Ländern ohne CO₂-Bepreisung werden mit unserem nationalen CO₂-Preis belegt. Waren, die wir aus Deutschland in Länder ohne CO₂-Bepreisung exportieren, werden vom CO₂-Preis befreit.

Mit diesen vier Leitideen erreichen wir die Grüne Null.

Kai Whittaker MdB



Foto: Carolin Weinkopf

Interview mit Diana Kinnert, CDU-Mitglied, Autorin und Unternehmerin

Modernisierung und Demut

Wie kam es 2009 mit 17 Jahren zu Ihrem Eintritt in die CDU und zeitgleich in die CDA, obwohl Sie sich nach eigenem Bekunden dort nicht immer zuhause fühlen?

Die Mehrheit meiner Mitschüler sah sich eher im linken Milieu, da zählten die Unternehmer, Manager und generell Arbeitgeber zum Feindbild. Mit diesem damaligen Mainstream konnte ich mich nicht abfinden. Für mich war klar: Man kann nicht verteilen, was man nicht vorher verdient hat – das hat für mich mit dem Prinzip Soziale Marktwirtschaft zu tun. Bei der CDU fand ich den Kompromiss aus Marktliberalität und christsozialer Solidarität am anspruchsvollsten. Inzwischen sind für mich als Gründerin und Unternehmerin auch viele Positionen der MIT verständlicher geworden. Wohl gefühlt habe ich mich aber nicht immer. Als Frau, als Person mit Zuwanderungsgeschichte, aber auch als sehr liberaler, urbaner und digitaler Mensch – in der CDU war ich damit oft Außenseiter. Bis heute herrscht parteiintern Nachholbedarf bei Themen wie Diversität oder Digitalisierung. Da war mir auch die Junge Union keine große Hilfe: Die Homogenität ihrer Mitgliedschaft ist bis heute ein Problem. Aktivistinnen von „Fridays for Future“ oder Abonnenten des YouTubers Rezo finden dort kaum Ansprechpartner.

Für junge Frauen ist die CDU häufig nicht attraktiv, manche Kreisverbände schaffen es kaum, das Quorum zu füllen. Was raten Sie?

Wenn im Bundestag nur 31 Prozent Frauen sitzen und in der Unionsfraktion gerade mal 21 Prozent, dann entspricht

das nicht der Lebenswirklichkeit – und das durchschaut die Bevölkerung. Das Profil der Partei wirkt für viele nicht mehr zeitgemäß. Das moderne, liberale Bürgertum kann sich damit nicht identifizieren. Deshalb muss man die Struktur von unten ändern, etwa die traditionellen Hierarchien und die abendliche Anwesenheitskultur abschaffen. Erziehungsleistende dürfen genauso wenig von Chancen und Einfluss ausgeschlossen werden, wie zum Beispiel junge Frauen, die den Studienort wechseln oder vorübergehend im Ausland arbeiten wollen. Das Leben findet längst nicht mehr 30 oder 50 Jahre an einem Ort und in einer Region statt. Eine radikale Reform der Parteistrukturen und -arbeit ist also genauso notwendig wie eine programmatische Neuaufstellung, die auch ein liberales Bürgertum anspricht.

Kürzlich haben Sie die CDU und ihr Ergebnis bei der Europawahl in einem Kommentar für die WELT auseinandergepflückt. Sie haben Fehler, etwa beim Rezo-Video, benannt, aber auch konkrete Verbesserungsvorschläge gemacht. Sind Sie mit ihrer deutlichen Kritik das unangepasste Gegenmodell von Philipp Amthor?

Nein. Dass Philipp Amthors Antwortvideo auf Rezo nicht veröffentlicht wurde, ist nicht seine Entscheidung gewesen. Ich traue ihm sehr wohl zu, inhaltlich differenziert darauf reagieren zu können. Politisch sind wir sicherlich auch nicht weit voneinander entfernt. Ich bewundere seine klare und verfassungsrechtliche Position in der Konfrontation mit der AfD. Auch was die Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse angeht, sind wir auf einer Linie. Er ist genau nicht

in dieser Berliner Blase unterwegs und macht deshalb immer wieder richtigerweise deutlich, wie wichtig Infrastrukturprojekte und wirtschaftlicher Aufschwung in ausgebluteten ländlichen Regionen sind. Beides tut unserer Partei sehr gut. Richtig ist wohl, dass Amthor und ich sehr verschieden aussehen und vermutlich auch ganz unterschiedlich leben.

Für Ihren Kommentar wurden Sie von vielen aus der Partei – insbesondere per Twitter – scharf kritisiert. Trifft Sie so harter Gegenwind aus der eigenen Partei innerlich?

Nein, ich nehme Sachkritik ernst. Aber es ist nicht neu, dass ich seit über zehn Jahren auch mit persönlichen und niveaulosen Angriffen zu tun habe. Durch meine bürgerlich-liberalen Positionen verärgere ich oft strukturkonservative Parteikollegen. Die behaupten dann, ich wäre links, obwohl ich doch auch eine ausgeprägte Gründungskultur und moderne Unternehmenspolitik befürworte. Mich ärgert bloß, wenn mir zwölf Jahre Parteilarbeit aberkannt werden. Ich habe in zahlreichen Wahlkämpfen Plakate geklebt und Vorstandspeditionen auf verschiedenen Ebenen der Jungen Union und der Jungen CDA innegehabt.

Sie fordern von der Parteispitze Anerkennung des Europawahlergebnisses als Absage an das eigene Politikangebot und mehr Demut. Was muss sie besser machen?

Als erstes das verkürzte Denken in links oder rechts hinter sich lassen. Weder anti-pluralistische Sozialismusromantik noch reaktionäre Heimatfolklore geben die richtigen Antworten auf die drängenden Zukunftsfragen unseres Landes. Die CDU muss sich gesellschaftsliberaler aufstellen, Themen wie digitale Infrastruktur, generationengerechte Fiskalpolitik, Klimaschutz und Biodiversität, und eine moderne Schul- und Weiterbildungspolitik glaubhaft und strategisch langfristig vertreten. Grundsätzlich muss man die Adressaten der eigenen Politik ernst nehmen: Man kann nicht einerseits sofort einen politischen Kurswechsel fordern, wenn man feststellt, Wähler sind zur AfD übergelaufen, und andererseits eine Bewegung wie „Fridays for Future“ geringschätzen und nach der Schulpflicht rufen, wenn junge Leute auf die Straße gehen. Am Ende des Tages geht es um die Macht: Modernisiert sich die Partei nicht, wählt die moderne Wahlbevölkerung an ihr vorbei.

Nur 12 Prozent der unter 25-Jährigen haben sich im Mai für die CDU entschieden. Wie kann man die jungen Leute erreichen?

Die jungen Leute wollen einen Dialog auf Augenhöhe. Mandatsträger sollten online sichtbar und erreichbar sein und keine Angst haben, auf den verschiedenen Plattformen zu diskutieren und authentisch zu sein. Social Me-

dia zu nutzen und insgesamt digitaler zu werden ist das eine, – das reicht aber nicht, solange die CDU habituell die Jugend nicht widerspiegelt. Jugendliche wollen sich in einzelnen Kampagnen, Projekten und Sachthemen engagieren – es geht um konkrete progressive politische Ziele, um präventive Politik, die Zukunftsprojekte anschiebt, um Fairness und Diversität, aber auch um Stichworte wie Popkultur oder female empowerment. Da ist auch die Junge Union gefragt.

Wenn man Ihre Forderungen so hört, dann klingt das knallgrün.

Das täuscht. Grüne und die Linke leben von Verheißung. Sie werden entzaubert, wenn sie politische Verantwortung übernehmen und am eigenen Dogmatismus scheitern. Hart gesagt: Wer stolz auf ein Dieselfahrverbot in Innenstädten ist oder Plastikstrohhalm im Prenzlauer Berg verbieten will, hat noch nicht verstanden, dass wir bei den großen Themen wie CO₂, Verkehr, Sicherheit, Müll oder Infrastruktur mindestens europäische oder besser globale Lösungen brauchen. Wer vor einigen Jahren gegen das Handelsabkommen TTIP auf die Straße gegangen ist, darf sich heute nicht wundern, wenn tausende Containerschiffe auf viel längeren Meeresebenen sehr viel mehr Tonnen CO₂ ausstoßen.

Wie soll die CDU zum Beispiel mit der „Werte-Union“ umgehen, wenn sie sich zugleich modernisieren und für junge Leute öffnen soll?

Die „Werte-Union“ ist ein reaktionärer Scheinapparat. Aber richtig ist, dass sich viele Strukturkonservative in der Partei von progressivem Agendasetting bedroht fühlen. Ich glaube, dass ihnen damit eine Priorisierung suggeriert wird, die ich ebenfalls nicht teile. Man kann sehr wohl für eine moderne Familienpolitik und progressiven Minderheitenschutz eintreten, und zugleich Themen wie die Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse und innere Sicherheit besetzen.

Bisher sind Sie vor allem aktives Mitglied, haben Sie keine Ambitionen auf ein politisches Amt?

Mir hat es zumindest in den vergangenen Jahren nicht gefehlt. Meine Unternehmen sind aber unter anderem im Bereich grüne Technologien oder Nachhaltigkeitsstrategien für Städte aktiv; dadurch bin ich nicht nur ordentlich ausgelastet, sondern politisch auch sehr nah dran.

Haben Sie ein persönliches Motto?

Vielleicht dieser Satz von Augustinus Aurelius: „In Dir muss brennen, was Du in anderen entzünden willst.“ Das gilt übrigens für die Politik genauso wie im Unternehmen.

Vera Schalck



Foto: Laurence Chaperon

Der Thüringer Landtagsabgeordnete Prof. Dr. Mario Voigt zum Thema „Digitale Kommunikation und die Zukunft der Union als Volkspartei“.

Die digitalste Partei Deutschlands

Die Rezo-Erfahrung schmerzt. Die Volkspartei CDU und das Internet. Eigentlich kein Neuland, da Digitalisierung in aller Munde ist. Doch wer in der digitalen Kommunikation nicht den Erfordernissen der Zeit gerecht wird, dem wird schnell die Kompetenz für die Zukunft abgesprochen. Parteien neigen zu den klassischen Wegen, allerdings muss ein Nachdenken einsetzen, wenn täglich in Deutschland rund 15 Millionen Tageszeitungen gekauft, jedoch über 44 Millionen Menschen in Social Media aktiv sind. Rund 63 Millionen Menschen nutzten 2018 in Deutschland das Internet, 2005 waren es erst 37,5 Millionen. Männer und Frauen zu ungefähr gleichen Anteilen. Am Internet führt kein Weg vorbei, es ist allgegenwärtig. Denn es gilt: Alles was digitalisiert werden kann, wird auch digitalisiert. Die Digitalisierung führt zur kommunikativen Waffengleichheit zwischen den Parteien. Wir erleben die digitale Disruption des Politischen: in der Mitgliederkommunikation, bei Wahlkämpfen oder in der politischen Kommunikation. Anspruch der CDU muss es sein, die digitalste Partei Deutschlands zu sein.

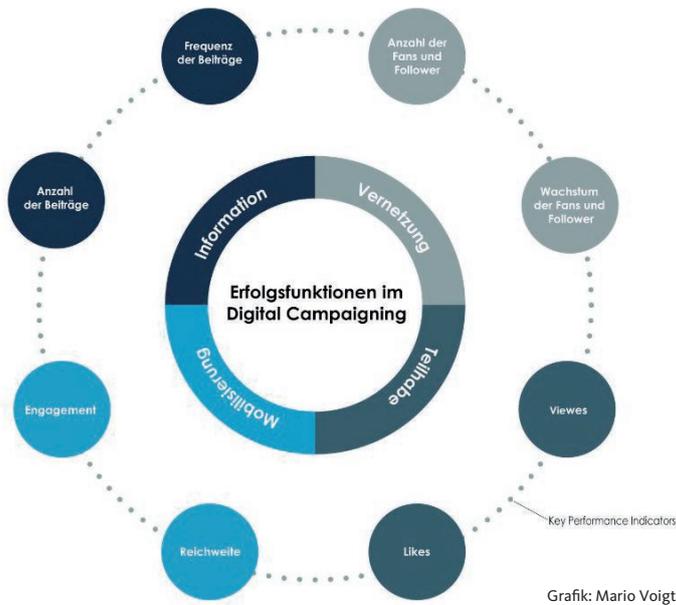
Vier Erfolgsfunktionen digitaler Kommunikation

Die Digitalisierung ändert Politik nicht, aber sie stärkt die Möglichkeiten politischer Kommunikation. Es ist viel einfacher und schneller für die Bürger Informationen zu suchen, Kontakt aufzunehmen oder zu spenden. Inhaltliche Nischen und detaillierte politischen Interessen finden genauso ihren Platz wie Netzwerkangebote auf sozialen

Plattformen. Durch soziale Netzwerke wie Twitter, Facebook oder Instagram eröffnen sich Bürgern, Parteien und Kampagnen neue Möglichkeiten sich politisch auszudrücken und ihre Inhalte mit der ganzen Welt, Freunden oder Nachbarn zu teilen. Parteimitglieder und Freiwillige können sich vernetzen und sich wohnortunabhängig finden. Daraus ergeben sich vier wesentliche Erfolgsfunktionen für die politische Kommunikation: mehr Informationen über Politik schaffen, politische Teilhabe durch Likes oder Views erlauben, die Vernetzung mit den Anhängern und Interessenten vertiefen und die direkte Mobilisierung und aktive Einbindung der Bürger durch digitale Kampagnen ermöglichen. Alle vier Funktionen erwarten die Bürger von politischer Kommunikation.

Doch welcher Social-Media-Kanal ist der Richtige?

Keine einfache Frage. Gegenfragen: Wer ist ihre Zielgruppe und was wollen sie erreichen? Für Deutschland gilt, dass Facebook mit über 32 Millionen Nutzern immer noch der Reichweitenchampion ist, der für alle Parteien eine gewichtige Rolle im Dialog mit dem Bürger spielt. Auf Youtube und Instagram engagierten sich die Parteien, um mit guten Fotos und spannenden Videos zu experimentieren und auf visuelle Art für die eigenen Inhalte zu werben. Dabei ist Instagram als Ästhetikkanal die schnellst wachsende Social Media Plattform im deutschsprachigen Raum. Twitter ist in Deutschland ein Elitenkanal der politischen Junkies. Täglich nutzen es rund eine Million Men-



schen, um Meinungen zu machen, Unterstützer zu aktivieren oder Journalisten von der eigenen politischen Haltung zu überzeugen. WhatsApp hilft dagegen, interne Nachrichten an eine Vielzahl von Gruppen und Unterstützern schnell zu verteilen oder diese zu organisieren. Es entscheiden also Ziel und Zielgruppe, welcher der richtige Kanal ist. Und im Übrigen gilt auch, Inhalte, die auf Facebook funktionieren, erzielen auf Instagram eine ganz andere Wirkung. Apropos, Inhalte.

Die Inhalte entscheiden

Content ist King. In der digitalen Kommunikation entscheiden außergewöhnliche und authentische Inhalte, da sie im digitalen Kommunikationsdickicht durchdringen. Eine Minute im Internet produziert jedes Jahr sehr viel mehr Inhalte als im Vorjahr. Das Wachstum ist exponentiell, nicht linear. 60 Sekunden digitale Kommunikation bedeuten: über 187 Millionen versendete Emails, 38 Millionen Nachrichten bei WhatsApp, 4,3 Millionen angeschaute Videos bei Youtube und 3,7 Millionen Suchanfragen bei Google.

Macht das die politische Kommunikation einfacher? Nein, denn inhaltliche Reaktionen erfolgen in Echtzeit, Veranstaltungen und Wahlkampfauftritte werden live gestreamt, Kommentierungen geschehen in kurzen Videobeiträgen und Events wie das TV-Duell werden auf unterschiedlichen Social-Media-Kanälen begleitet. Gleichzeitig schwindet die Aufmerksamkeit, der Feed wird unübersichtlicher, die Viralität der organischen Reichweite schrumpft und Parteien müssen sich Aufmerksamkeit und Penetranz ihrer Botschaft mit Geld erkaufen.

Muss man dann mehr polarisieren, um gehört zu werden? Nein, aber man muss gegenhalten. Auch in Zeiten des Wandels gilt es, Politik aus der bürgerlichen Mitte und nicht von den Rändern her zu denken. Gesellschaftlichen Eliten wird vorgeworfen, taub für echte Probleme und Sorgen zu sein. Menschen demonstrieren, in sozialen Medien radikalisiert sich Meinungen und Stimmen – ein

Unbehagen greift Platz, befeuert durch digitale „Echokammern“ und „Filterblasen“. Will die Volkspartei CDU für ihre Vorstellungen von Staat und Gesellschaft eine Mehrheit gewinnen, darf sie sich bei den Diskussionen in der digitalen Welt nicht wegduckern, sondern muss im gesellschaftlichen Diskurs den Kopf oben halten und den Anspruch verfolgen, modernste Partei Deutschlands zu sein. Das heißt auch optimistisch, zukunfts offen und inspirierend zu sein. Die Sehnsucht nach einer politischen Kraft, die ordnet, deutet und löst ist groß. Diese Kraft muss die Union sein.

Die bürgernahe und moderne Volkspartei: Bierzelt 4.0

Die Bürgernähe der CDU beweist sich nicht nur am Stammtisch, sondern daran ob sich ihre Politik an entscheidenden Verbündeten orientiert, um deren Treue und Hilfe es mehr zu werben gilt: die Leistungsträger des Alltags. Menschen, die jeden Tag früh aufstehen, sich um die gute Schulbildung ihrer Kinder sorgen und nicht nach dem Staat fragen, wenn sie durch ihren Fleiß, ihre Arbeit, ihre Ideen und ihren Einsatz unser Land voranbringen. Um deren Ideen und Vorstellungen aufzunehmen, findet der Bürgerdialog nicht nur auf der Straße, sondern auch im digitalen Raum statt.

Die Wendung der politischen Kommunikation und deren Akteure hin zur Echtzeitkommunikation auf unterschiedlichen digitalen Plattformen führt zu einer wachsenden Sichtbarkeit von politischen Debatten und Inhalten. Als Partei gilt es, eine vernetzte digitale Infrastruktur und Personal aufzubauen, Mitglieder und Führungsmannschaft auf die politische Kommunikation in Echtzeit einzustellen. Das Digitale wird sich zu einem nahezu synchronen Feedbackkanal entwickeln, um künftig noch stärker Stimmungen zu messen, Argumente, Positionen und Auftritte zu prüfen. Will die CDU auch zukünftig Volkspartei bleiben, müssen deren Mitglieder und die Bürger eine kommunikative Erlebniswelt der CDU erfahren, die möglichst viele Berührungspunkte mit deren Inhalten durch möglichst viele Kommunikationskanäle wie soziale Plattformen, per Mail, auf der Großfläche oder bei der Veranstaltung beinhaltet.

Der direkte Dialog Mensch-zu-Mensch wird im Digitalen nicht verloren gehen. Doch der monatliche Stand in der Fußgängerzone, das Hinterzimmertreffen oder die Großkundgebungen in Bierzelten werden nicht mehr alleinig ausreichen. Vom Haustür-Gespräch mit Livebildern in Echtzeit und App bis zur digitalen Mitgliedersprechstunde oder dem CDU-Chatbot werden die Formate und Instrumente vielfältiger. Die Tauglichkeit im Bierzelt 4.0 ist nicht mehr nur die Nehmerqualität beim Maßkrugstemmen, sondern es geht um eine Art Volksnähe via Social Media. Parteiarbeit gewinnt so an Beteiligungsmöglichkeiten und öffnet sich für den dialogischen Bürgerkontakt. Das Digitale ist Teil des Politischen geworden und die CDU sollte auch die erste digitale Volkspartei sein.

Dr. Mario Voigt MdL ist Professor für Digitale Transformation und Politik an der Quadriga Hochschule Berlin



Blühwiese der Frauen Union der CDU Rheinbach begeistert die Bürgerinnen und Bürger

Naturschutz

Blühwiese

Rheinbach – die liebenswerte alte Stadt im Rheinland nahe Köln und Bonn ist bekannt als die Stadt der Schulen und des Glases. Sie ist eingebunden in den Naturpark Rheinland und besonders geprägt vom ausgedehnten Obst-anbau im Umland, insbesondere von großen Apfelplantagen. Rheinbach ist ein beliebter Wohnort, da es die Nähe zu den Großstädten Bonn und Köln mit naturnahem Wohnen verbindet.

Aufgrund der Lage in der Voreifel und der vielen Obstplantagen ist Rheinbach sehr grün. Trotzdem fiel auch hier spätestens nach dem heißen Sommer 2018 auf, dass die Zahl der Bienen und Insekten ebenso wie die Zahl der Vögel drastisch abgenommen hatte.

So kam es im Vorstand der Frauen Union der CDU Rheinbach zu einer Diskussion, ob es neben der Politik nicht auch Aufgabe der Frauen Union sein müsse, mit praktischen Ansätzen zu einer Verbesserung der eigenen, engen Umwelt beizutragen. Die Idee, eine Blühwiese in Verantwortung der Frauen Union anzulegen, war geboren!

Schnell war ein städtisches Grundstück von circa 1500m² Brachland identifiziert, an einem beliebten Spazierweg am Waldrand und nah zum Waldkindergarten gelegen. Glückssache war, dass eine große Baumschule mit Gartencenter nahe an diesem Grundstück Bäume anpflanzt. Kontakte zur Geschäftsleitung der Baumschule waren schnell geknüpft. Dort nahm man den Gedanken, eine Blühwiese neben der Baumplantage anzulegen, begeistert auf und versprach, nicht nur den Boden auf dem Grundstück aufzuarbeiten, sondern auch die Einsaat zu übernehmen.

Für die Bezahlung des Saatgutes fand sich der CDU Stadtverband bereit, verbunden mit der Auflage, dass Samen für mehrjährige Pflanzen bestellt werden müsse.

Dann galt es noch, Bürgermeister Stefan Raetz und die Verwaltung zu überzeugen, dass dieses Grundstück wegen seiner besonderen Lage ideal für die Anlage einer Blühwiese sei. Die Vorsitzende der Frauen Union, Dorothee Götte, und ihre Stellvertreterin, Karin Schulze, stellten die Idee und die bereits gestarteten Vorbereitungsmaßnahmen dem Bürgermeister vor. Sie betonten, es sei für sie eine Herzensangelegenheit, der Natur in ihrer eigenen schönen Heimatstadt auf diese Weise ein wenig „auf die Sprünge“ zu helfen.

Den Bürgermeister zu überzeugen, war allerdings ein leichtes Spiel, denn er verstand sofort, dass durch dieses – für die Stadt kostenlose – Vorhaben das Wohnumfeld in Rheinbach eine weitere positive Aufwertung findet.

Anfang April ging es mit reger Unterstützung des CDU Vorstands und deren Familien ans Abstecken und Markieren des Grundstücks. Einige Tage später wurde wie versprochen von der Baumschule der Boden „beackert“ und dann eingesät.

Selbstverständlich führten ab sofort viele Wege der Frauen Union und auch des CDU Stadtverbandvorstandes zu dem Grundstück. Sie wollten die Entwicklung ihrer Blumenwiese schließlich unter genauer Beobachtung halten.

Nach circa vier Wochen nach der Einsaat hatte das Bangen um das Gelingen des Vorhabens ein Ende, denn



die ersten Pflänzchen steckten ihren Kopf aus der Erde. Anfang Juni gingen dann die ersten Blüten auf. Tatsächlich fanden Bienen und andere Insekten schnell ihren Weg zu der Blühwiese.

Und schon kam eine neue die Idee auf, nämlich Bienenstöcke und ein sogenanntes Bienenhotel auf dem Grundstück aufzustellen, um den Bienen das Bleiben schmackhaft zu machen und ihre Vermehrung anzuregen.

Dafür fanden die Frauen der Frauen Union Unterstützung im Kompetenzteam des CDU Stadtverbandes „Umwelt, Natur und Klima“. Die jungen, tatkräftigen Mitglieder dieses Teams fanden sich bereit, in Eigenregie ein Bienenhotel zu bauen. Zudem will ein örtlicher Imker in den kommenden Tagen zwei Bienenstöcke auf der Blühwiese aufstellen.

Da das Grundstück an einem viel frequentierten Spazierweg liegt, hört die Frauen Union immer wieder begeisterte Kommentare von Spaziergängern, wie toll es nun grünt, vor allem aber blüht und summt auf der Blumenwiese.

Dorothee Götte: „Die Frauen Union der CDU Rheinbach ist stolz darauf, der Natur im eigenen, engeren Umfeld ein wenig Hilfe gegeben zu haben. Damit ist ein (Zwi-

schen-)Ziel erreicht und der Erfolg hat uns natürlich(!) zum Nachdenken angeregt, ob wir im kommenden Jahr neue ähnliche Aktionen in Angriff nehmen können. Es wird uns ganz sicher etwas einfallen!“

Frauen Union der CDU Rheinbach

Impressum

Herausgeber: Bundesgeschäftsstelle der Frauen Union der CDU Deutschlands · Klingelhöferstraße 8 · 10785 Berlin · Telefon 030 22070452 · Telefax 030 22070439 · fu@cdu.de · www.frauenunion.de · **Bundesgeschäftsführerin:** Claudia Hassenbach · **Redaktionsleitung:** Silke Adam · **Verlag:** Union Betriebs-Gesellschaft mbH · Egermannstraße 2 · 53359 Rheinbach · Telefon 02226 8020 · Telefax 02226 802111 · Telefon Vertrieb 02226 802213 · Geschäftsführer: Rudolf Ley, Jürgen von Meer · **Erscheinungsweise:** 6-mal im Jahr · **Bezugspreis:** Einzelpreis 2,50 Euro · Jahresabonnement: 15,00 Euro · **Bankverbindungen:** Sparkasse Köln-Bonn (IBAN DE20370501980007510183, BIC COLSDE33XXX) · Postbank Köln (IBAN DE67370100500193795504, BIC PBNKDEFFXXX) · **Anzeigenverwaltung:** Union Betriebs-GmbH · Egermannstraße 2 · 53359 Rheinbach · **Layout, Satz & Druck:** Union Betriebs-GmbH · Egermannstraße 2 · 53359 Rheinbach · Dieses Produkt wurde auf chlorfreiem Papier gedruckt.

FU!

CDU

Der Umwelt zuliebe

1983

Erste Tempo-30-Zone
wird eingeführt

1984

Neu für Autos: Kat
und bleifreies Benzin

1986

CDU gründet das
Bundesumweltministerium

1987

Das Ende von FCKW
wird besiegt

1990

Der Grüne Punkt
wird eingeführt

1994

Umweltschutz kommt
ins Grundgesetz

1997

Treibhausgasreduktion
Kyoto-Protokoll

2008

Sicherheit durch den
Gebäude-Energiepass

2011

Beschluss für den Umstieg
auf saubere Energie

2016

Rücknahmepflicht des
Handels für Elektroaltgeräte

2018

Eine Milliarde Euro
u. a. für saubere Busse

2019

Braunkohleausstieg
auf den Weg gebracht

2050: Klimaneutrales Europa

CDU