



Handbuch zur

KOMMUNALWAHL
2025



Handbuch zur *KOMMUNALWAHL* *2025*

Inhalt

1. Grundlagen des Kommunalwahlkampfes.....	3
2. Kommunalwahlkampagne CDU NRW.....	4
3. Wahlkampfportal der CDU NRW.....	5-7
4. Die Kommunalmarke.....	8-11
5. Wahlkampforganisation.....	12-13
6. Rechtliches und Finanzierung.....	14-15
7. Botschaft und Programm.....	16-17
8. Der Landrat.....	18
9. Wahlkampfmaterialien.....	19-20
10. Plakatierung + "Wesselmänner".....	21-24
11. Digitaler und öffentlicher Auftritt.....	25-29
12. Veranstaltungen, Aktionen und Events.....	30-33
13. Motivation und Teamgeist.....	34-35

Vorwort

Liebe Wahlkämpferinnen und Wahlkämpfer,

die Kommunalwahl 2025 steht vor der Tür und wir als CDU-Kreisverband Borken möchten gemeinsam mit euch einen engagierten, motivierenden und erfolgreichen Wahlkampf führen. Dieses Handbuch soll euch als Leitfaden dienen – mit praktischen Tipps, organisatorischen Hilfen und inhaltlicher Orientierung. Wir wollen unsere Stärken bündeln und zeigen, warum wir die besten Ideen für unsere Städte und Gemeinden sowie unseren Kreis Borken haben. Viel Erfolg und danke für euren Einsatz!

Ihr und Euer



Markus Jasper
CDU-Kreisgeschäftsführer Borken



1 Grundlagen des Kommunalwahlkampfes

Der Kommunalwahlkampf lebt vom direkten Kontakt mit den Bürgerinnen und Bürgern und von der persönlichen Ansprache auf Augenhöhe. Entscheidungen auf kommunaler Ebene betreffen das tägliche Leben unmittelbar – sei es bei der Gestaltung von Schulhöfen, dem Zustand von Gehwegen oder der Förderung des örtlichen Vereinslebens. Deshalb ist es entscheidend, nah bei den Menschen zu sein, ihre Anliegen ernst zu nehmen und als verlässlicher Ansprechpartner präsent zu sein.

Ein erfolgreicher Kommunalwahlkampf stützt sich auf drei zentrale Säulen:

Nähe: Der direkte Kontakt ist der größte Vorteil eines Kommunalwahlkampfes. Gespräche an der Haustür, auf dem Wochenmarkt oder bei Vereinsfesten schaffen Vertrauen. Bürgerinnen und Bürger wollen wissen, wer sich für sie einsetzt – und warum.

Authentizität: Kandidatinnen und Kandidaten müssen glaubwürdig sein. Wer sich schon vor der Wahl in der Stadtgesellschaft engagiert hat, wird als ehrlich und engagiert wahrgenommen. Klare Haltung, ehrliche Worte und das Bekenntnis zur eigenen Gemeinde sind entscheidend.

Konkrete Themen: Wählerinnen und Wähler erwarten keine Visionen für das Jahr 2050, sondern Antworten auf die Fragen von heute: "Wann kommt endlich die neue Ampel?", "Was passiert mit dem alten Sportplatz?" oder "Wie kann man Jugendliche besser einbinden?". Deshalb müssen Wahlziele konkret, umsetzbar und verständlich formuliert werden.

Auch gilt: Kommunalpolitik ist Teamarbeit. Nur gemeinsam mit Fraktion, Stadt- oder Gemeindeverband und engagierten Mitstreitern kann ein erfolgreicher Wahlkampf gelingen. Dieses Handbuch liefert euch die Bausteine – genutzt werden müssen sie vor Ort, mit Kreativität und Einsatz.

2 Kommunalwahlkampagne CDU NRW

Ursprünglich hat die CDU NRW geplant, unseren Kommunalwahlkampf eng mit der Bundestagswahl, welche bis dato ebenfalls am 14. September 2025 geplant war, zu verknüpfen – insbesondere, um die Politik der Ampel-Regierung in Berlin kritisch zu beleuchten und ihr das starke Gegenmodell unserer erfolgreichen Arbeit vor Ort entgegenzusetzen.

Der Kurs war klar: Klare Kante gegen die gescheiterte Politik der Ampel in Berlin – verbunden mit dem deutlichen Signal: Hier bei uns läuft's besser. Während in Berlin Chaos und Streit regierten, wurde hier vor Ort solide Politik gemacht. Verantwortungsvoll, lösungsorientiert und nah an den Menschen. Doch mit dem angekündigten Regierungswechsel auf Bundesebene veränderten sich die politischen Vorzeichen in Berlin.

Die Kampagne NRW zielt damit auf folgende Punkte ab:

- **Wir sind und bleiben die Kommunalpartei Nummer 1.**
- **Wir sind vor Ort verwurzelt.**
- **Wir kennen und lösen die Probleme.**
- **Wir übernehmen Verantwortung.**
- **Abgrenzung Extremisten und gegen die AMPEL.**

Darüber hinaus, haben wir uns als Kreisverband dazu entschieden, eine weitere Kommunalwahlkampagne anzubieten, welche mehr auf die Regionalität und die Stärke des Westmünsterlandes abzielt. Informationen dazu findet ihr ab Seite 8.

Wichtig: Gerne könnt ihr in eurem Wahlkampf selbstverständlich auf das Angebot der CDU NRW setzen.



3 Wahlkampfportal der CDU NRW

www.kommunalwahl2025.de

Jeder Wahlkämpfer kann sich im Wahlkampfportal der CDU Nordrhein-Westfalen einen persönlichen Zugang freischalten lassen. Dort stehen zahlreiche hilfreiche Tools und Ressourcen bereit:

- KI-Wahlhelfer “Conrad” zur Unterstützung bei Texten, Ideen und Argumentationen (Alternative zu ChatGPT)
- Videoschulungen zu Themen wie Social Media, Pressearbeit oder Haustürwahlkampf
- Kreativportal mit Vorlagen für Flyer, Plakate und Social-Media-Beiträge
- Planungshilfen und Checklisten zur strukturierten Wahlkampf Vorbereitung

Das Portal wird regelmäßig erweitert und ist ein praktisches Hilfsmittel, um den Wahlkampf effizient zu gestalten.

Ihr müsst Euch dazu zunächst einen neuen Account anlegen. Dazu schreibt ihr eine kurze Mail an kandidatenservice@cdu-nrw.de und bekommt daraufhin eure Login-Daten.

3 Wahlkampfportal der CDU NRW

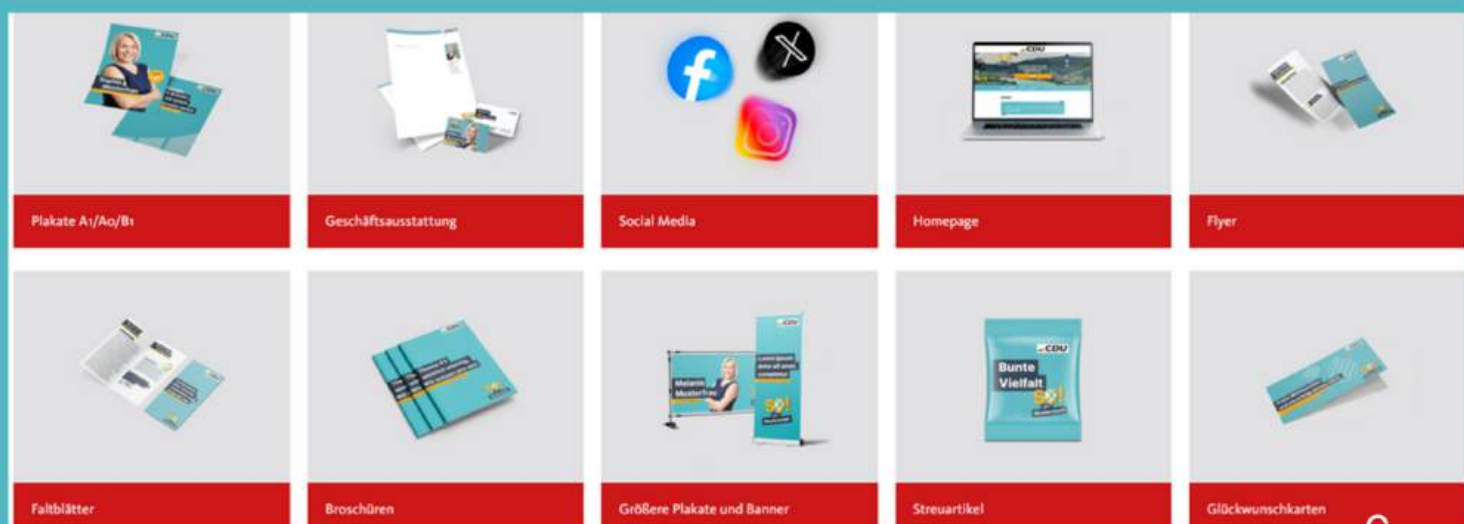
CREA CHECK (cdu-wahlkampf.de)

- Registrieren, eigenen Account anlegen. Landesverband NRW auswählen, Kreisverband Borken angeben
- Neue Kampagne anlegen
- Designvorlage auswählen (Kommunalwahl: CDU NRW)
- Wahlkampfmittel auswählen und im Editor bearbeiten
- Rechnung an den CDU Kreisverband Borken (Butenwall 81, 46325 Borken): wir rechnen es dann über euren jeweiligen Verband ab.

Bitte darauf achten:

Bei Plakaten, Flyern, etc. steht meist in klein und weiß eine Impressumsadresse drauf. Auch hier bitte darauf schreiben:

V.i.S.d.P.: CDU Kreisverband Borken (Butenwall 81, 46325 Borken)



Handbuch zur KOMMUNALWAHL 2025



Beispiele "SO! geht Kommunal!"





4 Die Kommunalmarke

Leitsatz: MACH unser Westmünsterland stark!

Mit dem neuen Markenauftritt wollen wir ein starkes Signal in den Kommunalwahlkampf 2025 senden – regional, eigenständig, motivierend. Unser Leitsatz ist ein Aufruf an alle Bürgerinnen und Bürger, aktiv zu werden und mit uns gemeinsam das Westmünsterland zu gestalten.

Zugleich ist er ein Versprechen: Die CDU steht für Stabilität, Zusammenhalt und Zukunft in unserer Region – dies soll auch in unserem Wahlprogramm zu erkennen sein.

Vorstellung der Marke

Die CDU-Marke zur Kommunalwahl im Westmünsterland basiert auf einem klaren Design, einer positiven, heimatverbundenen Sprache und dem Fokus auf lokale Identität. Die Wortmarke „MACH unser Westmünsterland stark!“ ist verbindend und handlungsorientiert. Sie stärkt das Wir-Gefühl – wir gestalten gemeinsam unsere Heimat. Wir sind eine Region der MACHER und ANPACKER.

Starke Heimat – starkes Westmünsterland

Unsere Region steht für Lebensqualität, wirtschaftliche Stärke, Ehrenamt, Vereinsleben, Sicherheit und Miteinander. Diese Werte machen unsere Heimat aus – und sie sind kein Zufall, sondern Ergebnis einer verlässlichen kommunalpolitischen Arbeit.

Die CDU ist seit Jahrzehnten Motor dieser Entwicklung.



4 Die Kommunalmarke

Warum ist es hier so gut? Wegen der CDU!

Viele Menschen wissen gar nicht, wie viel CDU in ihrem Alltag steckt: Der neue Radweg, die moderne Schule, der lebendige Marktplatz, die starke Feuerwehr, die Unterstützung für Familien oder das schnelle Internet – all das ist oft CDU-geführter Politik zu verdanken. Das muss im Wahlkampf deutlich kommuniziert werden. Nicht belehrend, sondern selbstbewusst und bodenständig.

Landeskampagne: "So! geht Kommunal."

Die Landes-CDU setzt mit "So! geht Kommunal." auf ihre Dachmarke. Wir im Kreis Borken setzen bewusst zusätzlich auf eine regionale Identität. Unser Markenauftritt ist kein Widerspruch, sondern eine sinnvolle Ergänzung. Während die Landeskampagne allgemeine Leitlinien vorgibt, füllen wir sie mit lokalem Leben und westmünsterländischer Bodenständigkeit.

Wichtig: Die neue Marke kann und soll flexibel genutzt werden – ob auf Flyern, in Social Media, bei Veranstaltungen oder auf Plakaten. Es ist nicht als Slogan oder Headline gemeint. Es ist lediglich ein zusätzliches grafisches Element, welches individuell angepasst werden kann.

Jeder Verband kann selbstverständlich auf eigene Slogans setzen.

Handbuch zur **KOMMUNALWAHL** **2025**

www.cdusocial.de

Der CDU-Kreisverband Borken setzt ab jetzt auf einen eigenen "Social Media Hub" (ähnlich dem "socialhub" der Bundes-CDU im Bundestagswahlkampf). Diesen findet ihr passwortgeschützt unter

www.cdusocial.de

Hier findet ihr alle Logos, (Canva-) Vorlagen, Textbausteine, Pressebilder und Anwendungshinweise.

Dieser wird regelmäßig erweitert und aktualisiert.

Außerdem wird diese Seite auch über den Kommunalwahlkampf hinaus genutzt werden, damit auch zukünftig einheitliche Kacheln, etc. gestellt werden können.

Canva

Jeder Verband hat bereits einen eigenen Canva-Account vom Kreisverband bekommen. Falls Euch die Zugangsdaten noch nicht vorliegen, meldet Euch gerne bei uns.

Handbuch zur *KOMMUNALWAHL* 2025

Beispiele



Social Hub Social Hub

Inhalte für eure Social Media Kanäle



Wir wünschen schöne
Sommerferien!

5 Wahlkampforganisation

Ein gut organisierter Wahlkampf beginnt mit einer klaren Struktur und eindeutigen Zuständigkeiten. Erfolgreiche Kampagnenarbeit erfordert Planung, Koordination und Kommunikation. Folgende Punkte sind besonders wichtig:

1. Bildung eines Wahlkampfteams

- **Kampagnenleitung:** Gesamtkoordination, strategische Planung, Ansprechpartner für den Kreisverband benennen
- **Kommunikation:** Pressearbeit, Social Media, Botschaftsentwicklung
- **Material & Logistik:** Plakate, Flyer, Werbemittel, Lagerverwaltung
- **Veranstaltungen:** Organisation von Infoständen, Bürgerdialogen, Veranstaltungen
- **Online-Team:** Betreuung der Social-Media-Kanäle, Erstellen von Beiträgen, Community Management
- **Straßenwahlkampf:** Haustürwahlkampf, Wahlkampfstände und Plakatierung (+ Kontrolle von zerstörten/kaputten Plakaten)

2. Zeitplanung und Meilensteine

Erarbeitet einen detaillierten Zeitplan mit wichtigen Etappen:

- Aufstellungsversammlungen
- Materialbestellungen und Verteilung
- Start der Plakatierung
- Beginn des Haustürwahlkampfs
- Social-Media-Kampagnen
- Briefwahlbeginn
- Wahlkampfhöhepunkte (z. B. zentrale Veranstaltungen)

5 Wahlkampforganisation

3. Kommunikation im Team

- Regelmäßige Besprechungen (digital oder vor Ort)
- Gemeinsame Tools nutzen (z. B. WhatsApp-Gruppen, Dropbox, etc.)
- Aufgaben klar definieren und verteilen

4. Zusammenarbeit mit dem Kreisverband

- Der Kreisverband stellt zentrale Materialien, Vorlagen und Unterstützung zur Verfügung (insbesondere Bestellwünsche, Grundmaterialien, Materialien für Landratswahl)
- Nutzt Schulungsangebote, Medientrainings, inhaltliche Beratung (siehe CDU NRW, Adenauer Stiftung, KPV)
- Rückmeldung an den Kreisverband: Was läuft gut, wo gibt es Bedarf?

5. Motivation und Teambuilding

- Gemeinsame Aktionen fördern den Zusammenhalt
- Anerkennung und Wertschätzung für ehrenamtliches Engagement zeigen
- Kleine Aufmerksamkeiten oder gemeinsame Erfolge feiern motivieren das Team langfristig

6 Rechtliches und Finanzierung

- Finanzielle Unterstützung durch den Kreisverband nach Beschluss des Kreisvorstandes vom 27. Mai 2025.

Rechtliches (Veranstaltungen + Datenschutz)

- Impressumspflicht bei Social Media-Accounts und Webseiten
- Keine fremden Bilder/Musik nutzen - immer angeben, woher es stammt, bzw. rechtlich abklären, ob Medium genutzt werden kann (besonders auf Instagram bestetzunehmen die Gefahr, dass fremde Sounds genutzt werden. Besser auf Nummer sicher gehen und vielleicht den unbekannten Song als ein Lied aus den Charts nutzen).
- Persönlichkeitsrechte wahren (besonders bei Veranstaltungen, vor allem bei Kindern).

6 Rechtliches und Finanzierung

Wir bitten Euch in Zukunft nicht mehr bloße Belege (insbesondere lose Kassenbons, auf denen keine Rechnungsadresse kenntlich ist) bei uns einzureichen. Häufig ist dann leider nicht nachvollziehbar, in welchem Rahmen diese ausgelegt wurden.

Aus diesem Grund bitten wir Euch, lose Belege an einer DIN A4-Seite zu tackern oder zu befestigen, auf welcher folgende Informationen geschrieben stehen:

- 1) Datum
- 2) Grund der Auslegung (z.B. Stadtparteitag, Jubiläumsgeschenk,...)
- 3) Bitte kenntlich machen, ob es Kosten für den **Kommunalwahlkampf** waren oder nicht.
- 4) Bei mehreren Belegen bitte jeweils einzelne Kosten auflisten und Gesamtsumme darunter ausrechnen.
- 5) Bei Geschenken bitte **immer** dazuschreiben, für wen diese gedacht waren.
- 6) Falls Kosten erstattet werden müssen, bitte dazu schreiben, an wen.

SPENDEN

Falls ihr Spenden sammelt, achtet bitte immer darauf, dass

- 1) "SPENDE für CDU (Stadt-/Gemeindename) Vor- und Nachname" im Verwendungszweck genutzt werden muss,
- 2) bei einer gemeinsamen Spende von Eheleuten im Verwendungszweck nur jener Name angegeben werden muss, auf den die Spende am Ende quittiert werden soll.

7 Botschaft und Programm

Ein erfolgreicher Kommunalwahlkampf braucht eine klare, wiedererkennbare Botschaft – und ein überzeugendes Programm. Die Menschen im Westmünsterland wollen wissen: Wofür steht die CDU? Was unterscheidet uns von anderen Parteien? Und wie wollen wir unsere Heimat konkret gestalten?

1. Klares Wertefundament: Unser politisches Handeln basiert auf klaren Grundwerten: Verantwortung, Freiheit, Solidarität, Heimatverbundenheit, Leistungsbereitschaft. Diese Werte müssen im Wahlkampf nicht theoretisch erklärt, sondern durch konkrete Beispiele und politisches Handeln greifbar gemacht werden.

2. Lokale Themen im Fokus: Das Programm muss Antworten auf die drängenden Fragen in den Städten und Gemeinden geben – von der Kinderbetreuung über die Infrastruktur bis hin zur Wirtschaftsförderung. Dabei gilt: Lieber zehn klar umsetzbare Punkte als dreißig Seiten Floskeln.

3. Einheitliche Kernbotschaften: Es ist wichtig, dass alle Verbände mit gemeinsamen Grundbotschaften in den Wahlkampf gehen. Diese helfen bei der Wiedererkennung, stärken die Marke CDU und geben Sicherheit in der Kommunikation – gerade in der Pressearbeit oder bei Bürgergesprächen. Der Kreisverband stellt ein eigenes Wahlprogramm vor, an welchem sich gerne orientiert werden kann.

7 Botschaft und Programm

4. Positive Sprache: Wir wollen motivieren, nicht meckern. Der Fokus liegt auf Lösungen, Zukunft und Zusammenhalt – nicht auf Problemaufzählung oder Angstmake. Eine zuversichtliche Grundhaltung ist ansteckend und schafft Vertrauen.

5. Beteiligung fördern: Ein gutes Programm entsteht nicht am Schreibtisch, sondern im Dialog. Holt Rückmeldungen aus Vereinen, Jugendgruppen, Unternehmen, Ehrenamt, Nachbarschaften. Kommunalpolitik lebt von der Nähe – und ein Programm sollte diese Nähe widerspiegeln.

6. Präsentation des Programms: Ob Print, Webseite oder Social Media – das Wahlprogramm muss professionell, verständlich und ansprechend dargestellt werden. Kurze Versionen (z. B. 10-Punkte-Programm), anschauliche Beispiele und starke Bilder helfen, Inhalte zu transportieren.



8 Der Landrat

Neben den Wahlen zu Stadt- und Gemeinderäten, Kreistag und Bürgermeisterämtern geht es bei der Kommunalwahl 2025 im Kreis Borken auch um die **Wiederwahl unseres Landrats Dr. Kai Zwicker**.

Als erfahrener Verwaltungschef hat Dr. Kai Zwicker in den vergangenen Jahren bewiesen, wie moderne und bürgernahe Kreispolitik aussieht. Er steht für Verlässlichkeit, Dialogbereitschaft, wirtschaftliche Weitsicht und eine starke Entwicklung des Kreises.

Für die CDU im Kreis Borken ist klar:

Wir wollen und werden ihn mit voller Kraft unterstützen.

Die Verbände sind aufgerufen, auch für die Wiederwahl des Landrats aktiv Wahlkampf zu betreiben – mit Plakaten, Wesselmännern, Social Media und Präsenz vor Ort. Die Kreisgeschäftsstelle stellt dafür zentrale Materialien, Vorlagen und Werbemittel zur Verfügung, die rechtzeitig an die Verbände verteilt werden. Dazu zählen Kugelschreiber (im “neutralen” CDU-Design) und ein weiterer Wahlkampfartikel.

Die Kampagne zur Landratswahl ist integraler Bestandteil unseres Kommunalwahlkampfes – sie sollte vor Ort sichtbar mitgeführt werden. Weitere Informationen zur Kampagnenlinie sowie zu Unterstützungsangeboten für die Verbände folgen gesondert über die Kreisgeschäftsstelle.

9 Wahlkampfmaterialien

Ein professioneller Wahlkampf braucht nicht nur gute Ideen und motivierte Menschen – er braucht auch sichtbare Zeichen, starke Bilder und verlässliches Handwerkszeug. Vom klassischen Plakat bis zum kreativen Give-away: Die richtigen Wahlkampfmittel helfen dabei, unsere Botschaften zu verbreiten, Aufmerksamkeit zu erzeugen und Wiedererkennung zu schaffen.

1. Wahlkampfmaterialien, an die gedacht werden sollte

- Großflächen- und Hohlkammerplakate in verschiedenen Formaten mit Kandidatenmotiven oder thematischen Aussagen
- Flyer für Kandidatinnen und Kandidaten, Teams und Verbände – professionell gelayoutet, einfach individualisierbar (Hinweis: die Flyer der Kreistagskandidaten und des Landrats werden zentral vom Kreisverband designed und gedruckt)
- Broschüren & Programmhefte zur Vorstellung der CDU vor Ort und des Kommunalwahlprogramms
- Social-Media mit Grafiken, Textbausteinen und Bildmaterial für Facebook, Instagram & Co.
- Roll-Ups & Banner für Veranstaltungen, Infostände oder Fotohintergründe

Vorlagen werden digital (www.cdusocial.de) zur Verfügung gestellt und können je nach Bedarf vor Ort angepasst werden. Der Kreisverband unterstützt bei der Individualisierung und organisiert bei Bedarf auch Sammelbestellungen oder Druckaufträge (in Zusammenarbeit mit ITM und Heike Steinbauer).

9 Wahlkampfmaterialien

2. Werbemittel & Give-aways

Kleine Aufmerksamkeiten helfen, mit Menschen ins Gespräch zu kommen – und bleiben im besten Fall in Erinnerung.

Beispiele dafür sind:

- CDU-Einkaufschips, Kugelschreiber, Notizblöcke
- Saatgutpäckchen oder nachhaltige Give-aways
- Luftballons, Malkreide oder Gummibärchen für Familienaktionen
- Stoffbeutel, Buttons oder Aufkleber mit unserem neuen Markenmotiv

Gerade im Straßenwahlkampf oder bei Veranstaltungen sind solche kleinen Präsente hilfreich, um den Kontakt niedrigschwellig und sympathisch zu gestalten. Wichtig ist: Qualität statt Kitsch – und immer mit einem klaren Absender.

3. Individualisierung und lokale Akzente

Alle Verbände sind ausdrücklich eingeladen, eigene kreative Ideen zu entwickeln und umzusetzen. Ob ein eigener Wahlkampfslogan, ein eigenes Format für Kurzvideos oder individuelle Postkarten mit lokalen Motiven – Kreativität macht den Unterschied. Der Kreisverband hilft gerne bei der Gestaltung und sorgt für einen einheitlichen Look im Sinne der CDU-Marke.

10 Plakatierung

Bestellung der Plakate:

Da in der Regel nur wenige Plakate pro (Rats-/Kreistags-) Kandidat benötigt werden und viele Druckereien auf Großauflagen spezialisiert sind, empfehlen wir, diese Hohlkammerplakate eigenständig bei einer lokalen Druckerei oder auch online zu bestellen.

Bei höheren Mengen (z.B. für den Bürgermeisterkandidaten) können wir die Bestellung auch gepoolt über uns abgeben.

Für die Landratsplakate arbeiten wir z. B. mit der Druckerei „Druckpunkt“ in Gronau zusammen.

Unterstützung bei der Plakatgestaltung:

Gerne unterstützen wir euch beim Setzen und Gestalten der Plakate – wie gewohnt gemeinsam mit der Agentur ITM und Heike Steinbauer. Bei dem Wunsch nach der CDU NRW-Kampagne empfiehlt sich dazu CreaCheck.

Versand:

Lasst euch die fertigen Plakate bitte direkt an euren Verband liefern.

Landratsplakate:

Die Plakate für unseren Landratskandidaten werden vom Kreisverband gedruckt und euch im Anschluss zur Verfügung gestellt.

Wahlkampfmaterialien:

Zusätzlich wird es für alle Verbände neutrale CDU-Kugelschreiber sowie einen weiteren Wahlkampfartikel des Landratskandidaten geben.

10 “Wesselmänner”

Die Plakatierung ist eines der sichtbarsten Elemente im Wahlkampf – sie prägt das Straßenbild und sorgt für Präsenz. Neben den klassischen Hohlkammerplakaten an Laternenmasten oder Zäunen werden auch die “Wesselmann”-Großflächen zur Kommunalwahl aufgestellt.

1. Verantwortung der Verbände vor Ort

Für die Plakatierung – sowohl für Hohlkammer- als auch Großflächen – sind zum großen Teil die Stadt- und Gemeindeverbände **selbst zuständig**.

Das bedeutet konkret:

- Geeignete Standorte im Gemeindegebiet identifizieren
- Rechtzeitig Genehmigungen bei der jeweiligen Stadt oder Gemeinde einholen
- Design (dabei helfen wir euch aber gerne in Zusammenarbeit mit ITM)
- Finanzierung der gewünschten Großflächen

Gerade bei den Großflächenplakaten ist eine frühzeitige Planung entscheidend, da gute Plätze schnell vergeben sind. Dabei gilt: Die Standorte sollten gut sichtbar, frequentiert und im Idealfall aus dem Auto heraus wahrnehmbar sein.

2. Kosten und Organisation (genaue Angebote im Anhang)

Die Kosten für eine Großfläche („Wesselmann“) betragen ca. 369€ pro Standort (Angebot liegt vor). Unser weiterer Anbieter “Wictory” stellt ein Angebot von 349€. Diese Kosten müssen von den Verbänden selbst getragen werden.

Die Buchung erfolgt dann zentral über die KGS im jeweiligen Portal.

Daher ist wichtig: Eine frühzeitige Rückmeldung über die genehmigten Orte erleichtert die Koordination erheblich.

10 “Wesselmänner”

3. Landratswahl nicht vergessen

Neben der Werbung für die Stadtrats-, Bürgermeister- oder Kreistagskandidaturen sollen auch Flächen für die Wiederwahl unseres Landrats Dr. Kai Zwicker eingeplant werden. Wir empfehlen pro Kommune mindestens ein bis zwei Großflächen (bei größeren Kommunen entsprechend mehr) für den Landrat zu reservieren.

Diese Kosten übernimmt der Kreisverband.

Die Stadt- und Gemeindeverbände kümmern sich bitte auch hier um die Standortsuche und die notwendigen Genehmigungen bei der Stadt bzw. Gemeinde. Dabei gilt: gerne könnt ihr insgesamt mehr Flächen genehmigen lassen, als am Ende nötig sind, um auf der sicheren Seite zu sein.

Alle genehmigten und zu buchenden Flächen sowie die Druckdateien sind möglichst bis Mitte Juni an unsere Kreisgeschäftsstelle zu melden, damit wir diese zentral buchen können. Bitte gebt ebenfalls an, ob ein “Wesselmann” oder ein Plakat von “Wictory” favorisiert wird.

— TEAM —
ZWICKER

Dienstleister (Beispiele)

FOTOGRAFEN

Anja Tiwisina (Tel.: 0176 20963540)

Sebastian Röhling (Tel.: 0175 5990698)

Steffi Dünne (Tel.: 0151 58701523)

DESIGN

Heike Steinbauer (ITM) (Tel.: 02542 917 918 35)

[h.steinbauer\(at\)itm-gruppe.com](mailto:h.steinbauer(at)itm-gruppe.com)

VKF-Renzel Isselburg (www.vkf-renzel.de)

BESTELLUNGEN MATERIALIEN

VKF-Renzel Isselburg

Klötzner (www.kloetzner-werbemittel.de)

Flyeralarm (www.flyeralarm.de)

Lokale Druckereien

PLAKATEDRUCK

Druckpunkt (Gronau): www.druckpunkt.de, 02565 / 9311 0

11 Digitaler und öffentlicher Auftritt

Der digitale Raum ist längst ein fester Bestandteil moderner Wahlkämpfe – auch auf kommunaler Ebene. Besonders jüngere Zielgruppen (Reminder: bei der Kommunalwahl darf ab 16 Jahren gewählt werden) informieren sich vor allem online und viele Bürgerinnen und Bürger erleben politische Botschaften zuerst über ihr Smartphone. Deshalb ist ein durchdachter und lebendiger Auftritt in den sozialen Medien unverzichtbar.

1. Präsenz zeigen – Kanäle nutzen

Jeder Verband und idealerweise auch jede Kandidatin und jeder Kandidat sollte in den sozialen Medien aktiv sein. Die wichtigsten Plattformen im Kommunalwahlkampf sind:

- Facebook: Gut geeignet für lokale Veranstaltungen, Bilderstrecken, Hinweise und Presseberichte
- Instagram: Für kurze, visuelle Einblicke – Bilder, Reels und Stories funktionieren besonders gut
- WhatsApp & Messenger-Dienste: Für die direkte Kommunikation mit Unterstützern oder zur Mobilisierung von Wahlkampfhelfern
- YouTube oder TikTok: Für kreative Videos und jüngere Zielgruppen – nur sinnvoll mit entsprechender Betreuung

Wichtig ist: lieber einen Kanal gut bespielen als drei nur halbherzig.

11 Digitaler und öffentlicher Auftritt

2. Inhalte mit Mehrwert

Was wollen die Menschen sehen? Persönliche Einblicke, klare Aussagen, greifbare Ideen. Die Inhalte sollten abwechslungsreich, ehrlich und möglichst lokal sein. Geeignete Formate sind:

- Kandidaten-Vorstellungen („Warum kandidiere ich?“)
- Kurze Video-Statements zu lokalen Themen
- Behind-the-Scenes vom Wahlkampf oder Veranstaltungen
- Vorher-Nachher-Bilder von CDU-Erfolgen
- Erinnerungen an Termine (z. B. Infostände, Bürgerdialoge)

Dabei gilt: Authentizität schlägt Hochglanz. Ein spontan aufgenommenes Handyvideo kann mehr bewirken als ein aufwendig produzierter Spot.

3. Interaktion statt Einbahnstraße

Social Media ist kein Schaufenster – es lebt vom Dialog. Deshalb:

- Kommentare beantworten
- Fragen zulassen
- Rückmeldungen ernst nehmen
- Unterstützer aktiv einbinden (z. B. durch geteilte Beiträge oder kurze Statements)

Besonders wirkungsvoll ist es, wenn mehrere Personen Beiträge teilen und damit Reichweite erzeugen.

11 Digitaler und öffentlicher Auftritt

4. Redaktionsplan & Zuständigkeiten

Ohne Planung geht es nicht. Jeder Verband sollte sich einen kleinen Redaktionsplan erstellen:

- Welche Inhalte wann posten?
- Besondere Termine bereits vorbereiten (z.B. Ferienstart / Schulstart)
- Wer ist zuständig für Bilder, Texte, das Veröffentlichen?
- Welche regelmäßigen Formate (z. B. „#Montagsbotschaft“) können eingeführt werden?

Ein klarer Plan hilft, kontinuierlich präsent zu bleiben – gerade in der heißen Wahlkampfphase.

5. Unterstützung durch den Kreisverband & die CDU NRW

- Der Kreisverband stellt regelmäßig Vorlagen, Grafiken, Hashtags und Textideen zur Verfügung
- Das Wahlkampfportal der CDU NRW bietet ein umfangreiches Kreativportal mit Vorlagen für Social Media, Schulungen und dem KI-Wahlhelfer, der bei Textideen und Posts unterstützt

6. Rechtliches nicht vergessen

Wahlwerbung im Netz unterliegt den gleichen Regeln wie offline:

- Impressumspflicht (auch auf Social Media!)
- Keine unautorisierten Bilder oder Musik verwenden
- Persönlichkeitsrechte achten

Webseite

Die Webseite ist das digitale Schaufenster eines CDU-Verbandes. Wer „CDU + Stadtname“ googelt, sollte schnell auf eine moderne, informative und sympathische Seite stoßen. Eine gute Webseite zeigt: Hier ist eine aktive CDU vor Ort, die sich kümmert, informiert und erreichbar ist.

Was gehört auf eine gute CDU-Verbandsseite?

1. Startseite – klar, aktuell, einladend

- Ein kurzer Willkommenstext auf der Startseite ist ein MUSS (Wer sind wir? Wofür stehen wir?)
- Aktuelle Beiträge (z. B. letzte Veranstaltung, Stellungnahme, neue Pläne)
- Termine: Nächste Infostände, Sitzungen, Veranstaltungen auf einen Blick
- Foto oder Banner mit Bezug zur Kommune zeigt Heimatnähe

2. Unser Team / Ansprechpartner

- Übersicht über Vorstand, Fraktion und ggf. weitere Mitwirkende
- Zu jeder Person: Name, Funktion, Foto, kurze Vorstellung
- Idealerweise mit E-Mail-Adresse oder Kontaktformular (Datenschutz beachten!), Mailadressen sind im Mailpanel anlegbar (Sharkness)

3. Unsere Themen / Unser Programm

- Welche Themen sind uns wichtig? Wofür setzen wir uns ein?
- Muss kein 20-seitiges Programm sein – lieber kurz, konkret, verständlich
- Gern auch als Stichpunkte oder Kacheln aufbereitet („Bauen & Wohnen“, „Familien“, „Jugend“, „Ehrenamt“, ...)

Webseite

4. Neuigkeiten / Aktuelles

- Regelmäßige kurze Berichte
- Wichtig: Nicht veralten lassen! Nichts schreckt mehr ab als die „letzte Meldung vom Oktober 2021“.

5. Mitglied werden / Mitmachen

- Einfach formulierter Aufruf zum Mitmachen
- Link zur Mitgliedsanmeldung der CDU genügt
(<https://archiv.cdu.de/mitgliedsformular>)

Wichtig: Falls ihr Fragen oder Unklarheiten zur Webseite habt, meldet Euch gerne bei Bettina oder direkt beim Webseitenanbieter SHARKNESS unter Support Sharkness Media <support@sharkness.de>

Fazit: Eine gute Webseite zeigt, dass die CDU vor Ort präsent, modern und ansprechbar ist. Sie muss kein digitales Hochglanzmagazin sein – aber sie sollte aktuell, informativ und sympathisch sein. Denn sie ist oft der erste Eindruck, den man von der CDU im Ort bekommt.

Was macht eine CDU-Webseite besonders gut?

- ✓ Mobil optimiert – 80 % der Nutzer kommen über ihr Smartphone
- ✓ Klar strukturiert – nicht zu viel Text, lieber klare Bereiche mit Bildern
- ✓ Persönlich & lokal – keine Partei-Phrasen, sondern Menschen & Orte zeigen
- ✓ Regelmäßig gepflegt – besser wenig Inhalt, aber aktuell, als „viel von früher“

12 Veranstaltungen, Aktionen, Events

Veranstaltungen sind ein zentrales Element im Kommunalwahlkampf. Sie bieten die Möglichkeit, mit den Menschen ins Gespräch zu kommen, Themen zu setzen, Nähe zu zeigen – und zu überzeugen. Es muss nicht immer der große Saal sein. Oft sind die kleinen, persönlichen Formate sogar wirkungsvoller.

a) Vielfalt der Formate

Jeder Verband kann und soll selbst entscheiden, welche Veranstaltungsformen am besten zur eigenen Kommune passen.

Beispiele:

- **CDU vor Ort:** Vor einem Supermarkt oder auf dem Wochenmarkt stehen, Bürger direkt ansprechen, kurze Gespräche führen.
- **Bürgersprechstunde mit Kandidaten:** In einem Café, einer Gaststätte oder im Vereinsheim – einfach erreichbar und offen für alle.
- **„CDU am Gartenzaun“:** Kandidat besuchen einzelne Straßenzüge und laden dort gezielt zu einem kleinen Gespräch ein.
- **Themenabende:** Etwa zur Verkehrssituation, zu Bildung, Ehrenamt oder Wirtschaft – möglichst mit lokalem Bezug.
- **CDU-Talk** am Tresen / auf dem Marktplatz / in der Werkstatt: Lockeres Format, bei dem nicht nur Politiker reden, sondern Menschen aus dem Ort zu Wort kommen.
- **Bierbankgespräche**
- **Familienaktionen** (Kreide, Sommerferien, Kinderwettbewerb)

12 Veranstaltungen, Aktionen, Events

b) Tipps für die Organisation

- Frühzeitig planen: Gute Räume, gute Gäste und gute Vorbereitung brauchen Zeit.
- Persönlich einladen: Nicht nur Plakate und Zeitungsanzeigen, sondern auch direkte Ansprache wirkt.
- Sichtbarkeit erhöhen: Veranstaltungsfotos und Ankündigungen bei Social Media und in der Lokalzeitung helfen.
- Klarer Ablauf: Wer moderiert? Wer begrüßt? Wer sagt was? Lieber kurz, aber prägnant.
- Rückmeldungen einholen: Kurzes Feedback am Ende hilft, um besser zu werden.

c) Menschen ernst nehmen

Das Wichtigste: Keine Show abziehen – sondern echtes Interesse zeigen. Wer zuhört, ist glaubwürdig. Wer auf Fragen eingeht, gewinnt Vertrauen. Bürgerinnen und Bürger merken sofort, ob man sie „nur abholt“ oder ob man sich wirklich für ihre Meinung interessiert.

Fazit: Veranstaltungen sind nicht Selbstzweck. Sie zeigen: Wir sind ansprechbar. Wir hören zu. Wir wollen gestalten – gemeinsam mit den Menschen vor Ort.

Haustürwahlkampf

Der Haustürwahlkampf ist das ehrlichste und direkteste Mittel, um mit Bürgerinnen und Bürgern ins Gespräch zu kommen. Nirgendwo sonst ist die Distanz zwischen Wählerin und Kandidat kleiner. Und: Wer klingelt, zeigt echtes Interesse. Das wird wertgeschätzt.

a) Warum an die Tür klopfen?

Viele Menschen entscheiden sich nicht allein wegen eines Flyers oder Plakats, sondern weil sie jemanden kennengelernt haben. Wer sagt „Ich kandidiere hier im Ort – ich will zuhören und etwas bewegen“, macht Eindruck. Selbst wenn das Gespräch nur 30 Sekunden dauert, bleibt oft ein positiver Eindruck.

b) So geht's konkret – der Ablauf

- Vorbereitung ist alles: Routen festlegen (Straßenzüge aufteilen, Karten oder Apps nutzen), Materialpakete vorbereiten).
- Auftreten zählt: CDU-Westen, Polo-Shirts oder Buttons helfen bei der Wiedererkennung. Ein freundliches, gepflegtes Erscheinungsbild schafft Vertrauen.
- Zweier- oder Dreierteams: Am besten nie allein losgehen – das gibt Sicherheit und sieht engagierter aus.
- Klingeln, vorstellen, zuhören: „Guten Tag, mein Name ist ..., ich bin CDU-Kandidat für den Stadtrat und wollte mich kurz vorstellen. Darf ich fragen, was Sie sich für unser Viertel wünschen?“
- Nicht aufdrängen: Wer kein Gespräch möchte, hat das Recht dazu. Ein nettes „Danke, einen schönen Tag noch!“ reicht dann völlig.

Haustürwahlkampf

c) Was sagen, wenn ...?

- Jemand meckert? Freundlich bleiben: „Danke für Ihre Rückmeldung – das nehme ich mit.“
- Jemand fragt: „Was bringt das überhaupt?“ – mögliche Antwort: „Nur wer mitmacht, kann etwas verändern. Ich möchte zuhören und mich engagieren.“
- Jemand ist sehr interessiert? Super – Flyer/Visitenkarte geben, Gespräch vertiefen, eventuell Kontakt halten.

d) Haustürwahlkampf planen

Ein paar Faustregeln:

- Am besten nach Feierabend (ab 17 Uhr), am Wochenende auch vormittags.
- Nicht zu spät – nach 19:30 Uhr sollte man eher nicht mehr klingeln.
- Besser zwei Stunden intensiv als vier Stunden halbherzig – lieber mit Energie und guter Laune losziehen.

Fazit: Haustürwahlkampf kostet Überwindung – aber er lohnt sich.

Wer einmal anfängt, merkt: Das Gespräch mit den Menschen vor Ort ist nicht nur effektiv, sondern oft auch richtig motivierend.

13 Motivation und Teamgeist

Gemeinsam stark im Wahlkampf!

Ein erfolgreicher Wahlkampf lebt nicht nur von Inhalten und Organisation – er lebt vor allem von den Menschen, die ihn führen. Von ihrem Einsatz, ihrer Überzeugung, ihrer Ausstrahlung. Und vor allem: von ihrem Teamgeist. Denn Wahlkampf ist Teamarbeit – und macht am meisten Spaß, wenn man ihn gemeinsam erlebt.

a) Motivation entsteht im Miteinander

Nicht jeder Tag im Wahlkampf ist einfach. Manchmal ist es heiß, manchmal regnet es. Manchmal hat man keine Lust, manchmal bekommt man auch Gegenwind. Deshalb ist es wichtig, sich gegenseitig zu motivieren:

- Gemeinsame Aktionen planen: z.B. Plakatierabende mit anschließendem Grillen, Haustürwahlkampf im Tandem, oder ein Frühstück vor der Flyerverteilung.
- Loben und Danke sagen: Wer merkt, dass sein Einsatz gesehen und geschätzt wird, bleibt motiviert.
- Kleine Erfolge feiern: Ein gelungener Infostand, ein positiver Pressebericht, gute Rückmeldung an der Haustür – das darf man ruhig gemeinsam feiern!

13 Motivation und Teamgeist

b) Jeder hat seine Stärken – nutzt sie!

Nicht jeder muss alles machen. Der eine schreibt gerne Texte, die andere redet gerne mit Leuten, wieder jemand kann super organisieren oder gestalten. Ein gutes Wahlkampfteam verteilt Aufgaben nach Stärken – so hat jeder seinen Platz und fühlt sich wohl.

c) Nachwuchs und Neue einbinden

Wahlkampf ist auch eine Chance, neue Gesichter für die CDU zu gewinnen – oder junge Mitglieder einzubinden. Gerade sie bringen oft neue Ideen, Energie und frischen Blick. Wichtig ist, sie nicht nur als Helfer zu sehen, sondern als Mitgestalter.

- Gebt Verantwortung weiter – auch mal ein Social-Media-Projekt oder die Planung eines Wahlkampf-Events.
- Hört zu, nehmt Ideen ernst, lasst mitentscheiden.

d) Das Ziel nie aus den Augen verlieren

Am Ende geht es um mehr als ein gutes Ergebnis. Es geht darum, Verantwortung zu übernehmen, unsere Städte und Gemeinden aktiv mitzugestalten – und zu zeigen: Wir stehen für Verlässlichkeit, Zusammenhalt und Fortschritt.

Handbuch zur

KOMMUNALWAHL
2025

IMPRESSUM

CDU-KREISVERBAND BORKEN

Butenwall 81
46325 Borken

post@cdu-kreis-borken.de
Telefon: 02861 980 806