

Herrn  
Ulf Rittinghaus  
Sachsenring Automobiltechnik AG  
Crimmitschauer Str. 67

08058 Zwickau

Hamburg, 12. Oktober 1998

*Liebe Ulf*

die Sache mit Minister Schommer ist ein „tolles Ding“. Gut, daß Du eine  
Spende an die CDU abgelehnt hast. Ich kenne Kajo Schommer persönlich.  
Soll ich mich mit ihm oder Sagurna abstimmen? Wer weiß noch von der  
Aktion für die Landesregierung?

Was hältst Du davon, wenn ich ein Grundkonzept schreibe?

Sei bestens begrüßt

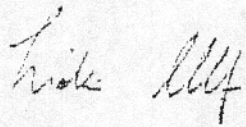
*Hans-Erich Bilges*

Hans-Erich Bilges

Herrn  
Ulf Rittinghaus  
Sachsenring Automobiltechnik AG  
Crimmitschauer Str. 67

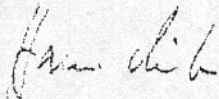
08058 Zwickau

Hamburg, 3. November 1998



hier das Grundkonzept für unsere Sache: Wie soll es weitergehen?  
Soll dieses Papier die Grundlage für ein Gespräch mit den Herren  
Dr. Schommer / Sagurna / Rittinghaus / Bilges sein?

Sei gegrüßt



Hans-Erich Bilges

## Image-Kampagne für das Land Sachsen

### Thesen

1. Diese Kampagne sollte auf keinen Fall in die zeitliche Nähe des Landtagswahlkampfes gelegt werden, sondern deutlich davor, beginnend noch im 1. Quartal 1999. Empfehlung: Anfang Februar
2. Die Image-Kampagne sollte eine ehrliche Leistungsbilanz sein, und dazu gehören auch Versäumnisse, Fehler, Unterlassungen, nicht erreichte Ziele - vor allem auch ein Hinweis darauf, was noch alles zu tun ist -. Dies ist ein Zeichen von Souveränität, Stärke.

Begründung: Die Menschen, insbesondere in den neuen Bundesländern, sind empfindsamer und kritischer als in den Partezentralen gemeinhin gedacht wird. Versprechungen erzeugen eher Widerspruch als daß sie geglaubt werden.

Die Darstellung einer bloßen Leistungsbilanz im Sinne „Also, wir haben schon viel geschafft“, geht am Nerv und Empfinden der Bürger vorbei. Selbstlob hat sich abgenutzt.

Die Bürger wissen, was geschaffen worden ist. Und jene, die es nicht wahrhaben wollen, kann man auch nicht überzeugen. Vor allem gibt es eine beträchtliche Zahl jener, denen es nicht gut geht, die wirklich „im Schatten“ sind.

3. Ich glaube, daß über ganz andere begriffliche Faktoren die Menschen zu erreichen sind: Durch Ehrlichkeit, Offenheit, Bekenntnis zu Unzulänglichkeiten. Doch dieses „eigene“ Bekenntnis muß dadurch noch glaubwürdiger gemacht werden, indem die Darstellung sozusagen „getragen“ wird von externer positiver Beurteilung der Leistungen des Landes Sachsen.

Begründung: Wenn die CDU oder der Ministerpräsident oder die Minister ihre Arbeit loben, stößt das auf weniger Akzeptanz als wenn prominente Persönlichkeiten aufgrund ihrer kompetenten, fachlichen Qualifikation dieses sagen, weil es objektiv vorgetragen wird.

D.h. nicht, daß die herausragenden Persönlichkeiten, an der Spitze, selbstverständlich der Ministerpräsident Prof. Biedenkopf, ihre Leistungen öffentlich darlegen sollen, auch müssen; aber möglichst immer in einer intelligenten „Verwobenheit“ mit unabhängigen externen Persönlichkeiten.

Möglichst muß auch dargestellt werden, wie erfolgreich sich Regionen und Volkswirtschaften in bestimmten Gebieten entwickelten, nachdem Autocahnanbindungen geschaffen worden waren. Das läßt sich alles gut mit dem ADAC und anderen Interessenverbänden realisieren.

6. In den wichtigen Medien, insbesondere im MDR, mußte eine Leistungsbilanz dargestellt werden „10 Jahre nach der Wende - eine objektive und kritische Bilanz.“ Auch in diese Bilanz soll durchaus Kritisches mit hinein, auch Kritik an der CDU. Das Ganze wirkt dadurch nur glaubwürdiger.

In diese Glaubwürdigkeitskampagne sollten Organisationen auch der Kirche wie der CVJM, die Junge Union, der Zentralverband des Deutschen Handwerks usw. einbezogen werden. All diese genannten Institutionen eignen sich gut, um den jungen Leuten eine Perspektive zu geben.

Entwickelt werden sollten auch Aktionen, getragen unter Umständen von der Bildzeitung oder anderen großen Medien, finanziert und gesponsort von einer großen Bank. Arbeitsmotto: „Wir geben jungen Leuten eine Perspektive.“

#### 7. I. Szenarien im Herbst 1999.

1. Die neue SPD-Grüne Bundesregierung hat (mediale) Achtungserfolge erungen, die Bundesregierung hat eine akzeptable Zustimmung, auch wenn die Umfragezahlen bröckeln.
2. Die neue Bundesregierung ist aber von Beginn an in Interessengegensätzen verheddert (Sie kann gar nicht halten, was sie verspricht.).

#### II. Konsequenzen für Sachsen

1. Im allgemeinen Anti-CDU-Trend steckt auch Sachsen. Es gibt ein Momentum zugunsten von SPD und Grünen. Im Frühjahr '99 werden Fragen wie „Was haben die in Bonn denn besser gemacht?“ für eine Trendwende oder Festhalten am Trend sorgen.
2. Weniger Zustimmung zu SPD-Grüne heißt nicht automatisch mehr Zustimmung für die bürgerlichen Parteien. In Sachsen kann die Akzeptanz der demokratischen Parteien sinken. Es ist fraglich, ob - wie in Mecklenburg - eine Erosion der Mitte zugunsten von SPD und PDS stattfindet, oder aber vor allem rechte Parteien deutlich zulegen. Dies erscheint nicht unwahrscheinlich.

Idealerweise kann ein Regionalpatriotismus angesprochen werden, der als Bestandteil seiner (erfolgreichen) Eigenständigkeit die Identifikation mit der (erfolgreichen) Landesregierung betrachtet.

### 8. Realisierbare Aktionen

#### 1. Schöner unser Land

- a) Vorher/ nachher-Fotos und Texte
- b) Arbeiter, Sekretarinnen, Unternehmer, Beamte etc: Wie sie leben (Statements in Testimonials)
- c) Testimonialkampagne „Ich war in der SED - so geht es mir heute.“
- d) PDS fordert - Experten antworten: In allen größeren Städten permanente öffentliche Diskussionsforen, möglichst wenig CDU-Organisation, dafür mehr Verbände, Organisationen wie Handwerkskammer usw. (vorher intensive Schulungen über die dialektischen Künste der PDS).

Wichtig sind Auftritte von Persönlichkeiten wie Ministerpräsident Stoiber, hochrangigen Künstlern, Sportlern; sie bieten jenen unangreifbaren Multiplikator - „Persönlichkeitseffekt“.

- e) International renommierte Persönlichkeiten nach Sachsen einladen.
- f) SPD und Gewerkschaften in das Kampagnenprogramm einbinden - Meinungsforen.

### 9. Hilfsorganisationen

CDU-Wirtschaftsrat

Unternehmerverbände

Bauernverband

Zentralverband des Deutschen Handwerks

Medienkonzerne für die Kampagne gewinnen