



1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38

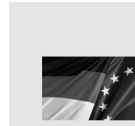
- Beschluss des MIT-Bundesvorstands-  
6.3.2006

**Leitbild des MIT-Bundesvorstandes 2005 – 2007**  
**und**  
**Profil der MIT**  
**„Vereinigungsorganisation - Tradition und neue Wege“**



39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75

**Dieses Papier wurde nach intensiven Diskussionen von Dr. Josef Schlarmann, Hans-Dieter Lehnen, Andreas Sobotta, Günther Kohl, Beate Döbrich, Petra Kleining, Astrid B. Jantz u.a. gefertigt.**



76	<b>I N H A L T S V E R Z E I C H N I S</b>	
77	<b>Leitgedanke der Konzeption</b>	
78	MIT-Bundesvorsitzender Dr. Josef Schlarmann & Hauptgeschäftsführer Hans-Dieter Lehnen	<b>04</b>
79		
80	<b>Leitbild des MIT-Bundesvorstandes 2005 – 2007</b>	<b>05 - 09</b>
81		
82	<b>Profil der MIT</b>	
83	<b>„Vereinigungsorganisation - Tradition und neue Wege“</b>	<b>10 - 45</b>
84	<b>1. Mittelstand heute</b>	<b>11</b>
85	<b>2. MIT heute – Mitgliederprofil und Selbstverständnis</b>	<b>12</b>
86	<b>3. Programmatisches Profil der MIT</b>	<b>13</b>
87	<b>4. Unsere Vorstandsarbeit</b>	<b>14 - 18</b>
88	4.1. Transparenz und Basisnähe	14
89	4.2. Vorpolitischer Raum	14/15
90	4.3. MIT-Positionen ins Parlament – Unsere Zusammenarbeit mit dem PKM	15/16
91	4.4. Europa und unsere Zusammenarbeit mit der SME UNION	16
92	4.5. Zusammenarbeit mit den Vereinigungen der Union	16
93	4.6. Organisation der Kommissionen und Arbeitsgemeinschaften	17
94	4.7. Spendeneinwerbung	18
95	4.8. Einheitliche CI und Umbenennung der MIT	18
96	<b>5. Politische Initiativen des MIT-Bundesvorstandes</b>	<b>19 – 20</b>
97	5.1. Einbindung der Basis	19
98	5.2. Gespräche am Brandenburger Tor	19
99	5.3. Reform-Monitoring	19
100	5.4. Anregungen von Parlaments-Initiativen	20
101	5.5. Offene Reformbaustellen	20
102	<b>6. Mitgliedergewinnung und Mitgliederbindung</b>	<b>21 - 26</b>
103	6.1. Zentrales Thema: Reaktivierung und Revitalisierung	22
104	6.2. Gewinnung junger Mitglieder	22/23
105	6.3. Potentielle Neumitglieder durch ein „Netzwerk Mittelstand“ binden	23
106	6.4. Gewinnung von Mitgliedern aus Mittelstandsverbänden	24
107	6.5. Gewinnung von Unions-Mitgliedern	24
108	6.6. Neue Mitglieder in Dienstleistungsberufen	24
109	6.7. Gewinnung von Frauen für die MIT	25
110	6.8. Mitglieder-Kampagnen mit Prämiensystem	25
111	6.9. Das verlorene Mitglied	25
112	6.10. Neugestaltung der Aufnahmeanträge für Mitglieder	25/26
113	<b>7. MIT in den Neuen Bundesländern und strukturschwache Landesverbände</b>	<b>27 - 28</b>
114	7.1. Etat strukturschwache Verbände	27
115	7.2. Konferenz der Neuen Bundesländer	27
116	7.3. Bundesgeschäftsstelle als Ansprechpartner	27
117	7.4. Partnerschaftsprogramme	27
118	7.5. Unterstützung von Verbandsneugründungen	28
119	7.6. Präsenz bei Mittelstandsmessen	28
120	<b>8. Medien- und Öffentlichkeitsarbeit der MIT unter veränderten Rahmenbedingungen</b>	<b>29 - 31</b>
121		
122	8.1. Interne Kommunikationsarbeit	29/30
123	8.2. Externe Kommunikationsarbeit	30/31
124	<b>9. Verhältnis des Bundesverbandes zur MU Bayern</b>	<b>32</b>
125	<b>10. Besondere Themenschwerpunkte der MIT 2006</b>	<b>33 – 34</b>
126	<b>11. Anlagen</b>	<b>35 - 45</b>

127 Liebe Bundesvorstandskollegen,

128 zum Anfang unserer gemeinsamen Arbeit als MIT-Bundesvorstand werden wir unser Leitbild  
129 für die vor uns liegende Legislatur gemeinsam formulieren. Zudem brauchen wir als politische  
130 Vereinigung für den Mittelstand ein neues Verständnis und Verhältnis von  
131 organisationspolitischen Angeboten und programmatischer Arbeit. Nicht zu letzt stellt sich  
132 diese Frage vor dem Hintergrund der zukünftigen Innovationsfähigkeit, Existenzfähigkeit und  
133 der Vertretungshoheit für den Deutschen Mittelstand unter dem Stichwort: „MIT als Stimme  
134 und Ansprechpartner der Wirtschaft in der Union“. Das vorliegende Konzept soll uns zu Beginn  
135 unserer gemeinsamen Amtsperiode als Diskussionsgrundlage unserer weiteren Arbeit, den  
136 Themenschwerpunkten und den aktuellen Problemstellungen dienen. Hierzu gehört:

- 137 1. unser Selbstverständnis als politische Vereinigung
- 138 2. unser programmatisches Profil
- 139 3. die aktuelle Mitgliederstruktur der MIT und die Gewinnung neuer Mitglieder
- 140 4. der Grad der Vernetzung unserer Vereinigung im vopolitischen Raum
- 141 5. die Parteienbindung unserer Mitglieder und unsere Präsenz sowie  
142 Einflussmöglichkeiten in den Gremien der Union
- 143 6. unsere Organisationsstruktur und Handlungsfähigkeit auf allen Vereinigungsebenen
- 144 7. die Entwicklung strukturschwacher Verbände und den Verbänden in den Neuen  
145 Bundesländern

146 Kern unserer Diskussion muss die Fragestellung sein: Wie gelingt uns eine zukunftsfähige  
147 Aufstellung der MIT? Wir müssen vor allem auch Mitglieder in den neuen mittelständischen  
148 Berufsfeldern sowie mehr Frauen und junge Mitglieder gewinnen und unsere  
149 Zielgruppenansprache auf ein breiteres Fundament stellen.

150 Es liegt viel Arbeit vor uns. Sicherlich werden wir über neue Wege der Kommunikation  
151 sprechen müssen. Hierfür bitten wir um Ihre Aufgeschlossenheit und Kreativität. Bitte  
152 verstehen Sie die anliegenden Vorschläge als Basis für unsere Diskussion. Jede weitere Idee  
153 und konstruktive Kritik ist herzlich willkommen. Lassen Sie uns in eine ergebnisoffene und  
154 erfolgreiche Debatte eintreten.

155 Wir freuen uns über Ihre Ideen und Vorschläge,

156 herzliche Grüße, Ihr

157

158 Dr. Josef Schlarmann  
159 MIT-Bundesvorsitzender

Hans-Dieter Lehnen  
Hauptgeschäftsführer

160

161

162

163



164  
165  
166  
167  
168  
169  
170  
171  
172  
173  
174  
175  
176  
177  
178  
179  
180  
181  
182  
183  
184  
185  
186  
187  
188  
189  
  
190  
191  
192  
193  
194  
195  
196  
197  
198  
199  
200  
201  
202  
203  
204  
205  
206  
207  
208  
209  
210  
211  
212  
213  
214  
215  
216  
217  
218  
219  
220  
221  
222  
223  
224  
225  
226  
227

## **Leitbild des MIT-Bundesvorstandes 2005 – 2007**

228

229

## 1. Unser gemeinsames Leitbild für unsere Amtszeit 2005 - 2007

---

230

231

232

Neben dem Austausch von Meinungen, Informationen und Positionen im Bundesvorstand, müssen wir uns als Bundesvorstandsmitglieder gemeinsam zu einem neuen Rollenverständnis verpflichten.

233

234

235

Hierzu formulieren wir ein konkretes Leitbild für unsere nun neu begonnene zweijährige Amtszeit und richten alle unsere Aktivitäten konsequent danach aus.

236

237

238

Die wichtigsten Fragen, die es für die Formulierung unseres Leitbildes zu beantworten gilt, sind dabei:

239

240

■ *Wer sind wir und was wollen wir?*

241

■ *Welche Vision haben wir für die nächsten zwei Jahre?*

242

■ *Was unterscheidet uns dabei von anderen Institutionen im (vor-)politischen oder verbandlichen Raum der Interessenvertretung?*

243

244

■ *Was unterscheidet uns in den nächsten zwei Jahren von dem vorherigen Bundesvorstand?*

245

246

■ *Wo sind wir unverwechselbar?*

247

■ *Wo liegen unsere Stärken und unsere Schwächen?*

248

■ *Was ist unsere gemeinsame Geschäftsgrundlage?*

249

250

Das Leitbild wird von allen Mitgliedern des Bundesvorstandes gemeinsam erarbeitet. Ziel ist eine einvernehmliche Verabschiedung, da alle an der Erfüllung unseres Leitbildes mitarbeiten müssen. Nach Formulierung und einvernehmlicher Verabschiedung wird unsere politische Arbeit als Vorstand und als Präsidium anhand dieses Leitbildes ausgerichtet und operationalisiert. Über unser Leitbild und unser Arbeitsprogramm informieren wir die Gliederungen der MIT.

251

252

253

254

In einem Jahr findet eine Evaluation der politischen Arbeit und ggf. eine Anpassung des Leitbildes an evtl. veränderte Umstände und Rahmenbedingungen statt.

255

256

257

258

259

260

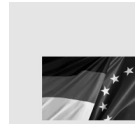
261

262

263

264

265



266

267 **Leitbild des MIT-Bundesvorstands:**

268

269

270

271 ***Wir sind Reformmotor und Kompass der großen Koalition***

272

273

274 *„Die MIT versteht sich als politische Vereinigung, die die Interessen der*  
275 *unionsnahen Leistungsträger und Führungskräfte aus Wirtschaft, Handwerk, Freien*  
276 *Berufen und Mittelstand vertritt. Unser Ziel ist die soziale und marktwirtschaftliche*  
277 *Erneuerung Deutschlands – unser Vorbild ist eine sozialmarktwirtschaftliche*  
278 *Ordnung nach Ludwig Erhard. Programmatische Grundlage für uns sind dabei die*  
279 *Kölner Leitsätze der MIT und die Leipziger Parteitagebeschlüsse der CDU*  
280 *Deutschlands.*

281

282 *Im Gegensatz zu klassischen Verbänden und regulärer Interessenvertretung*  
283 *sind unsere Mitglieder durch ihre politischen Funktionen und Ämter direkt an*  
284 *Entscheidungen beteiligt. Durch unsere Mitglieder kennen wir die Sorgen und Nöte*  
285 *der Unternehmen vor Ort. In unseren Führungsgremien sitzen Unternehmer, die*  
286 *wissen, wovon sie reden, statt nur **darüber** zu reden.*

287

288 *Die wirtschaftliche Lage in Deutschland hat sich nicht automatisch dadurch*  
289 *verbessert, dass die Union in eine Koalition mit der SPD eingetreten ist. Was vor*  
290 *dem 18. September kritikwürdig war, bleibt für die MIT solange kritisierenswert bis*  
291 *es sich positiv verändert hat. Der MIT-Bundesvorstand hält daher trotz vieler positiver*  
292 *Maßnahmen für den Mittelstand die im Koalitionsvertrag von CDU, CSU und SPD*  
293 *getroffenen Vereinbarungen für nicht ausreichend, um das gemeinsame Ziel, die*  
294 *Schaffung nachhaltiger Wachstumsimpulse und neuer sozialversicherungspflichtiger*  
295 *Beschäftigung, zu erreichen.*

296

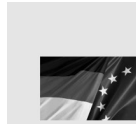
297

298

299

300

301

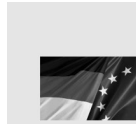


302  
303  
304  
305  
306  
307  
308  
309  
310  
311  
312  
313  
314  
315  
316  
317  
318  
319  
320  
321  
322  
323  
324  
325  
326  
327  
328  
329  
330  
331  
332  
333  
334

*Die durch die Bildung der großen Koalition veränderte politische Lage erfordert für die MIT ein Umdenken, bietet aber auch positive kommunikative Ansätze. Leitbild unserer Arbeit für die kommenden zwei Jahre ist daher:*

- *„Hau-drauf-Politik“ oder Missstände zu beschreiben und zu kritisieren im Stile einer parlamentarische Opposition verbieten sich.*
- *Stattdessen bietet es sich an, die Regierungsarbeit konstruktiv-kritisch zu begleiten als „marktwirtschaftliches Gewissen“ der Union.*
- *Wir werden uns darauf fokussieren, dass die im Koalitionsvertrag beschlossenen positiven Maßnahmen für den Mittelstand tatsächlich und zügig umgesetzt werden.*
- *Die MIT mahnt die Beseitigung der aus ihrer Sicht bestehenden Mängel im Koalitionsvertrag immer wieder an.*
- *Die MIT fordert die Zusage der Unions-Unterhändler, entscheidende Vorhaben im Laufe der Legislatur anzupacken, ein.*
- *Die MIT positioniert sich eindeutig in dem anstehenden unionsinternen Verteilungskampf mit dem Ziel „weniger Staat“.*
- *Die MIT unterstützt die Union und besonders den Wirtschaftsminister bei koalitionsinternen Auseinandersetzungen im Interesse marktwirtschaftlicher Lösungen.*
- *Die MIT begleitet betont kritisch die Arbeit der SPD-geführten Ministerien in den Bereichen Arbeit, Gesundheit, Soziales und Umwelt.*
- *Die MIT formuliert Forderungen und erzeugt damit öffentlichen Druck, der es dem Unions-Teil in der Bundesregierung erleichtert, diese gegenüber dem Koalitionspartner durchzusetzen.*
- *Die MIT neutralisiert künftige FDP-Politik, deren Ziel es sein wird, unzufriedene mittelständische Wähler bei der Union wegen ihrer Zugeständnisse an den Koalitionspartner SPD abzuwerben. Wir werden uns klar abgrenzen von der FDP und Bindeglied zur Union sein.*





335 *Wir sehen unsere wichtigsten Aufgaben in den nächsten zwei Jahren deshalb auf folgenden*  
336 *Feldern:*

337 1. Sicherstellung der Umsetzung mittelstandspolitischer Maßnahmen aus dem Koalitionsvertrag.

338 *Im Vorfeld der parlamentarischen Arbeiten werden wir unsere wirtschaftspolitische Expertise und*  
339 *praktische Erfahrung in die Beratungsprozesse einbringen.*

340 - *Wir werden uns beim geplanten Bürokratieabbau engagieren und in einem Maßnahmenkatalog*  
341 *Regelungen zur Abschaffung und zur Überprüfung durch den Normenkontrollrat vorschlagen.*  
342 *Dazu werden wir eine Mitgliederbefragung sowie eine Befragung weiterer mittelständischer*  
343 *Unternehmen in Deutschland durchführen.*

344 - *Bei der geplanten Erleichterung des Betriebsübergangs im Erbschaft- und*  
345 *Schenkungssteuerrecht halten wir den Gesetzentwurf der letzten Legislaturperiode für*  
346 *suboptimal bei der Festlegung des begünstigten Betriebsvermögens und werden einen*  
347 *Alternativvorschlag vorlegen.*

348 - *Wir werden einen Gesamtvorschlag zur deutlichen Senkung der Lohnnebenkosten erarbeiten*  
349 *und diesen als Forderung an die Bundesregierung adressieren.*

350 2. Offene Reformbaustellen anpacken.

351 *Wir werden nachhaltig für eine Reform der sozialen Sicherungssysteme eintreten. In einem „MIT-*  
352 *Reformpapier 2006“ werden wir gemeinsam unser Konzept von einem zusammenhängenden*  
353 *Reformablauf im Bereich des Gesundheits-, Arbeitsmarkt-, Renten- und Steuersystems entwerfen,*  
354 *zusammen mit dem PKM beraten und in die politische Diskussion einbringen.*

355 3. Optimierung der Vorstandsarbeit der MIT.

356 *Wir stellen einen themenbezogenen Geschäftsverteilungsplan für den Bundesvorstand auf,*  
357 *strukturieren die Aufgaben des Bundesvorstandes entlang unseres Leitbildes, setzen deutliche*  
358 *Akzente bei der Arbeit im vorpolitischen Raum sowie auf europäischer Ebene und gestalten*  
359 *unsere Arbeit für alle MIT Ebenen transparent.*

360 4. Optimierung der Verbandsarbeit.

361 *In einer Konzeption des Bundesvorstandes sollen die wesentlichen Bestandteile einer optimierten*  
362 *Verbandsarbeit fixiert werden. Hierzu gehören u.a. gezielte Maßnahmen für strukturschwache*  
363 *Landesverbände, Mitgliederwerbekampagnen, Optimierung der Informationspolitik des*  
364 *Bundesverbandes, Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit, die Zusammenarbeit mit*  
365 *Vereinigungen der Union und Verbänden im vorpolitischen Raum und eine adäquate*  
366 *Zielgruppenansprache .*

367  
368  
369

370  
371  
372  
373  
374  
375  
376  
377  
378  
379  
380  
381  
382  
383  
384  
385  
386  
387  
388  
389  
390  
391  
392  
393  
394  
395  
396  
397  
398  
399  
400  
401  
402  
403  
404  
405  
406  
407  
408  
409  
410  
411

**Profil der MIT**  
**„Vereinigungsorganisation - Tradition und neue Wege“**

## 412 1. Mittelstand heute

---

413

414

415 Rund **3,3 Millionen kleine und mittlere Unternehmen** sowie Selbständige im Handwerk,  
416 industriellem Gewerbe, Handel, Tourismus, Dienstleistungen und Freien Berufen prägen die  
417 Deutsche Wirtschaft. Mittelständische Unternehmen stellen 99,7 % aller Unternehmen in  
418 Deutschland dar, tätigen 40,8 % aller steuerpflichtigen Umsätze, bieten 70,2% aller  
419 Arbeitsplätze an und bilden 81,9 % aller Lehrlinge aus<sup>1</sup>. Der Mittelstand agiert zunehmend  
420 international. Das Hauptengagement liegt dabei im EU-Raum und vor allem in Osteuropa.

421

422 Der **Strukturwandel** in Deutschland macht sich durch den **enormen Anstieg von**  
423 **Dienstleistungsunternehmen** deutlich. Die in diesem Jahr veröffentlichten Ergebnisse der  
424 mind-Studie 2004 <sup>2</sup> halten fest, dass die Dienstleister mittlerweile mit 48,9 Prozent den  
425 stärksten Sektor im mittelständischen Bereich darstellen. Zu 60 % haben diese Firmen nur bis  
426 zu vier Mitarbeiter. Danach folgen das produzierende Gewerbe mit einem Anteil von 31,4 %  
427 und die Handelsunternehmen mit 19,7 %. Unternehmen aus dieser Gruppe haben zumeist  
428 mehr als 50 Mitarbeiter.

429

430 Immer **mehr Frauen gehen in die Selbständigkeit**. Es gibt eine halbe Million Chefinnen im  
431 Mittelstand – Zahl steigend. Warum es nicht mehr sind, beantworten viele Frauen mit der  
432 **schweren Vereinbarkeit von Familie und Beruf**.

433

434 Zunehmend übernimmt eine **neue Gründer- und Erbgeneration** die Verantwortung im  
435 Mittelstand. Mehr als ein Drittel der Unternehmer führt den Betrieb seit maximal zehn Jahren  
436 – fast zwei Drittel sind nach der Deutschen Einheit angetreten. Nach 2001 ist die Anzahl neuer  
437 Chefs um 250.000 gestiegen. Jeder dritte Unternehmer hat den Betrieb seiner Eltern  
438 übernommen. Häufigste Gründe für die Selbständigkeit sind bessere Verdienstmöglichkeiten  
439 und Entscheidungsfreiheit.

440

441 Das **Verantwortungsbewusstsein des deutschen Mittelstandes ist gestiegen**. Viele spenden,  
442 üben ein Ehrenamt aus oder sind Mitglied im Verein. Zwei Drittel des Mittelstandes  
443 empfindet, dass der Mittelstand eine größere Verantwortung trägt als andere.

444

---

<sup>1</sup> Quelle: IfM Bonn

<sup>2</sup> mind – Mittelstand in Deutschland 2004, Gruner + Jahr AG & Co KG, 2005

## 445 2. MIT heute – Mitgliederprofil und Selbstverständnis

---

446

### 447 **Unsere Mitgliederstruktur im Kurzüberblick**

448 Der Kernbestand der MIT-Mitglieder besteht aus Unternehmern und Selbständigen. Per  
449 August 2005 waren 26.922 Mitglieder (ohne Bayern) (Neuester Stand: 30. April 2006: 25.698  
450 Mitglieder (ohne Bayern)) zu verzeichnen - davon 89,3% männlich und 10,7% weiblich. Der  
451 Altersdurchschnitt steigt und beträgt derzeit 54,1 Jahre. In der Gruppe der 16- bis 29-jährigen  
452 finden wir lediglich 1,4% unserer Mitglieder. 53,6% sind über 50 Jahre alt<sup>3</sup>. Nur 32% unserer  
453 Mitglieder sind auch Mitglied der Union.

454

### 455 **Unser Selbstverständnis**

456 Die "Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der Christlich Demokratischen Union  
457 Deutschlands (CDU) und der Christlich-Sozialen Union in Bayern e.V. (Mittelstands- und  
458 Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU)" ist der organisatorische Zusammenschluss von  
459 wirtschaftspolitisch interessierten Personen, insbesondere von Unternehmern, Handwerkern,  
460 Gewerbetreibenden, Landwirten, Angehörigen der Freien Berufe und der Leitenden  
461 Angestellten sowie von verantwortlich Tätigen in Wirtschaft und Verwaltung. Die MIT ist eine  
462 politische Vereinigung – kein Interessenverband.

463

464 Unsere Aufgabe sehen wir in der Einflussnahme auf das politische Leben getreu unseren Zielen  
465 und Grundsätzen. Diese liegen im Bekenntnis zum demokratischen Rechtsstaat und zu einer  
466 freiheitlichen Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung. Die Mittelstands- und  
467 Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU" will die freiheitliche Wirtschafts- und  
468 Gesellschaftsordnung entsprechend der Idee der Sozialen Marktwirtschaft auf der Grundlage  
469 von Eigeninitiative und Eigenverantwortung fortentwickeln. Die "Mittelstands- und  
470 Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU" sieht als unabdingbare Voraussetzungen für eine  
471 freiheitliche Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung folgende Prinzipien an:

472

- 473 a) die Subsidiarität staatlichen Handelns,
- 474 b) die Förderung der Kreativität und der Eigenverantwortung der Bürger  
475 durch Staat und Gesellschaft,
- 476 c) den weitgehenden Verzicht auf staatliche Eingriffe in das Wirtschaftsleben,
- 477 d) die Sicherung des Leistungswettbewerbs.

478

---

<sup>3</sup> nähere Informationen in der Mitgliederstatistik 2005 siehe Anlage

479

480

### **3. Programmatisches Profil der MIT**

---

481

482 Die MIT ist kein Interessenverband, sondern eine politische Vereinigung. Im Unterschied zu  
483 Interessenverbänden hat sie ein wirtschaftliches, soziales und politisches Gesamtkonzept.

484

485 Grundlage ist das christliche Menschenbild, wonach der Mensch sowohl Individuum als auch  
486 Gemeinschaftswesen ist. Auf dieser Grundlage beruht das Konzept der Sozialen  
487 Marktwirtschaft nach Ludwig Erhard als einer freiheitlichen und sozialen Wirtschafts- und  
488 Gesellschaftsordnung. Grundlagen der Sozialen Marktwirtschaft sind Vertragsfreiheit,  
489 Eigentum und Haftung. Die Rahmenordnung der Sozialen Marktwirtschaft beruht auf  
490 folgenden Prinzipien:

491

- 492 1. Steuerung der Wirtschaftsabläufe durch freie Märkte,
- 493 2. Stabile Währung zur Erhaltung der Kaufkraft,
- 494 3. Sozialer Ausgleich hinsichtlich Einkommens- und Vermögensverteilung,
- 495 4. Individuelle Anreize für Eigeninitiative, Eigenvorsorge und Selbstverantwortung.<sup>4</sup>

496

497 Die freie Wirtschaftsordnung ist eingebettet in die gesellschaftliche und politische Ordnung.  
498 Wirtschafts- und Sozialordnung bedingen sich gegenseitig. Eine freie Wirtschaftsordnung  
499 kann nur funktionieren, wenn Leistungsorientierung, Risikobereitschaft und Unternehmertum  
500 in der Gesellschaft anerkannte Werte sind.

501

502 Das Konzept der Sozialen Marktwirtschaft muss Grundlage für die konkreten  
503 Handlungsempfehlungen in der Wirtschaftspolitik sein. Ansonsten entwickelt sich  
504 Wirtschaftspolitik zum kurzfristigen Interventionismus, wobei die erste Intervention  
505 zwangsläufig weitere Interventionen erforderlich macht.

506

507

508

509

510

511

512

513

---

<sup>4</sup> Anlage 2

514

#### 515 **4. Unsere Vorstandsarbeit**

---

516

517 Bei unserer Vorstandsarbeit muss die Teamarbeit oberste Prämisse haben. Nur gemeinsam  
518 können wir den Mittelstand in Deutschland glaubwürdig vertreten.

519

##### 520 **4.1. *Transparenz und Basisnähe***

521 Wir erstellen einen neuen Geschäftsverteilungsplan ausgerichtet an unserem Leitbild. Die  
522 Zuständigkeitsverteilung der Stellvertreter beinhaltet ein Verlautbarungsrecht für den  
523 jeweiligen Bereich. In anderen Themenfeldern soll sich nicht unabgestimmt mit dem  
524 zuständigen Stellvertreter geäußert werden. Der Bundesvorsitzende wird vorab rechtzeitig  
525 informiert (Koordination über Bundesgeschäftsstelle).

526 Der Geschäftsverteilungsplan wird allen Funktionsträgern der MIT zugänglich gemacht mit der  
527 Bitte, Anregungen und Kritik themenbezogen an das zuständige Vorstandsmitglied zu richten.<sup>5</sup>  
528 Schreiben der Mitglieder an die Bundes-MIT werden zuständigkeitshalber von den  
529 entsprechenden Vorstandsmitgliedern beantwortet. (Koordination und Antwortentwürfe  
530 durch die Bundesgeschäftsstelle).

531 Der Bundesvorsitzende informiert alle Kreis- und Bezirksvorsitzenden über die Themen und  
532 wesentliche politische Ergebnisse der Bundesvorstands- und ggf. Präsidiumssitzungen. Dies  
533 soll unseren Mitgliedern mehr Transparenz vermitteln. Der Bundesvorsitzende unterrichtet  
534 das Präsidium und den Bundesvorstand über die Ergebnisse und dort eingebrachte MIT-  
535 Positionen von Sitzungen des CDU-Bundesvorstands.

536

##### 537 **4.2. *Vorpolitischer Raum***

538 Der MIT-Bundesvorstand muss sich in seiner Arbeit stärker noch dem vorpolitischen Raum  
539 öffnen. Hierzu wurden durch die Geschäftsstelle bereits die Themenfelder und Kontaktgebiete  
540 der einzelnen Vorstandsmitglieder erfasst. Dies soll Grundlage für die Organisation einer  
541 stärkeren Präsenz bei Verbänden, Institutionen und Vereinen sein.<sup>6</sup>

542

543 Wir müssen uns als MIT breiter aufstellen und uns als erster politischer Ansprechpartner in  
544 Fragen Wirtschaft und Mittelstand generieren. Hierzu wird nicht allein der Besuch von  
545 Veranstaltungen von Verbänden und die Wahrnehmung von allgemeinen Einladungen  
546 ausreichen.

---

<sup>5</sup> siehe Anlage 3: Themenbereiche und Verbandskontakte der MIT-Bundesvorstandsmitglieder

<sup>6</sup> siehe Anlage 3: Themenbereiche und Verbandskontakte der MIT-Bundesvorstandsmitglieder

547 Als MIT sind wir in der Pflicht, unsererseits verstärkt das Gespräch zu Verbänden zu suchen  
548 sowie die Möglichkeit inhaltlicher Kooperationen anzubieten. Zudem sollten für uns in  
549 Zukunft kooperative Veranstaltungen mit Verbänden zu mittelstandspolitischen  
550 Diskussionspunkten einen größeren Platz einnehmen. Hierdurch lassen sich für die beteiligten  
551 Kooperationspartner beiderseitig interessante Synergieeffekte erzielen. Dies bezieht sich auf  
552 eine breitere publikums- und medienwirksame Öffentlichkeit, interessante Gesprächspartner  
553 aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Gesellschaft sowie auf die Erschließung neuer  
554 Mitgliederpotentiale. Wir planen zudem die Einrichtung eines „Mittelstandsforums“, welches  
555 für alle Verbände offen ist und zum Ziel hat, gemeinsame Positionen zu arbeiten sowie  
556 öffentlich zu vertreten.

557

558 Über die Verbandskontakte, Gespräche und Initiativen der Bundesvorstandsmitglieder im  
559 vorpolitischen Raum sollen auf jeder Sitzung zukünftig unter dem Tagesordnungspunkt  
560 „Berichte über Verbandskontakte“ die Aktivitäten dargestellt werden.

561

#### 562 **4.3. MIT- Positionen ins Parlament – unsere Zusammenarbeit mit dem PKM**

563 Die Verankerung der MIT auf allen parlamentarischen Ebenen, insbesondere durch die Bildung  
564 der PKM im Bundestag und in den Landtagen, ist ein hohes Gut und ein überaus wichtiges  
565 Alleinstellungsmerkmal gegenüber allen anderen Berufs-, Standes- oder Interessenverbänden.  
566 Diese Vernetzung sollte weiterhin unterstützt werden und bietet hervorragende  
567 kommunikative Voraussetzungen für die MIT als Vereinigung. Dabei kommen der MIT auf der  
568 einen Seite und dem PKM auf der anderen Seite unterschiedliche Rollen zu. Die MIT wirkt zur  
569 Information und Förderung der Willensbildung ihrer Mitglieder nach innen und zur  
570 Einflussnahme auf das politische Leben durch die Zusammenarbeit mit Parlamenten,  
571 Behörden, Verbänden und sonstigen Institutionen nach außen. Der PKM nimmt als Teil der  
572 Bundestags- bzw. Landtagsfraktion die mittelstandspolitische Interessenvertretung als  
573 direktes Sprachrohr des Mittelstands im parlamentarischen Geschehen wahr.

574

575 Im Rahmen von Entscheidungsprozessen im Deutschen Bundestag wird der PKM gebeten, den  
576 Bundesvorstand frühzeitig über relevante Gesetzesinitiativen der Bundesregierung oder der  
577 Regierungsfractionen zu informieren. Die MIT erstellt in eigener Verantwortung  
578 Stellungnahmen zu diesen Gesetzentwürfen und speist diese über den PKM, die Bundesländer  
579 (Bundesrat) und den CDU-Bundesvorstand in die laufenden parlamentarischen und politischen  
580 Beratungen ein. In geeigneten Fällen können alle oder ausgewählte Mitglieder über  
581 (elektronische) Umfragen in diesen Prozess einbezogen werden.

582 Die Veranstaltung und gemeinsame Durchführung eines regelmäßigen parlamentarischen  
583 Abends mit dem PKM ist geplant. Wichtige Beschlusspapiere und Positionen der MIT werden  
584 in Zukunft direkt an die Bundestagsabgeordneten ins Parlament transportiert. In  
585 Zusammenarbeit mit dem PKM soll die Umsetzung unserer Forderungen forciert werden.

586

587 Unsere Vorstandsarbeit sollte zudem auch auf gute Kontakte zu den Bundestagsabgeordneten  
588 und Mitarbeitern in den Bundesministerien, zu den Landtagsfraktionen (PKM in den  
589 Landtagen) und unionsgeführten Landesregierungen aufbauen. Hierzu ist eine  
590 Expertendatenbank der MIT eingeführt worden, welche neben dem o.g. Personenkreis auch  
591 Fachreferenten aus den einzelnen Verbänden umfasst. Derzeit erfassen wir mit dieser  
592 Datenbank bereits über 60 Fachreferenten, weitere werden folgen.

593

#### 594 ***4.4. Europa und unsere Zusammenarbeit mit der SME UNION***

595 Neben den Netzwerken, die wir im vorpolitischen Raum und im deutschen parlamentarischen  
596 Bereich aufbauen und pflegen, gewinnt unsere Beziehung zu unseren europäischen Freunden  
597 immer mehr an Bedeutung. Hierzu wird eine konstruktive Zusammenarbeit mit der SME  
598 UNION, den Verbänden der SME UNION und den 26 Europaabgeordneten, die MIT-Mitglied  
599 sind, eine entscheidende Rolle spielen. Wir werden im Bundesvorstand im Bereich Europa  
600 einen besonderen Schwerpunkt setzen und daher einen Leiter der Kommission Europapolitik,  
601 einen Beauftragten als Kontaktperson zu den 26 Europaabgeordneten sowie einen  
602 Kontaktkoordinator zur SME UNION und zur EVP-ED-Fraktion benennen. In enger  
603 Abstimmung mit den im Bundesvorstand für diese Themenbereiche zuständigen Mitgliedern  
604 wird die Bundesgeschäftsstelle diese Zusammenarbeit weiter ausbauen und intensivieren.

605

#### 606 ***4.5. Zusammenarbeit mit den Vereinigungen der Union***

607 Unsere gute Zusammenarbeit mit den Vereinigungen der Union wird weiterhin fortgesetzt und  
608 intensiviert. Vor allem werden wir die Zusammenarbeit mit der Jungen Union Deutschlands,  
609 der Senioren Union und dem RCDS ausbauen. Darüber hinaus werden wir an die bereits  
610 bestehende Zusammenarbeit mit der CDA, der Frauen Union, der KPV u.a. anknüpfen.

611

612

613

614

615

616

617



618 **4.6. Organisation der Kommissionen und Arbeitsgemeinschaften**

619 Der Bundesvorstand muss sich grundsätzlich über die Arbeit der Kommissionen und  
620 Arbeitsgemeinschaften verständigen. Derzeit haben wir

621		<u>15 Kommissionen</u>	
623	° Unternehmerfrauen im Mittelstand	° Finanzen/Steuern	° Mittelstand in den neuen Ländern
624	° Gesundheitspolitik	° Europapolitik	° Verkehrspolitik
625	° Bildung/Wissenschaft	° Struktur	° Angestellte Führungskräfte (ULA)
626	° Neue Technologien	° Kultur	° Energie und Umwelt
627	° Wirtschaft	° Sozialpolitik	° Mittelstand i.d. Kommunalpolitik

628  
629

und 6 Arbeitsgemeinschaften

° Handwerk ° Industrie ° Handel und Dienstleistung ° Freie Berufe ° Landwirtschaft ° Junioren

630 Die 6 Arbeitsgemeinschaften sind per Satzung vorgeschrieben. Wir sollten die Struktur der  
631 Kommissionen und Arbeitsgemeinschaften unserem Leitbild anpassen. Daher müssen wir uns  
632 fragen: Sind Anzahl, Themenbereiche, Arbeitsstruktur und Arbeitsergebnisse bisher  
633 zielführend für unsere Vereinigung gewesen? Was ist das zukünftige Ziel der Arbeit in den  
634 Kommissionen und Arbeitsgemeinschaften? Welche Arbeitsergebnisse erwarten wir als  
635 Bundesvorstand für unsere inhaltliche Arbeit und für die Arbeit in den Kreis- und  
636 Landesverbänden? Lassen sich die Strukturen effizienter gestalten? Müssen thematische  
637 Schwerpunktsetzungen verändert werden?

638 Grundsätzlich wird sich der Bundesvorstand in seinen Sitzungen im Vorfeld auf konkrete  
639 Arbeitsaufträge an die Arbeitsgemeinschaften und Kommissionen verständigen sowie einen  
640 Zeithorizont und Zielvorstellungen formulieren müssen. Unsere Kommissionen und  
641 Arbeitsgemeinschaften sollten in Zukunft stärker noch Personen aus dem vorpolitischen Raum  
642 für die Mitarbeit gewinnen. Die Leiter sind in Abstimmung mit dem Bundesvorsitzenden für  
643 die Gewinnung dieser Mitglieder zuständig.

644 Zudem wird der Bundesvorstand in Zukunft die Möglichkeit wahrnehmen, auch kurzfristig  
645 themenspezifische Projektgruppen einzuberufen, damit wir uns zeitnah in politische  
646 Diskussionsprozesse einbringen und mitwirken können. Eine erste Projektgruppe sollte die  
647 „Steuerungsgruppe Bürokratieabbau“ sein. Generell ist zu überlegen, ob Kommissionen in  
648 Zukunft nicht ausnahmslos für ein konkretes Thema mit einem vorgegebenen Zeithorizont  
649 eingesetzt werden sollten. Dies würde die Erarbeitung konkreter inhaltlicher Positionen und  
650 Initiativen eventuell forcieren und könnte effizienter sein als eine Vielzahl  
651 allgemeinzuständiger Kommissionen für die gesamte Amtszeit. Die Neuorientierung der  
652 inhaltlichen Arbeit des Bundesverbandes in Projektgruppen sollte auch den Landes- und  
653 Kreisverbänden als mögliche Arbeitsform vorgeschlagen werden.

654  
655

656 Im Rahmen der nächsten MIT-Bundesdelegiertentagung sollte eine Abstimmung zur  
657 Satzungsänderung erfolgen, die auf die Herausnahme der Bildung der Arbeitsgruppen als  
658 Bestandteil der Satzung zielt.

659

660 Alle MIT-Mitglieder werden über die Kommissionen, Arbeitsgemeinschaften und neue  
661 Projektgruppen, ihren konkreten Arbeitsauftrag und den jeweiligen Zeithorizont informiert.  
662 Sie sind zugleich eingeladen, Vorschläge einzuspeisen oder persönlich durch Ihre Meinung via  
663 Internet/ Intranet mitzuarbeiten.

664

#### 665 ***4.7. Spendeneinwerbung und Sponsoring***

666 Um öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen und Kampagnen durchzuführen, benötigen wir  
667 finanzielle Mittel. Jede eingeworbene Spende verbessert die finanzielle Situation der MIT. Zu  
668 diesem Zweck erstellt der Bundesschatzmeister gemeinsam mit dem Bundesvorstand und der  
669 Bundesgeschäftsstelle eine Sponsorenliste. Der Bundesschatzmeister übernimmt hierfür die  
670 Koordination. Potentielle Sponsoren sollen gepflegt und zu besonderen Veranstaltungen der  
671 MIT eingeladen werden. Der Bundesvorstand wird im kommenden Jahr zudem ein Sponsoren-  
672 Abendessen durchführen. Hierfür sollen herausragende Gäste gewonnen werden.

673 Bei allen Maßnahmen muß stringent auf die Einhaltung der Bestimmungen des Parteien- und  
674 Parteienfinanzierungsgesetzes geachtet werden.

675

#### 676 ***4.8 Einheitliche CI und Umbenennung der MIT***

677

678 Der Bundesvorstand sollte sich darüber verständigen, in den Landes- und Kreisverbänden auf  
679 ein einheitliches Erscheinungsbild der MIT sowie der Verwendung des offiziellen MIT-Logos  
680 und einer einheitlichen Bezeichnung hinzuwirken.

681 Zudem sollte der Bundesvorstand diskutieren, ob er den Delegierten auf der nächsten  
682 Bundesdelegiertentagung die Namensänderung der MIT in „Wirtschaftsunion“ empfiehlt. Ein  
683 erstes Meinungsbild aus den Landesverbänden hat es hierzu bereits am 4. Februar 2006 im  
684 Rahmen der Landesvorsitzendenkonferenz gegeben, bei der sich die Mehrheit für eine solche  
685 Namensänderung aussprach, 3 Teilnehmer votierten dagegen und 1 Teilnehmer enthielt sich.

686

687

688

689

690

691

## 692 **5. Politische Initiativen des MIT-Bundesvorstands**

---

693

### 694 **5.1. Einbindung der Basis**

695 Die Regierungsbeteiligung und die Vereinbarungen des Koalitionsvertrages ermöglichen eine  
696 planbare Einbindung der Mitgliederbasis in anstehende politische Entscheidungsprozesse  
697 durch gezielte Umfragen zu geplanten Gesetzesvorhaben und politischen Entscheidungen.  
698 Dies sollte sich der Bundesvorstand in seiner Arbeit in den kommenden Monaten zu eigen  
699 machen und stärker noch das Element der Umfrage in die Verbandsarbeit aufnehmen. Erster  
700 Schritt ist unsere Erarbeitung des „Maßnahmenkatalogs Bürokratieabbau“. Wir werden in  
701 unserer Mitgliedschaft eine Umfrage starten mit der Abfrage von erforderlichen Änderungen,  
702 die kurzfristig im Rahmen des angekündigten Small-Business-Act (Artikelgesetz) umgesetzt  
703 werden können. Ebenso werden wir zur Messung administrativer Kosten bestehender Normen  
704 betriebliche Bürokratiekosten erfragen. Als weiteres Projekt könnte der Bundesverband eine  
705 Umfrage zu bisherigen Erfahrungen und Optimierungsvorschlägen im Bereich der  
706 Mittelstandsförderung und zu den Förderprogrammen des Bundes ins Leben rufen.

707

### 708 **5.2. Gespräche am Brandenburger Tor**

709 In regelmäßigen Zeitabständen wird eine neue Veranstaltungsreihe der MIT , die „Gespräche  
710 am Brandenburger Tor“ gestartet. Ziel dieser Veranstaltungsreihe ist die Ansprache eines  
711 ausgewählten Publikums über die MIT-Mitgliedschaft hinaus. Die Gespräche am  
712 Brandenburger Tor sollen mit Spitzengästen durchgeführt werden. Nach einem Impulsreferat  
713 des Ehrengastes besteht im Anschluss die Möglichkeit des Kennenlernens der Gäste und des  
714 Gedankenaustauschs. Themen dieser Veranstaltungsreihe sollen so gewählt werden, dass sie  
715 provokativ oder mit einem Neuigkeitswert angelegt sind<sup>7</sup>.

716

### 717 **5.3. Reform-Monitoring**

718 Gemeinsam mit einem Wirtschaftsforschungsinstitut erstellt die MIT ein empirisch valides  
719 Reformbarometer und begleitet damit die große Koalition (z. B. in Zusammenarbeit mit dem  
720 IW Köln). Das Reformbarometer ist gezielt auf kleine und mittlere Unternehmen ausgerichtet  
721 und wird vierteljährlich erstellt, durch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit extern vermarktet und  
722 im MittelstandsMagazin ausführlich veröffentlicht.

723

724

725

---

<sup>7</sup> Musterentwurf Anlage 4

726 **5.4. Anregung von Parlamentsinitiativen**

727 Bei der geplanten Erleichterung des Betriebsübergangs im Erbschaft- und  
728 Schenkungssteuerrecht halten wir den Gesetzentwurf der letzten Legislaturperiode für  
729 suboptimal bei der Festlegung des begünstigten Betriebsvermögens und werden einen  
730 Alternativvorschlag vorlegen.

731 Zudem werden wir einen Gesamtvorschlag zur deutlichen Senkung der Lohnnebenkosten  
732 erarbeiten und diesen als Forderung an die Bundesregierung adressieren.

733

734 **5.5. Offene Reformbaustellen anpacken.**

735 Wir werden nachhaltig für eine Reform der sozialen Sicherungssysteme eintreten. In einem  
736 „MIT-Reformpapier 2006“ werden wir gemeinsam unser Konzept von einem  
737 zusammenhängenden Reformablauf im Bereich des Gesundheits-, Arbeitsmarkt-, Renten- und  
738 Steuersystems entwerfen, zusammen mit dem PKM beraten und in die politische Diskussion  
739 einbringen. Bei dieser Diskussion muss es auch gelingen, die Basis der MIT-Gliederungen  
740 angemessen in die Meinungsbildung einzubeziehen.

741

742

743

744

745

746

747

748

749

750

751

752

753

754

755

756

757

758

759

760

## 761 **6. Mitgliedergewinnung und Mitgliederbindung**

---

762

763 Die Mitgliedergewinnung, Reaktivierung und Revitalisierung der MIT-Gliederungen ist das  
764 zentrale Thema der MIT. Hierbei kann der Bundesverband durch Hilfestellung und  
765 Unterstützung die Arbeit vor Ort flankieren, letztlich ist aber das Engagement eines jeden  
766 Kreisvorsitzenden im Interesse funktionierender MIT-Verbände auf lokaler Ebene durch nichts  
767 zu ersetzen.

768

769 Die Mitglieder-Struktur der MIT hat sich in den letzten Jahren grundlegend verändert. Diese  
770 Veränderung hat bisher das Kommunikationsverhalten der Vereinigung zu wenig beeinflusst.  
771 Mit einem stetig steigenden Durchschnittsalter der MIT-Mitglieder muss es unter dem Aspekt  
772 der Mitglieder-Bindung mehr Angebote und Möglichkeiten für ältere MIT-Mitglieder geben. Es  
773 müssen in Zukunft also auch jene Mitglieder besser und regelmäßiger erreicht werden, die  
774 sich nicht über das Internet über unsere Angebote informieren können. Eine bessere  
775 Kommunikation mit diesen Mitgliedern muss in Zusammenarbeit mit den Landesverbänden  
776 erfolgen.

777

778 Gleichzeitig müssen wir das Element der aktiven Mitgliederwerbe-Kampagne fortsetzen. Die  
779 letzte Mitgliederwerbe-Kampagne hat 1.682 neue Mitglieder erbracht, konnte aber die Zahl  
780 der Verluste durch Austritt und Tod in Höhe von 2.163 Mitgliedern nicht annähernd  
781 ausgleichen. 31,3% der MIT-Kreisverbände haben im Rahmen der Kampagne kein neues  
782 Mitglied geworben, ca. 15 % lediglich ein Mitglied. Vor diesem Hintergrund gilt es also,  
783 weitere Mitglieder-Werbemaßnahmen mit dem Ziel der Verjüngung der Mitgliedschaft und  
784 dem Erhalt bzw. der Steigerung der gegenwärtigen Mitgliederzahl von 26.922 (ohne Bayern)  
785 durchzuführen.

786

787 Ein weiteres Augenmerk müssen wir auf die Tatsache legen, dass nur noch 32,3 % der MIT-  
788 Mitglieder zugleich Mitglied der Union sind, zwei Drittel sind also keine Parteimitglieder. Das  
789 Bekenntnis zur MIT lässt zwar gewisse Rückschlüsse auf die politische Einstellung und das  
790 Wahlverhalten zu, es wäre aber fahrlässig und unfair, von einem „Nur-MIT-Mitglied“ die  
791 gleiche solidarische und loyale Haltung zur Union zu erwarten oder gar zu verlangen wie von  
792 einem Unions-Mitglied, das zugleich Mitglied der MIT ist. Daher müssen wir als MIT in  
793 unseren Einlassungen und Veröffentlichungen mehr Rücksicht darauf nehmen, dass zwei  
794 Drittel unserer Mitglieder folglich mehr Eigenständigkeit und weniger vorauseilenden  
795 Gehorsam der Mutterpartei gegenüber erwarten.

796 **6.1. Zentrales Thema: Reaktivierung und Revitalisierung**

797  
798 Unser Hauptaugenmerk im Bundesvorstand muss auf die Fragestellung gerichtet werden, wie  
799 wir zur Revitalisierung und Reaktivierung inaktiver MIT-Verbände beitragen können. Diese  
800 Anstrengung muss in enger Abstimmung mit den jeweiligen Landesverbänden unternommen  
801 werden. Es muss uns gelingen, flächendeckend in Gesamtdeutschland als MIT erkennbar und  
802 aktiv zu sein. Der Erfolg oder Nicht-Erfolg bei der Reaktivierung und Revitalisierung der MIT-  
803 Gliederungen entscheidet über die Zukunft der MIT. Daher werden wir dieses Thema im  
804 Rahmen der Bundesvorstandssitzung an erster Stelle aufrufen und unter Tagesordnungspunkt  
805 soll den Landesverbänden die Möglichkeit gegeben werden, über ihre Aktivitäten,  
806 Problembereiche und Fortschritte zur Reaktivierung inaktiver Kreisverbände berichten. Dies  
807 soll dem Bundesvorstand die Situation in den einzelnen Landesverbänden vergegenwärtigen  
808 und die Möglichkeit geben, zielgerichtet Unterstützung anzubieten. Zudem ist darüber zu  
809 diskutieren, ob der Bundesverband zur Revitalisierung von Kreisverbänden einen Beauftragten  
810 für die strukturschwachen Verbände benennt.

811

812 **6.2. Gewinnung junger Mitglieder**

813 Nur 1,4 % unserer Mitglieder sind unter 29 Jahren. Die Hemmschwelle für eine MIT-  
814 Mitgliedschaft bei jungen Menschen dürfte nicht zuletzt auch auf Grund der finanziellen  
815 Beiträge groß sein. Potentielle Mitglieder in dieser Altersgruppe sind meist bereits  
816 beitragspflichtiges Mitglied in der Union sowie der Jungen Union und von weiteren  
817 Beitragszahlungen abgeschreckt. Grundsätzlich müssen wir als MIT aber ein Interesse daran  
818 haben, dass junge Menschen sich frühzeitig mit der MIT identifizieren und ihre  
819 mittelstandsfreundliche Position in unserer Vereinigung einbringen und vertreten können.  
820 Eine frühzeitige Einbindung könnte sogar den Betätigungsgrad in der MIT erhöhen, sobald ein  
821 Mitglied aus Altersgründen mit 35 Jahren aus der Jungen Union ausscheidet und somit die  
822 dortigen zeitlichen und inhaltlichen Aktivitäten einstellt.

823 Den Umstand der finanziellen Hemmschwelle vor allem für jüngere Mitglieder hatte auch der  
824 Antrag zur Bundesfinanzordnung der Landesverbände Hessen und Baden-Württemberg (BFO  
825 1) in Dresden aufgegriffen. Zwar wurde dieser Antrag abgelehnt. Wir sind aber als  
826 Bundesvorstand in der Pflicht, uns dieser Thematik ernsthaft anzunehmen.

827 Wir schlagen vor, dass Mitglieder unter 29 Jahren für zwei Jahre einen verminderten  
828 Jahresbeitragssatz von 24 Euro (Alternativvorschlag 30 Euro) zahlen. Der Beitrag geht zu  
829 gleichen Teilen an den Bundes-, Landes- und Kreisverband. Der Vorschlag wäre mit den  
830 Landesverbänden zu beraten. Die veränderte Beitragsordnung für Neumitglieder zwischen 16

831 und 29 Jahren ist auf 2 Jahre zu befristen, soll als Modellversuch ab einem noch  
832 festzulegenden Datum beginnen und ist ausschließlich für ab dem festgelegten Datum neu  
833 gewonnenen Mitglieder gedacht. Nach 2 Jahren erfolgt eine Überprüfung des Modellversuches  
834 und bei Erfolg ggf. eine Änderung der Beitrags- und Finanzordnung. Die Intention einer 2-  
835 jährigen beitragsfreien Mitgliedschaft der o.g. Landesverbände wird damit nicht entsprochen.  
836 Allerdings sehen wir unseren Vorschlag als Abbau der finanziellen Hemmschwelle für junge  
837 Neumitglieder. Mit den Einnahmen i.H.v. 8 Euro seitens des Bundesverbandes könnten die  
838 Fixkosten für das Mittelstandsmagazin gedeckt werden. Auf den Bundesverband käme,  
839 anders als bei einer kompletten Beitragsbefreiung, keine Mehrbelastung zu. Zu diesem  
840 Vorschlag müssen natürlich die entsprechenden Regelungen der Beitrags- und Finanzordnung  
841 beachtet werden. (§ 1 Abs. 2 Sonderregelungen von der Beitragsordnung können auf  
842 Vorschlag eines Landesverbandes vom Bundesvorstand getroffen werden. Sie sind zeitlich zu  
843 befristen.)

844 Der Bundesvorstand der MIT wird weiterhin eine enge Zusammenarbeit mit der Jungen Union  
845 Deutschlands anstreben. Nur 1,5% unserer Mitglieder sind auch gleichzeitig JU-Mitglied. In  
846 einer gemeinsamen Sitzung der geschäftsführenden Vorstände soll beraten werden, wie in  
847 weiterer Kooperation Synergiemöglichkeiten ausgeschöpft werden können.

848

### 849 **6.3. Potentielle Neumitglieder durch ein „Netzwerk Mittelstand“ binden**

850 Parteien und klassische Interessenorganisationen haben neben den finanziellen Erwägungen  
851 auch deshalb Probleme, junge Mitglieder zu gewinnen, weil junge Menschen heutzutage  
852 hierarchisch strukturierte Organisationen mit langwierigen Rekrutierungs- und komplexen,  
853 gestuften Partizipationsprozessen ablehnen. Für echte Leistungsträger ist die Mitarbeit in  
854 einer Kreis-MIT oftmals nicht attraktiv genug. Sie denken und engagieren sich projekt- und  
855 netzwerkbezogen.

856 Parallel zu den bestehenden Strukturen könnte deshalb gerade für junge Leistungseliten ein  
857 „Netzwerk Mittelstand“ aufgebaut werden. Mitglieder in diesem Netzwerk müssen nicht  
858 zwingend MIT-Mitglied sein. Das „Netzwerk Mittelstand“ könnte eine elitäre und hochkarätige  
859 Ausrichtung als Think-Tank und Freundeskreis haben. Dies geschieht ohne Landes- oder  
860 Bezirksverankerung, sondern bundesweit und mit direkter Anbindung an die Bundes-MIT. Der  
861 Beginn des Aufbaus sollte in Berlin erfolgen mit dem Einwerben z. B. hochrangiger jüngerer  
862 Verbandsvertreter. Dabei könnte in der Anfangszeit zunächst ein Stammtischcharakter  
863 gewählt werden mit jeweils hochkarätigen Gästen, die zugleich MIT-Mitglieder sind (z.B.  
864 Regierungsmitglieder, erfolgreiche Unternehmer, Fraktionsvize).

865 **6.4. Gewinnung von Mitgliedern aus Mittelstands-Verbänden**

866 Ziel der verstärkten Präsenz der MIT im vorpolitischen Raum muss neben Verbandskontakten  
867 und Veranstaltungskooperationen auch die Gewinnung neuer Mitglieder sein. Hierzu wären  
868 verbandsspezifische Mitglieder-Werbekampagnen der MIT bei bspw. Jahreshaupt-  
869 versammlungen der jeweiligen Verbände denkbar.

870

871 **6.5. Gewinnung von Unions--Mitgliedern**

872 Seit zweieinhalb Jahren geht die Anzahl jener MIT-Mitglieder rapide zurück, welche  
873 gleichzeitig Mitglied in der Union sind. Nur 32 % unserer Mitglieder sind derzeit noch  
874 Mitglied der Union. Dies erschwert unseren flächendeckenden politischen und inhaltlichen  
875 Einfluss in den Gremien der Union. In Zusammenarbeit mit der CDU-  
876 Bundesgeschäftsstelle/CSU-Landesgeschäftsstelle soll eine Initiative gestartet werden,  
877 welche unseren MIT-Mitgliedern die Vorteile einer Mitgliedschaft in der Union näher bringt  
878 und umgekehrt durch die CDU/CSU Unions-Mitglieder dazu aufruft, Mitglied der MIT zu  
879 werden.

880 In einer Offensive „Mehr Mitspracherecht des Mittelstandes in der Union“ werden die MIT-  
881 Kreisvorsitzenden zudem durch den Bundesvorstand ersucht, ihre Mitglieder auch vor Ort  
882 dazu zu ermuntern, in die Union einzutreten und damit die Umsetzung inhaltlicher Positionen  
883 der MIT vor Ort zu stärken. Über diese direkte Mitwirkung und dem Kontakt zur Basis der  
884 Union lassen sich ebenfalls neue Mitglieder der Union für die MIT gewinnen.

885

886 **6.6. Neue Mitglieder in Dienstleistungsberufen**

887 In zahlreichen Bereichen von Dienstleistungsberufen haben wir große Potentiale für  
888 Neumitglieder .

889 Bereiche von Dienstleistungsberufen bspw.

- |  |   |
|--|---|
| 890 - Ernährung, Gesundheit, Pflege    | - IT, Technik, Telekommunikation                    |
| 891 - Büro, Personal, Orga, Verwaltung | - PR, Medien, Marketing, Design, Mode, Kunst, Musik |
| 892 - Erziehung, Pädagogik, Soziales   | - Spedition, Verkehr, Tourismus, Gastronomie        |
| 893 - Beratung, Finanzen, Verkauf      | - Architektur, Bau, Handwerk                        |
| 894 - Tiere, Veterinär                 | - Freie Berufe, Rechtsanwälte                       |
| 895 - Unternehmensberater              | - unternehmensnahe Dienstleister                    |

896 Mit einer gezielten Mitgliederwerbekampagne für Beschäftigte in Dienstleistungsberufen  
897 könnten diese Mitgliederpotentiale erschlossen werden. Die AG Handel und Dienstleistungen  
898 wird hierzu beauftragt, in Zusammenarbeit mit der Bundesgeschäftsstelle in Kürze einen  
899 entsprechenden Vorschlag zu unterbreiten.

900

901



902 **6.7. Gewinnung von Frauen für die MIT**

903 Bisher sind 10,7 % unserer Mitgliedschaft (2.878 Mitglieder) weiblich. Immer mehr Frauen  
904 entscheiden sich aber für die Selbständigkeit. Der Bundesverband könnte eine inhaltliche  
905 Kampagne zum Bereich „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ ins Leben rufen und  
906 vorbereiten. Bestandteil dieser Kampagne ist eine Umfrageaktion zum Themenfeld  
907 Vereinbarkeit von Familie und Beruf, welche von den Kreisverbänden vor Ort durchgeführt  
908 werden sollte. Diese Umfrageaktion richtet sich thematisch vor allem auch an Frauen im  
909 Mittelstand. Nach Auswertung der Umfrageergebnisse durch die Bundesgeschäftsstelle  
910 können zusammen mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Umfrage Veranstaltungen in  
911 den Kreisverbänden zur Präsentation der Umfrageergebnisse durchgeführt werden. Der  
912 Kontaktaufbau zu den Umfrageteilnehmern sollte im Anschluss zur Mitgliedergewinnung  
913 genutzt werden. Die Vorbereitung einer solchen Kampagne wird der Kommission  
914 „Unternehmerfrauen im Mittelstand“ übertragen. Dies könnte ggf. auch in Zusammenarbeit  
915 mit der Frauen Union erfolgen.

916

917 **6.8. Mitgliederkampagne mit Prämiensystem**

918 Die erfolgreiche Mitgliederkampagne wird im Zeitraum Januar 2006 bis Dezember 2006  
919 fortgesetzt. Der erfolgreichste Verband in absoluten und prozentualen Zahlen sowie der  
920 erfolgreichste Einzelwerber werden auf der Bundesdelegiertentagung 2007 prämiert.

921

922 **6.9. Das verlorene Mitglied**

923 Neben regelmäßigen formalisierten Umfragen von MIT-Mitgliedern, welche zur Messung der  
924 Mitgliederzufriedenheit herangezogen werden können, sollte auch die Befragung ehemaliger  
925 Mitglieder stärker in unseren Focus rücken. Daher sollte nach einem Austritt eine telefonische  
926 Befragung stattfinden, welche zur Information über konkrete Austrittsmotive dienen soll und  
927 für die Verbesserung unserer Arbeit als Vereinigung hilfreich sein könnte. Zudem kann es  
928 eventuell gelingen, verlorene Mitglieder für die MIT zurückzugewinnen.

929

930 **6.10. Neugestaltung der Aufnahmeanträge für Mitglieder**

931 Bei der Gestaltung der Aufnahmeanträge kommt es darauf an, die Erhebung über die  
932 berufliche Tätigkeit der Neumitglieder zu erfassen. Hierzu wird es in Zukunft notwendig sein,  
933 seine „Berufliche Tätigkeit“ und die „Branche“ anzugeben. Die Landes- und Kreisverbände  
934 werden gebeten, bei Neuaufnahmen insbesondere auch auf diese Angaben zu achten. Bisher  
935 können wir die berufliche Gliederung unserer Mitglieder nur zu 26,3% wiedergeben, für 73,7%  
936 fehlen die Angaben über Berufstätigkeit und Branche. Um die innerverbandlichen Strukturen

937 und Zusammensetzungen zu erfassen, einen Überblick über unsere Mitglieder zu haben und  
938 auch Entwicklungen unserer Mitgliedschaft nachvollziehen zu können, wären diese Daten von  
939 besonderem Interesse. Zudem gilt es, in den kommenden Monaten in Zusammenarbeit mit  
940 den Landes- und Kreisverbänden möglichst einen Großteil der fehlenden Angaben von 73,7 %  
941 unserer Mitglieder einzuholen. Vorstellbar wäre auch ein Einleger im MIT-Magazin, welcher  
942 fehlende Mitgliederangaben erfragt.

943 Zukünftig wird mit dem Begrüßungsschreiben des Bundesvorsitzenden für Neumitglieder ein  
944 Fragebogen verschickt, welcher das Interesse am MIT-Newsletter , dem Eintrag in das MIT-  
945 Branchenbuch, thematische Interessen und nähere Angaben zur Berufsbranche erfragt und  
946 erfasst<sup>8</sup>.

947  
948  
949  
950  
951  
952  
953  
954  
955  
956  
957  
958  
959  
960  
961  
962  
963  
964  
965  
966  
967  
968  
969  
970

---

<sup>8</sup> Anlage 5 – Neuer Aufnahmeantrag

971 **7. MIT in den Neuen Bundesländern und strukturschwache Landesverbände**

972 Durch die finanzielle und personelle Unterausstattung der Landesverbände in den Neuen  
973 Bundesländern und der strukturschwachen Länder gestaltet sich die Arbeit vor Ort schwierig.  
974 Der Bundesverband kann diese finanziellen Defizite nicht ausgleichen.

975

976 ***7.1. Etat für strukturschwache Verbände***

977 Im Bundeshaushalt sollte aber dennoch ein „Etat für strukturschwache Verbände“ eingerichtet  
978 werden, welcher es dem Bundesverband zumindest ermöglicht, mit gezielten Maßnahmen die  
979 Arbeit vor Ort zu unterstützen (Beschluss Dresden – A19 – Überweisung an die  
980 Landesschatzmeisterkonferenz).

981

982 ***7.2. Konferenz der Neuen Bundesländer***

983 Jährlich findet eine Konferenz der Verbände der Neuen Bundesländer inkl. Berlin statt. Diese  
984 Wochenend-Konferenz soll dem gemeinsamen Planen von Aktionen dienen und die  
985 Möglichkeiten der gegenseitigen Unterstützung eruieren.

986

987 ***7.3. Bundesgeschäftsstelle als Ansprechpartner***

988 Für die strukturschwachen Landesverbände kann die organisatorische Unterstützung durch die  
989 die MIT-Bundesgeschäftsstelle genutzt werden. Zudem wird im Bundesvorstand ein Mitglied  
990 als Ansprechpartner und Kontaktperson für die Verbände in den Neuen Bundesländern  
991 benannt. Dieses Bundesvorstandsmitglied wird auf jeder Vorstandssitzung über den Kontakt,  
992 die aktuellen Problemstellung in den Verbänden und die mögliche Unterstützung seitens des  
993 Bundesverbandes berichten. Darüber hinaus ist zu diskutieren, ob der Bundesverband die  
994 Landes- und Kreisverbände durch einen „Beauftragten für strukturschwache Verbände“  
995 unterstützen sollte und wie/ob dies zu finanzieren ist.

996

997 ***7.4. Partnerschaftsprogramme***

998 Der Bundesverband startet eine Initiative für „Partnerschaftsprogramme“ zwischen  
999 strukturstarken und strukturschwachen Kreisverbänden. Durch das Kennenlernen, den  
1000 Erfahrungsaustausch und gegenseitige Unterstützung sollen die Partnerverbände von der  
1001 gegenseitigen Arbeit profitieren.

1002

1003

1004

1005

1006

1007 **7.5. Unterstützung von Verbandsneugründungen**

1008 Der Bundesverband unterstützt in den Landesverbänden MIT-Verbandsneugründungen.  
1009 Hierzu wird es ein Starterpaket für die neu gegründeten Verbände geben, welches unter  
1010 anderem einen Leitfaden zur Verbandsarbeit und zur Verbandsgründung enthält. Im Rahmen  
1011 einer Konferenz mit den Landesvorsitzenden sollen weitere Maßnahmen erörtert werden, wie  
1012 Verbandsneugründungen und strukturschwache Verbände Unterstützung von uns erhalten  
1013 können. Entscheidend für den Erfolg eines Kreisverbandes und der Neugründung eines solchen  
1014 bleiben aber immer Persönlichkeiten vor Ort, die mit ihrem Engagement die Arbeit des  
1015 Verbandes persönlich voranbringen, bereichern und mit Leben erfüllen.

1016

1017 **7.6. Präsenz bei Mittelstandsmessen**

1018 Bei der Organisation der Präsenz von MIT-Landesverbänden und Kreisverbänden bei  
1019 Mittelstandsmessen vor Ort (branchenspezifische Veranstaltungen von Wirtschaftsverbänden,  
1020 Mittelstandsunternehmen, Handelskammertagen) steht die Bundesgeschäftsstelle  
1021 organisatorisch zur Seite.

1022

1023

1024

1025

1026

1027

1028

1029

1030

1031

1032

1033

1034

1035

1036

1037

1038

1039

1040

1041

1042

1043

1044

1045

1046

1047

1048

1049

## **8. Medien- & Öffentlichkeitsarbeit der MIT unter veränderten Bedingungen**

---

1050

1051

MIT-Mitglieder und Nahestehende beklagen die subjektiv empfundene Wahrnehmung, dass in den Medien zu wenig von der MIT die Rede ist. In der Tat versinken viele MIT-Meldungen in der täglichen Nachrichten-Flut. Es setzt sich häufig nur das Konträre, das Laute und Schrilte, die Anti-Haltung durch. Daraus zu folgern, Medienpräsenz sei am leichtesten und ehesten durch Anti-Haltung und Minderheiten-Positionen gegen die Allgemeinheit zu erreichen, ist leichtfertig, denn auch dies nützt sich ab. Irgendwann lässt das Interesse der Medien nach; die eigene Glaubwürdigkeit ist dahin. Wir müssen eine kontinuierliche und glaubwürdige Öffentlichkeitsarbeit leisten und erfolgreich bewährte ebenso wie neue Kommunikationselemente noch stärker nutzen.

1060

1061

1062

### **8.1. Interne Kommunikationsarbeit**

1063

Intern werden als Kommunikationsziele der regelmäßige Informationsfluss zu den Mitgliedern, die Mitglieder-Bindung, die Neumitglieder-Werbung und die Bereitstellung von Service-Angeboten verfolgt. Darüber hinaus wollen wir unseren Mitgliedern in Zukunft stärker noch Argumentationshilfen und Response-Elemente (Möglichkeiten der Meinungsäußerung, Reaktion auf politische Forderungen und Entwicklungen, Umfragen, Beteiligung an Meinungsfindungsprozess u.ä.) zur Verfügung stellen.

1069

1070

Unsere Kommunikationsmittel hierfür sind der Internetauftritt mit Diskussionsforen, der Newsletter (regelmäßige Informationsübersicht der MIT-Bundesverbands per E-Mail), Informationsfaltblätter, Broschüren, Dokumentationen, Musterreden, Muster-Pressemeldungen, Seminare, Mitglieder-Reisen, Veranstaltungen, Fachtagungen und das MIT – Magazin.

1075

1076

Zudem soll das Instrument der Umfrage auch weiterhin in unserem Verband dazu dienen, die Meinung unserer Mitglieder zu politischen Themen und zur Verbesserung der Verbandsarbeit einzuholen. Hierzu sollen regelmäßig Umfrageangebote auf der Internetseite der MIT bereitgestellt werden.

1080

1081

Die redaktionelle Neu-Ausrichtung des MIT-Magazins ist bereits erfolgreich erfolgt. Nunmehr gilt es, die wirtschaftliche Basis zu optimieren. Eine Diskussion über die Zukunft des Mittelstandsmagazins muss gemeinsam mit dem Redaktionsbeirat erfolgen. Zudem muss eine konzeptionelle Öffnung für weitere Inserenten und gemäß der neuen Mitglieder-Struktur

1082

1083

1084

1085 durchgeführt werden. Dabei ist die Zuarbeit aus der MIT-Pressestelle für den Bereich des  
1086 Innenlebens der Vereinigung und aus dem Bundestag für den Bereich PKM aus Bund und  
1087 Ländern, Bundespolitik und Europa von besonderer Bedeutung. Die Nutzwertseiten im  
1088 Mittelstandsmagazin sollten erhöht werden, um Inserenten zu gewinnen

1089

### 1090 **8.2. Externe Kommunikationsarbeit**

1091 Extern verfolgen wir als Kommunikationsziele die Positionierung der MIT als  
1092 „marktwirtschaftliches Gewissen der Union“. Wir wollen Neugier wecken auf eine  
1093 Mitgliedschaft in dieser Vereinigung, unsere Kompetenz als Gesprächspartner von Verbänden  
1094 und Institutionen betonen, die Aufmerksamkeit der Medien erregen und Einfluss sowie  
1095 Bedeutung im politischen Entscheidungsprozess steigern und festigen. Auf dem Umweg über  
1096 die Öffentlichkeit wollen wir die eigene Klientel erreichen. Und nicht zuletzt wollen wir uns  
1097 natürlich den Meinungskampf im Wettbewerb mit anderen Unions-Vereinigungen gewinnen.

1098

1099 Unsere Kommunikationsmittel hierfür sind die durch MIT-Pressestelle veranlassten  
1100 klassischen Instrumente der politischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wie  
1101 Pressemeldungen, Pressegespräche und -konferenzen, Hintergrundgespräche,  
1102 Redaktionsbesuche, Interviews sowie Teilnahme an Diskussionsrunden und Talkshows.

1103

1104 Eine Verstärkung wäre in folgenden Feldern denkbar. Neben der notwendigen Fokussierung  
1105 auf den Vorsitzenden in der Außen-Darstellung ist eine stärkere Berücksichtigung des MIT-  
1106 Führungspersonals in der Pressearbeit von Nutzen. Die regelmäßige Herausgabe von  
1107 Pressemitteilungen zu Brennpunkthemen, relevanten Themen und aktuellen politischen  
1108 Debatten ist anzustreben. Pressegespräche und Pressekonferenzen sollten vierteljährlich in  
1109 Berlin stattfinden. Hintergrundgespräche sind nützlich und bilden Vertrauen, eine eher  
1110 sparsamere Handhabung könnte deren Wert steigern. Den Schlüsselmedien sollten gezielt  
1111 Meldungen, Stellungnahmen und Interviews unter vorheriger Absprache der jeweiligen  
1112 Nachricht/ Information durch die Pressestelle angeboten werden. Auch die zunehmend  
1113 wichtige Rolle von Online-Redaktionen/Zeitungen sollte nicht vernachlässigt werden.

1114

1115 Im Kampf um die vorderen Plätze des Nachrichtengeschehens wird die MIT bei realistischer  
1116 Betrachtung nie dauerhaft eine Pole-Position belegen können. Besser dagegen stehen die  
1117 Chancen in den Regionalzeitungen, die auch von den Mitgliedern bewusster wahrgenommen  
1118 werden als die Inhalte der zehn deutschen überregionalen Blätter. Aber: Alle Gesetze treffen  
1119 und betreffen Menschen, jeden einzelnen. Ihre direkten und konkreten Auswirkungen vor Ort

1120 lassen sich plastisch darstellen und vor Ort umsetzen und auf eine konkrete regionale oder  
1121 lokale Situation beziehen. Solche in Berlin vorgefertigten Meldungen können die regionalen  
1122 Gliederungen, mit örtlichen Namen und Zusammenhängen zu versehen, an die Regional- und  
1123 Lokalzeitungen weitergeben. Wirtschaftspolitische Themen werden von der Pressestelle  
1124 aufbereitet und als Muster-Presseerklärungen an die Regionalverbände versandt. Ein  
1125 regelmäßiger, monatlicher, von der Pressestelle erstellter Pressespiegel ermöglicht eine  
1126 Erfolgs- und Wirkungskontrolle.

1127

1128 Erfolgreiche öffentlichkeitswirksame Aktionen der MIT-Verbände sollen zukünftig als  
1129 Ideenpool im internen Bereich der Internetseite der MIT dargestellt werden und als  
1130 Ideengeber für die Kreisverbandsarbeit vor Ort dienen (Job-Börsen, Aktionen zum  
1131 Bürokratieabbau usw.). Eine öffentlichkeitswirksame Aktion könnte bspw. auch die Verleihung  
1132 eines Mittelstandspreises der MIT darstellen.

1133

1134

1135

1136

1137

1138

1139

1140

1141

1142

1143

1144

1145

1146

1147

1148

1149

1150

1151

1152

## 1153 9. Verhältnis des Bundesverbandes zur MU Bayern

---

1154

1155 Der Bundesvorstand muss sich zum Verhältnis des Bundesverbandes zur MU Bayern  
1156 verständigen.

1157 Im Rahmen der Landesvorsitzendenkonferenz am 3./4. Februar 2006 wurde vereinbart, dass  
1158 zeitnah ein Gespräch zur Klärung des Mitgliedsbeitrages des Landesverbandes der MU Bayern  
1159 an den Bundesverband sowie die Beteiligung am Mittelstandsmagazin durchgeführt werden  
1160 soll. Hieran teilnehmen sollen der MIT-Bundesvorsitzende, der MIT-Bundesschatzmeister, der  
1161 MU-Landesvorsitzende, der MU-Landesgeschäftsführer und Herr Kühn als Mitglied im  
1162 Bundesvorstand.

1163 Herr Dr. Schlarmann bietet darüber hinaus an, auf Einladung der MU gern an einer  
1164 Vorstandssitzung zur Klärung der Thematik teilzunehmen .

1165

1166

1167

1168

1169

1170

1171

1172

1173

1174

1175

1176

1177

1178

1179

1180

1181

1182

1183

1184

1185

1186



## 1187 **10. Besondere Themenschwerpunkte der MIT 2006**

---

1188

1189 Es wird angestrebt, im kommenden Jahr eine gemeinsame Fachkonferenz mit der Ludwig-  
1190 Erhard-Stiftung und anderen Verbänden durchzuführen. Schwerpunkt dieser Fachkonferenz  
1191 wird das Thema sein: „Rückbesinnung auf die Soziale Marktwirtschaft nach dem Vorbild  
1192 Ludwig Erhards“.

1193

1194 Zudem haben wir als Bundesvorstand viele Themenfelder, die auf Grund von Beschlüssen der  
1195 Bundesdelegiertenversammlungen, der Aktualität oder den Zielvorstellungen aus unserem  
1196 Leitbild und der vorliegenden Konzeption zu bearbeiten wären. Diese könnten von einzelnen  
1197 Bundesvorstandsmitgliedern, den Kommissionen, Arbeitsgemeinschaften oder  
1198 Projektgruppen aufgenommen werden. Eine Koordination der Themenverteilung wäre  
1199 erforderlich, damit sich das Überschneiden von Aktivitäten vermeiden lässt.

1200

1201 Themenvorschläge wären unter anderem:

- 1202 - Interventionismus des Staates vs. Soziale Marktwirtschaft nach Vorbild Ludwig Erhard
- 1203 - Vereinbarkeit von Beruf und Familie - Kommission „Unternehmerfrauen im  
1204 Mittelstand“
- 1205 - Maßnahmenkatalog „Bürokratieabbau“
- 1206 - Erleichterung des Betriebsübergangs im Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht
- 1207 - Senkung der Lohnnebenkosten – Gesamtkonzept der MIT
- 1208 - MIT-Reformpapier 2006 (Arbeitsmarkt, Steuerpolitik, Rentenpolitik,  
1209 Gesundheitspolitik)
- 1210 - Reform-Monitoring
- 1211 - Soziale Absicherung von schwangeren selbständig tätigen Frauen – Erarbeitung eines  
1212 Positionspapiers (Beschluss Weimar – A31)
- 1213 - Mittelstandspolitik in Europa
- 1214 - Globalisierung – Herausforderungen für den deutschen Mittelstand
- 1215 - Patentschutz, Markenschutz und Schutz des geistigen Eigentums - Kommission  
1216 Forschung und Technologie
- 1217 - Eliten- und Hochbegabtenförderung
- 1218 - Werteorientierung, Leitkultur, Patriotismus und Wirtschaftsethik – Verantwortung des  
1219 deutschen Mittelstandes für das Land
- 1220 - Epochenwende – Symposium mit Meinhard Miegel
- 1221 - Markt und Moral – was ist eigentlich sozial?

- 1222 - Geißeln der Menschheit – Seuchengefahr und Prävention
- 1223 - Monopollandschaft in Deutschland – Analyse und Handlungskatalog der MIT (GKV,
- 1224 Grüner Punkt, Briefmarkenmonopol usw.)
- 1225 - Praxis der Vergabe öffentlicher Aufträge – (Bau, Reinigung usw.)
- 1226 - Nach der Wahl ist vor der Wahl – alte Probleme – neue Ansätze
- 1227 - E-Government – Demokratie im Internet
- 1228 - E-Business – Datensicherheit im Internet
- 1229 - Effektive Maßnahmen gegen Schwarzarbeit (dabei Berücksichtigung des Beschlusses A
- 1230 27 Köln)
- 1231 - Der Datenschutz vs. Die gläserne Welt – Wo beginnt der Schutz, wo hört die Freiheit
- 1232 auf? – Konsequenzen für Bürger und Mittelstand
- 1233 - Straßenkampf in Frankreich – Zukunftsszenario für Deutschland und andere
- 1234 Europäische Länder?
- 1235 - Arbeitsgruppe: Deutsches Kammerwesen (A12 und A14 Beschluss Dresden)
- 1236 - Darstellung Steuermodell der MIT (Kirchhof - Beschluss Dresden – A13)
- 1237 - Forderungskatalog der MIT zur Reform des Berufsgenossenschaftswesens
- 1238 - Staatsminister für Mittelstandsfragen im Bundeskanzleramt (Beschluss Dresden – A3)
- 1239 - Absenken der Energiekosten (an den BuVo überwiesen – Dresden – A4)
- 1240 - Abschaffung der 1-Euro-Jobs
- 1241 - Kommission Gesundheit: Änderung des § 13 a Abs. 2 des SGB V (Beschluss Dresden –
- 1242 A7)
- 1243 - Schaffung einer gesetzlichen Grundlage für betriebsbedingte Kündigungen im
- 1244 öffentlichen Dienst (Beschluss Dresden – A10)
- 1245 - Diäten-Erhöhung und Streichung der Pensionszusagen für Bundestagesabgeordnete
- 1246 (überwiesen an den BuVo in Dresden – A11)
- 1247 - Rücknahme des Gesetzes zur Vorverlegung der Fälligkeit der
- 1248 Sozialversicherungsbeiträge (Beschluss Dresden – A16)
- 1249 - Modernisierungsprogramm für die deutsche Binnenschifffahrt (Beschluss Köln – A2)
- 1250 - Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur in Deutschland – Verkehrskonzept der MIT
- 1251 - Entwicklungshilfe zukünftig durch Produkte der Deutschen Industrie (Beschluss
- 1252 Weimar – iA1)
- 1253 - Positionspapier zum Ladenschlussgesetz
- 1254
- 1255
- 1256



1257 **11. Anlagen**

---

1258

1259

1260

1261

1262

1263

1264

1265

1266

1267

1268

1269

1270

1271

1272

1273

1274

1275

1276

1277

1278

1279

1280

1281

1282

1283

1284

1285

1286

1287

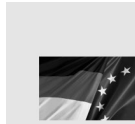
1288

1289

1290

1291

1292



1293  
1294  
1295  
1296  
1297  
1298  
1299  
1300  
1301  
1302  
1303  
1304  
1305  
1306  
1307  
1308  
1309  
1310  
1311  
1312  
1313  
1314  
1315  
1316  
1317  
1318  
1319  
1320  
1321  
1322  
1323  
1324  
1325  
1326  
1327  
1328  
1329  
1330  
1331  
1332  
1333  
1334  
1335  
1336  
1337  
1338  
1339  
1340  
1341  
1342  
1343  
1344  
1345  
1346  
1347  
1348  
1349  
1350  
1351  
1352  
1353  
1354  
1355  
1356  
1357  
1358  
1359  
1360  
1361  
1362  
1363  
1364

**Anlage 1 - Mitgliederstatistik 2005**

MIT-Bundesgeschäftsstelle  
MIT243

erstellt am: 26.08.2005  
Blatt 1

**M I T G L I E D E R - S T A T I S T I K D E R M I T**

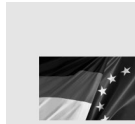
Stand : 26.08.2005

Gesamt (Bundesgebiet und Auslandsverbände)

Teil 1 - Mitgliederstand

(ohne Gastmitglieder)

	Mitglieder			Mitglieder	
	absolut	%		absolut	%
<b>insgesamt</b>	<b>26.922</b>	<b>100,0</b>	<b>Konfession</b>		
männlich	24.044	89,3	evangelisch	2.702	10,0
weiblich	2.878	10,7	katholisch	3.867	14,4
			sonstige	69	0,3
<b>Altersgruppen</b>			ohne Bekenntnis	523	1,9
<b>insgesamt</b>			ohne Angaben	19.761	73,4
16-24 Jahre	60	0,2	<b>Familienstand</b>		
25-29	331	1,2	ledig	1.685	6,3
30-39	2.679	10,0	verheiratet	5.575	20,7
40-49	5.238	19,5	Ehepartner ist		
50-59	6.002	22,3	- MIT-Mitglied	362	6,5
60-69	5.663	21,0	- kein MIT-Mitglied	5.213	93,5
70 Jahre u. älter	2.688	10,0			
ohne Angaben	4.261	15,8			
<b>Durchschnittsalter insgesamt 54,1</b>			ohne Angaben	19.662	73,0
<b>Altersgruppen</b>			EU-Ausländer	17	0,1
<b>männlich</b>			übrige Ausländer	16	0,1
16-24 Jahre	51	0,2	<b>Mitgliedschaften in Vereinigungen</b>		
25-29	285	1,2	Junge Union	397	1,5
30-39	2.360	9,8	Frauen Union	2.878	10,7
40-49	4.564	19,0	Sozialaussch. der CDA	327	1,2
50-59	5.279	22,0	Komm. Pol. Vereinigung	985	3,7
60-69	5.135	21,4	C D U	8.707	32,3
70 Jahre u. älter	2.456	10,2	Ost- u. Mitteldt. Ver.	209	0,8
ohne Angaben	4.261	17,7	Senioren Union	593	2,2
<b>Durchschnittsalter männlich 55,2</b>			<b>Stellung im Erwerbsleben</b>		
<b>Altersgruppen</b>			Selbständige	13.425	49,9
<b>weiblich</b>			Arbeiter	84	0,3
16-24 Jahre	9	0,3	Angestellte	2.444	9,1
25-29	46	1,6	Beamte	391	1,5
30-39	319	11,1	Rentner/Pensionäre	314	1,2
40-49	674	23,4	Hausfrauen/Hausmänner	133	0,5
50-59	723	25,1	in Ausbildung	278	1,0
60-69	528	18,3	Lehrlinge/Auszubild.	51	0,2
70 Jahre u. älter	232	8,1	Schüler	45	0,2
ohne Angaben			Studenten	182	0,7
<b>Durchschnittsalter weiblich 46,3</b>			ohne Angaben	9.853	36,6



1365 MIT-Bundesgeschäftsstelle erstellt am: 26.08.2005  
 1366 MIT243 Blatt 2  
 1367

-----  
**M I T G L I E D E R - S T A T I S T I K D E R M I T**  
 -----

**Stand : 26.08.2005**

Gesamt (Bundesgebiet und Auslandsverbände)  
 -----

	Mitglieder	
	absolut	%
<b>Berufliche Gliederung</b>		
-----		
1382 Pflanzenbau und Tierwirtschaft	329	1,2
1383 Handwerk und Industrie	1.169	4,3
1384 T e c h n i k	958	3,6
1385 Handel und Verkehr	1.652	6,1
1386 Gaststättenwesen u. private Dienstleistung	191	0,7
1387 Verwaltung, Rechtswesen u. Sozialpflege	2.060	7,7
1388 Gesundheitswesen, Geistes- u. Kunstleben	732	2,7
1389 ohne Berufsangaben	19.831	73,7

**Dauer der MIT-Mitgliedschaft**

-----						
1395 bis ein Jahr	1.177	4,4	%	10 bis unter 15 Jahre	2.638	9,8
1396 1 bis unter 2 Jahre	1.635	6,1	%	15 bis unter 20 Jahre	3.631	13,5
1397 2 bis unter 4 Jahre	3.076	11,4	%	20 bis unter 25 Jahre	5.419	20,1
1398 4 bis unter 6 Jahre	2.665	9,9	%	25 bis unter 30 Jahre	600	2,2
1399 6 bis unter 8 Jahre	3.504	13,0	%	30 Jahre und mehr	664	2,5
1400 8 bis unter 10 Jahre	1.913	7,1	%			
1401 ohne Angaben			%	<b>Durchschnittsdauer</b>	<b>11,9</b>	

1402 Anzahl Gastmitglieder 2  
 1403  
 1404

1405

1406

1407

1408

1409

1410

1411

1412

1413

1414

1415

1416

1417

1418

1419

1420

1421

1422 **Anlage 2 – Lebensprinzip Selbstverantwortung**

1423

1424 **Lebensprinzip Selbstverantwortung –**  
1425 **ein Plädoyer für die Rückbesinnung auf mittelständische Tugenden in Wirtschaft und Politik**

1426

1427 Auf die Frage, was denn „der Mittelstand“ überhaupt sei, erhält man gemeinhin die ein oder andere  
1428 empirische Definition, die sich auf die volkswirtschaftliche Bedeutung und numerische Abgrenzung kleiner  
1429 und mittlerer Unternehmen, Freiberufler und Handwerker beschränkt. Danach gelten in der Regel alle  
1430 Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeitern und einem Umsatz von weniger als 50 Mio. Euro als  
1431 mittelständisch. Das viel zitierte und oft bemühte „Rückgrat“ der deutschen Wirtschaft wird charakterisiert  
1432 und gerühmt durch seine überproportionalen Anteile an volkswirtschaftlichen Aggregaten, wie der  
1433 Unternehmenszahl (rund 98 Prozent), den Arbeitsplätzen (fast 80 Prozent), der Ausbildungsleistung (etwa 82  
1434 Prozent) oder der Bruttowertschöpfung (circa 49 Prozent), hierzulande.

1435

1436 Solche Definitionen mögen Statistiker befriedigen, zum Verständnis des Mittelstands und zur  
1437 Vergegenwärtigung der gesellschaftlichen Bedeutung seiner Leistungsträger helfen sie indes kaum. Auch die  
1438 Welt der Wirtschaft – das wussten bereits die Gründerväter der Sozialen Marktwirtschaft – schöpft aus  
1439 vorgelagerten moralischen Reserven und normativen Wertvorstellungen, mit denen sie steht und fällt. Markt,  
1440 Leistungswettbewerb und das Spiel von Angebot und Nachfrage erzeugen diese Reserven nicht. Sie  
1441 verbrauchen sie und müssen sie von den Bereichen jenseits des Marktes beziehen. Fairness, Ehrlichkeit,  
1442 Gerechtigkeitssinn, Selbstdisziplin, Leistungsbereitschaft, Maßhalten und Gemeinsinn, aber auch  
1443 kaufmännische Tugenden, wie Fleiß, Pflichtgefühl und Tüchtigkeit, sind Werthaltungen und Überzeugungen,  
1444 die die Menschen bereits mitbringen müssen, wenn sie sich auf den Märkten betätigen. Diese gerade im  
1445 Mittelstand verankerten Prinzipien sind unentbehrliche Stützen freiheitlicher Gesellschaftsordnungen und  
1446 gewährleisten die soziale Einbettung des wirtschaftlichen Geschehens.

1447

1448 Seit Bestehen der Bundesrepublik hat sich der unserer Sozialen Marktwirtschaft zugrunde liegende  
1449 Wertekanon gewandelt. In den frühen Jahren waren Leistungsbereitschaft, Aufbruchwille und  
1450 Selbstverantwortung für nahezu alle Bevölkerungsschichten selbstverständliche Grundwerte, die das  
1451 Wirtschaftswunder in Verbindung mit einer wiedergewonnenen freiheitlichen Wirtschaftsordnung zuallererst  
1452 überhaupt ermöglicht haben. Heute stehen diese Werte vielfach unter dem Vorbehalt der Per-  
1453 sönlichkeitsentfaltung und Selbstverwirklichung. Hier „Leistungssucht“, dort „Leistungsfucht“, so lassen sich  
1454 die beiden Pole des Wertewandels benennen, die den Weg Deutschlands vom Wirtschaftswunder zur  
1455 gegenwärtigen Wirtschaftskrise kennzeichnen. Diese Erosion beschränkt sich keineswegs nur auf die  
1456 Wirtschaft, sondern trifft auf die Gesellschaft insgesamt zu. Sie ist nicht nur Ursache der Krise, sondern auch  
1457 Folge falscher Politik. In den vergangenen Jahrzehnten hat sich in breiten Bevölkerungsschichten ein von  
1458 Eigenleistung und Selbstverantwortung nahezu völlig abgekoppeltes und auf den Staat konzentriertes  
1459 Anspruchsdenken ausgebildet.

1460

1461 Die Politik hat über Jahrzehnte hinweg den Eindruck eines grenzenlosen und unbeschränkt finanzierbaren  
1462 Wohlfahrtsstaates vermittelt. Die Folge sind das Beharren auf Besitzstandswahrung und Umverteilung sowie  
1463 ein Gesellschaftsmodell, in dem in weiten Teilen paternalistische Fürsorge und staatliche Bevormundung die  
1464 Bereitschaft zu Eigeninitiative und Selbstverantwortung untergraben, lähmen und bestrafen.

1465

1466 Dieser umverteilende Fürsorge- und Bevormundungsstaat stößt in Zeiten der Internationalisierung und der  
1467 erweiterten europäischen Integration an seine Grenzen. Die Globalisierung der Märkte ist mehr als nur der  
1468 verschärfte Standortwettbewerb um konkurrenzfähige Produkte und wettbewerbsfähige Lohnstückkosten. Er  
1469 ist auch der Wettstreit um gesellschaftliche Dynamik. Mit der Erweiterung der Europäischen Union treten  
1470 Gesellschaften in den Kreis der europäischen Familie ein, die aus der Defizienzerfahrung sozialistischer  
1471 Planungswirtschaft und politischer Unfreiheit heraus Eigeninitiative und Selbstverantwortung, Risikobereit-  
1472 schaft und den Blick nach vorn in das „alte Europa“ bringen. Es ist höchste Zeit, dass auch wir uns wieder  
1473 auf diese Kultur der Selbständigkeit und mittelständische Tugenden besinnen.

1474

1475 Selbständigkeit ist mehr als ein unternehmerisches Prinzip. Es bedeutet Gestaltungs- und  
1476 Entscheidungsspielräume des Einzelnen und ist die Voraussetzung für ein selbstbestimmtes Leben und  
1477 insofern eine Voraussetzung für eine freiheitliche Gesellschaft insgesamt. Diese Freiheit ist heute durch ein

1478 Übermaß staatlicher Eingriffe bedroht. Subsidiarität wird in Sonntagsreden proklamiert und von Montag bis  
1479 Samstag durch immer neue Reglementierungen konterkariert. Die Diskussion um die geplante  
1480 Ausbildungsplatzabgabe ist nur eines von vielen Beispielen, statt Selbstbestimmung und Selbsthilfe  
1481 überwiegen staatliche Bevormundung und Rundum-Betreuung.

1482  
1483 Eine neue Kultur der Selbstverantwortung und des bürgerlichen Engagements lässt sich allerdings weder  
1484 durch den Staat verordnen noch durch den Markt automatisch herbeiführen. Sie muss gelebt und vorgelebt  
1485 werden. Dies gilt gerade in einer Situation, in der vielen die vermeintliche Sicherheit staatlicher Fürsorge  
1486 wichtiger scheint, als der damit einhergehende Verlust von Freiheit und Chancen.

1487  
1488 Eine Kultur der Selbständigkeit und Eigenverantwortung braucht Leitbilder, und die findet sie auch  
1489 hierzulande: im Mittelstand. Denn der Mittelstand umfasst nicht nur Leistungsträger in Industrie, Handwerk,  
1490 Handel, freien Berufen und Verwaltung, sondern alle Bürger, die ihr Leben aufgrund eigener Leistung in  
1491 eigener Verantwortung gestalten. Diesen ethischen Wert des Mittelstands müssen wir uns heute neu  
1492 vergegenwärtigen. Denn der Mittelstand ist nicht nur das volkswirtschaftliche Rückgrat unserer Gesellschaft.  
1493 Er ist zugleich Kern einer aktiven Bürgergesellschaft, Werte-Träger in der Generationsfolge und Garant für  
1494 den Fortbestand eines freiheitlichen Gemeinwesens. Es ist weder Freiheit ohne Mittelstand, noch Mittelstand  
1495 ohne Freiheit möglich. Freiheit, Selbstverantwortung und Mittelstand gehören zusammen.

1496  
1497 Die Leitmaxime für die Neuausrichtung wichtiger Politikbereiche muss daher die Stärkung des Mittelstands  
1498 sein. Der Mittelstand braucht keine Schutzzäune, Sonderrechte oder gar Subventionen, sondern ordnungs-  
1499 politische Rahmenbedingungen, die seine Leistungsfähigkeit und -bereitschaft stärken. Dazu gehören vor  
1500 allem die Sicherung eines freien und fairen Leistungswettbewerbs durch ein konsistentes Wettbewerbs- und  
1501 Kartellrecht, Rechtsformen- und Größenneutralität in der Steuer- und Wirtschaftspolitik, die Offenheit der  
1502 Märkte, die Vermeidung von staatlichem Behinderungswettbewerb beispielsweise durch zunehmende  
1503 wirtschaftliche Betätigung von Kommunen, die Sicherung des Privateigentums mit maßvollen Steuer- und  
1504 Abgabenlasten statt enteignungsgleichen Staatsquoten von mehr als 50 Prozent, Vertragsfreiheit als kon-  
1505 stituierendes Element einer Wettbewerbsordnung und die Konstanz in der Wirtschaftspolitik statt eines  
1506 investitionsfeindlichen ständigen Hin und Her's.

1507  
1508 Der voll haftende Eigentümer-Unternehmer, nicht der Manager, der nach zweifelhaftem Geschäftserfolg oder  
1509 Kapitalvernichtung an der Börse mit astronomischen Abfindungen belohnt wird, ist prägend für die gesamte  
1510 mittelständische Unternehmenswelt. Wir müssen uns endlich wieder ins Bewusstsein heben, dass diese  
1511 persönliche Haftung als unverzichtbares Korrektiv sowohl in der Welt der global agierenden Konzerne als  
1512 auch in der Politik zu Geltung kommen muss. Denn nur so kann nachhaltig Freiheit gesichert und  
1513 Machtmissbrauch wirksam verhindert werden. Kurzum, wir sollten uns wieder auf Ludwig Erhard besinnen,  
1514 der uns vor vielen Jahren ins Stammbuch geschrieben hat: „Nichts ist unsozialer als der Wohlfahrtsstaat, der  
1515 die menschliche Verantwortung erschaffen und die individuellen Leistungen sinken lässt.“ Wenn wir uns in  
1516 Politik und Wirtschaft wieder auf die mittelständischen Tugenden besinnen, ist auch in Deutschland ein  
1517 zweites Wirtschaftswunder möglich. (Hans-Dieter Lehnen, MIT-Hauptgeschäftsführer )

1518  
1519  
1520  
1521  
1522  
1523  
1524  
1525  
1526  
1527  
1528  
1529  
1530  
1531  
1532  
1533

1534 **Anlage 3 Themenbereiche und Verbandskontakte der MIT-Bundesvorstandsmitglieder**

<b>Themenbereiche</b>		<b>Verbandskontakte</b>
<b>Bundvorsitzender</b>		
Herr Dr. Josef Schlarmann		
<b>Stellvertreter</b>		
Barbara Ahrons MdHB	Mitgliederbetreuung, Kommunalpolitik	
Dr. Christian Ehler MdEP	Europa, industrieller Mittelstand, Bürokratieabbau	SME
Hans Michelbach MdB	Finanz- und Steuern, Mittelstandspolitik, Arbeitsmarkt, Soziale Marktwirtschaft, Verbraucherschutz, Währungspolitik, Kommunalpolitik	CDU/CSU-BTF, PKM, Bertelsmann-Stiftung, Stiftung der Deutschen Wirtschaft, Stiftung soziale Marktwirtschaft, BGA, HDE, BDA,
Klaus-Peter Meinzer	Wirtschaft, MIT-Struktur, Mittelstandsförderung	
Jürgen Presser	Soziales	
Hartmut Schauerte MdB	Finanzen, Wirtschaft, Wettbewerb, Globalisierung, Mittelstandspolitik	PKM
<b>Bundesschatzmeister</b>		
Peter Jungen	Arbeitsmarkt, Aufbau Ost, Armutsbekämpfung, Außenpolitik, Bürokratieabbau, Finanz- und Steuern, Forschung/Innovation, Globalisierung, Industrie, Internationale Wirtschaft, Kultur, Ordnungspolitik, Soziale Marktwirtschaft, Währungspolitik, Wirtschaft	CDU/CSU-BTF, PKM, Junge Union, RCDS, SME, Bertelsmann-Stiftung, Hanns-Seidel-Stiftung, KAS, Stiftung der Deutschen Wirtschaft, Stiftung Soziale Marktwirtschaft, ASU, IHK
<b>Vertreter des PKM</b>		
Christian Freiherr von Stetten MdB	Koordination der Zusammenarbeit zwischen PKM und MIT	
<b>wirtschaftspol. Sprecherin CDU/CSU-BTF</b>		
Dagmar Wöhrl MdB	Mittelstandsrelevante Themen aus dem Deutschen Bundestag	
<b>Hauptgeschäftsführer</b>		
Hans-Dieter Lehnen	Bundesgeschäftsstelle, Gespräche am Brandenburger Tor	





<b>Themenbereiche</b>		<b>Verbandskontakte</b>
<b>Beisitzer</b>		
Dieter Bischoff	Steuern, Rechtspolitik, Energiepolitik, Umwelt	PKM, LTF NRW, UNITI, Interessengemein. Mittelständ. Mineralölverbände e.V., BFT, gdbm, BDH, MWV, ZVSHK
Christian Czaja	Handwerk, Steuerrecht, Tarifrecht, Kündigungsschutz,	
Marie-Luise Dött MdB	Unternehmerfrauen im Mittelstand, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Umwelt	
Heijo Drießen	Bankenwesen, Bürokratieabbau, Demographie, Finanz- und Steuern, Handwerk, Ordnungspolitik, PPP, Währungspolitik, Wirtschaft, Mitgliederwerbung, Eigenkapital in Unternehmen	LTF NRW, JU, Wirtschaftsjuvenen Deutschland e.V., ZDK, ZDH, Automobil- u. Verkehrsverbände, Banken, Sportverbände, Wohnungswirtschaft
Norbert Eyck	Mitgliederwerbung, Arbeitsmarkt, berufliche Ausbildung	
Eduard Freiheit	KMU-Förderung, Arbeitsmarkt, Globalisierung	
Christa Gehrman	Mitgliederwerbung, Arbeitsmarkt, Ausbildung, Unternehmerfrauen im Mittelstand, Aufbau Ost	
Josef A. Geyer	Wirtschaft, Mittelstandspolitik, Bürokratieabbau	
Frank Gotthardt	Bürokratieabbau, Christliche Werte, Energiepolitik, Entwicklungspolitik, Internationale Entwicklung, Interreligiöser Dialog, Kirche, Landwirtschaft, Menschenrechte, Ordnungspolitik, Umwelt	CDU/CSU-BTF, PKM, LTF Hessen, JU, Schülerunion, RCDS, KAS; ASU
Peter Götz	Steuern, Finanzen, Wirtschaftsförderung, PPP, Bürokratieabbau	Steuerberaterkammer, LTF CSU
Franz Kapsreiter	Finanzen, Mittelstandspolitik, Netzwerke	
Rainer Kiank	Wirtschaft, Bürokratieabbau, Unternehmensnachfolge, Mitgliederwerbung	
Uwe Kombrink	MIT-Struktur, Renten- und Krankenversicherung	
Siegmar Kühn	Unternehmensbesteuerung, Unternehmensrating, Soziale Marktwirtschaft	
Benno Lensdorf	Wirtschaft, Finanzen, Planung und Verkehr	
Werner Lübbe	Wirtschaft, Finanzen, Kommunalpolitik, Bürokratieabbau, Globalisierung, Industrie, Innere Sicherheit, Jugendpolitik, Kirche, Landwirtschaft	CDU/CSU-BTF, LTF Niedersachsen, BVMB, BVB,
Brigitta Luhr	Unternehmerfrauen im Mittelstand, Bürokratieabbau, Vergabepolitik, städtische GmbHs	
Wolfgang Mößner	Soziales, Berufsgenossenschaften, Bürokratieabbau	

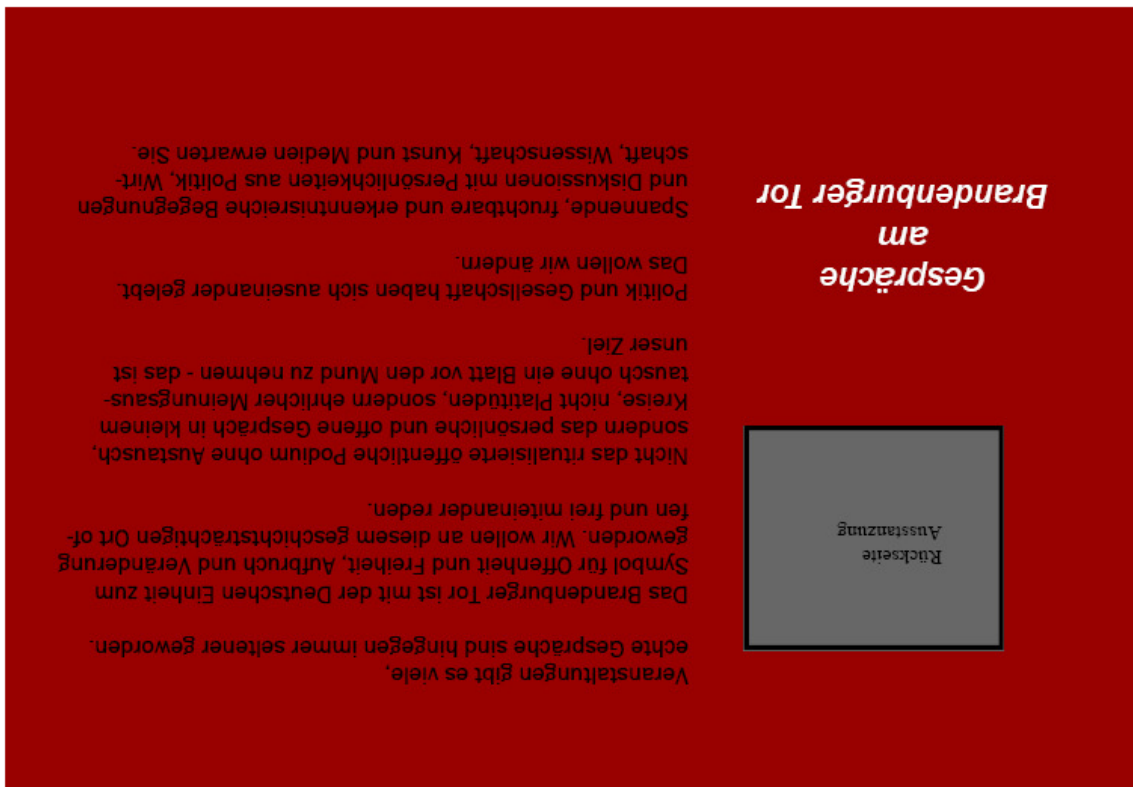


<b>Themenbereiche</b>		<b>Verbandskontakte</b>
<b>Beisitzer</b>		
Hildegard Müller MdB	Wirtschaft, Finanzen, Gesundheit, Soziales	
David Novak	Mitgliederwerbung, Veranstaltungsplanung, Betriebsgründung, Controlling	
Helmut Nowak	Strukturpolitik	
Hubert Pflaum	Rating, Steuern,	Steuerberaterverband Niedersachsen/Sachsen-Anhalt
Michael Piepenschneider	Mittelstandspolitik, Aufbau Ost, Wirtschaft, Finanzen, Mitgliederwerbung, Veranstaltungsplanung, Außenpolitik, Bildung, Bürokratieabbau, Entwicklungspolitik, Europa, Forschung/Innovation, Globalisierung, Kommunalpolitik, Internationale Entwicklung/Wirtschaft, Jugend, Kultur, Medien, PPP, Umwelt, Verwaltung, Immobilienwirtschaft	CDU/CSU-BTF, LTF Sachsen-Anhalt, Junge Union, Deutscher Städtetag, VKU, VKA, SME, Goethe-Institut, Bertelsmann-Stiftung, KAS, Stiftung der Deutschen Wirtschaft, Wirtschaftsjuvenen Deutschland e.V., ASU, BJU, BVMW, UMU, UMW, Ring Deutscher Makler, BAKA, BVB, BFH, DHKT, BDH, BV Freie Berufe, DBwV, Caritas, ULA, u.sonst.
Wolfgang Rabe	Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Existenzgründung,	
Margarete Reiser	Handwerksordnung, Bürokratieabbau, Vergaberecht, Gesundheit, Soziales, KMU	
Gerd Robanus	Neue Technologien, Mitgliederwerbung, Energiepolitik, Forschung/Innovation, KMU-Förderung, Landwirtschaft, Soziale Marktwirtschaft, Wirtschaft	CDU/CSU-BTF, PKM, LTF Hessen, JU, Ludwig-Erhard-Stiftung, Wirtschaftsjuvenen Deutschland e.V., BVMW, DBV, BEE, BBE, BBK, FEE
Frederik Röder	Finanzen, Steuern, Wirtschaft, Bildung, Bürokratieabbau, Demographie, Soziales, Kommunalpolitik, PPP, Soziale Marktwirtschaft	LTF Bayern, KPV Bayern, Stiftung Soziale Marktwirtschaft, BDS/DGV,
Johann-Conrad Rogge.	Verkehr, Neue Soziale Marktwirtschaft, Haushaltssanierung	
Delia Schinkel-Fleitmann.	Gesundheit, Export, Mittelstandsförderung	
Günter Schöneberg	Finanzen, Wirtschaft, Steuern	
Wilfried Sieringhaus.	Aufbau Ost, Strukturschwache Verbände,	
Horst Tarnawski	Neue Technologien, Bürokratieabbau, Kreditvergabe, Umwelt	
Momme Thiesen	Steuerrecht, Freie Berufe	Steuerberaterkammer und Steuerberaterverband
Alfons A. Tönnissen	Privatisierung, Vergaberecht, Bürokratieabbau, Deutsch-Niederländische Zusammenarbeit	Fontane-Gesellschaft
Bernd Wirkus	Bürokratieabbau, Flexibilisierung, Arbeitsmarkt, Aufbau Ost, Bildung, Handwerk, Jugendpolitik, Soziales, Soziale Marktwirtschaft, Verwaltung, Wirtschaftsrecht	Automobil- und Verkehrsverbände



<b>Themengebiete</b>	<b>MIT-Bundesvorstandsmitglieder</b>
<b>Arbeitsmarkt , Ausbildung, Wirtschaft, Ordnungspolitik</b>	H. Michelbach MdB, K.-P. Meinzer, H. Schauerte MdB, P. Jungen, C. Czaja, H. Drießen, N. Eyck, E. Freiheit, C. Gehrman, J. A. Geyer, F. Gotthardt, R. Kiank, B. Lensdorf, W. Lübbe, H. Müller MdB, H. Nowak, M. Piepenschneider, W. Rabe, G. Robanus, F. Röder, G. Schöneberg, B. Wirkus
<b>Armutsbekämpfung</b>	P. Jungen
<b>Aufbau Ost</b>	P. Jungen, C. Gehrman, M. Piepenschneider, W. Sieringhaus, B. Wirkus
<b>Außenpolitik</b>	P. Jungen, M. Piepenschneider
<b>Bankenwesen, Rating, Kreditvergabe</b>	H. Drießen, S. Kühn, H. Pflaum, H. Tarnawski, A. A. Tönnissen
<b>Bildungspolitik, Jugendpolitik</b>	W. Lübbe, M. Piepenschneider, F. Röder, B. Wirkus
<b>Bürokratieabbau, Verwaltung</b>	Dr. C. Ehler MdEP, P. Jungen, H. Drießen, J. A. Geyer, P. Götz, F. Gotthardt, R. Kiank, W. Lübbe, B. Luhr, W. Mößner, M. Piepenschneider, M. Reiser, F. Röder, H. Tarnawski, A. A. Tönnissen, B. Wirkus
<b>Christliche Werte, Kirche, Interreligiöser Dialog</b>	F. Gotthardt, W. Lübbe
<b>Demographie</b>	H. Drießen, F. Röder
<b>Europapolitik</b>	Dr. C. Ehler MdEP, M. Piepenschneider
<b>Finanz- und Steuerpolitik</b>	H. Michelbach MdB, H. Schauerte MdB, P. Jungen, D. Bischoff, C. Czaja, H. Drießen, P. Götz, F. Kapsreiter, S. Kühn, B. Lensdorf, W. Lübbe, H. Müller MdB, H. Pflaum, M. Piepenschneider, F. Röder, J.-C. Rogge, G. Schöneberg, M. Thiesen
<b>Forsch. / Innov., Neue Technolog.</b>	P. Jungen, M. Piepenschneider, G. Robanus, H. Tarnawski
<b>Frauenpolitik, Familien</b>	M.-L. Dött MdB, C. Gehrman, B. Luhr
<b>Freie Berufe</b>	M. Thiesen
<b>Gesundheitspolitik</b>	H. Müller MdB, M. Reiser, D. Schinkel-Fleitmann
<b>Handwerk</b>	C. Czaja, H. Drießen, M. Reiser, B. Wirkus
<b>Industrie</b>	Dr. C. Ehler MdEP, P. Jungen, W. Lübbe, H. Nowak
<b>Int. Wirtschaftspolitik u. Entwicklung, Globalisierung</b>	H. Schauerte MdB, P. Jungen, E. Freiheit, F. Gotthardt, W. Lübbe, M. Piepenschneider, D. Schinkel-Fleitmann
<b>KMU-Förderung, Mittelstandspolitik, PPP, Nachfolge, Betriebsgründung</b>	H. Michelbach MdB, K.-P. Meinzer, H. Schauerte MdB, H. Drießen, E. Freiheit, J. A. Geyer, F. Kapsreiter, P. Götz, R. Kiank, B. Luhr, D. Novak, M. Piepenschneider, W. Rabe, M. Reiser, G. Robanus, F. Röder, D. Schinkel-Fleitmann, A. A. Tönnissen
<b>Kommunalpolitik</b>	B. Ahrons MdHB, H. Michelbach MdB, W. Lübbe, M. Piepenschneider, F. Röder
<b>Medienpolitik, Kultur</b>	P. Jungen, M. Piepenschneider
<b>Menschenrechte, Entwicklungspol.</b>	F. Gotthardt, M. Piepenschneider
<b>MIT-Struktur, Mitgliederwerbung, Netzwerke</b>	B. Ahrons MdHB, K.-P. Meinzer, H. Drießen, N. Eyck, C. Gehrman, F. Kapsreiter, R. Kiank, U. Kombrink, D. Novak, M. Piepenschneider, G. Robanus
<b>Rentenpolitik</b>	U. Kombrink
<b>Sicherheitspolitik</b>	W. Lübbe
<b>Soziale Marktwirtschaft</b>	P. Jungen, S. Kühn, H. Michelbach MdB, G. Robanus, F. Röder, J.-C. Rogge, B. Wirkus
<b>Sozialpolitik</b>	J. Presser, W. Mößner, H. Müller MdB, M. Reiser, F. Röder, B. Wirkus,
<b>Verkehr, Energie, Umwelt, Landwirtschaft, Verbraucherschutz</b>	H. Michelbach MdB, D. Bischoff, M.-L. Dött MdB, F. Gotthardt, B. Lensdorf, W. Lübbe, M. Piepenschneider, G. Robanus, J.-C. Rogge
<b>Währungspolitik</b>	H. Michelbach MdB, P. Jungen, H. Drießen
<b>Wirtschaftsrecht, Rechtspolitik</b>	D. Bischoff, B. Wirkus

**Anlage 4: Einladungsentwurf „Gespräche am Brandenburger Tor“**



Veranstaltungen gibt es viele, echte Gespräche sind hingegen immer seltener geworden. Das Brandenburger Tor ist mit der Deutschen Einheit zum Symbol für Offenheit und Freiheit, Aufbruch und Veränderung geworden. Wir wollen an diesem geschichtsträchtigen Ort offen und frei miteinander reden. Nicht das ritualisierte öffentliche Podium ohne Austausch, sondern das persönliche und offene Gespräch in kleinem Kreis, nicht Plattüden, sondern ehrlicher Meinungsaustausch ohne ein Blatt vor den Mund zu nehmen - das ist unser Ziel. Politik und Gesellschaft haben sich auseinander gelöst. Das wollen wir ändern. Spannende, fruchtbare und erkenntnisreiche Begegnungen und Diskussionen mit Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst und Medien erwarten Sie.

**Gespräche  
 am  
 Brandenburger Tor**

Rückseite  
 Ausstanzung

AD MIT Einladungskarte Gespräche am Brandenburger Tor (Entwurf 1 - 17.04.2004)



Mittelstands- und  
 Wirtschaftsvereinigung  
 von CDU und CSU

**Persönliche Einladung**




**Gespräche am Brandenburger Tor**

Mittwoch, 12. Mai 2004  
 18.30 Uhr

Haus der Dresdner Bank  
 Pariser Platz 2, 10117 Berlin

**MIT**

1535  
 1536  
 1537  
 1538

1539 **Anlage 5: Neuer Aufnahmeantrag der MIT**

## Aufnahmeantrag



Hiermit bitte ich um die Aufnahme in die Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU.

Die grau hinterlegten Felder werden von der MIT ausgefüllt.

Mitgliedsnummer	LV/KV	Kriterium
Name / Vorname	Strasse / Nummer	
PLZ	Ort	Geburtsdatum
Beruf	Telefon	Telefax
Berufliche Tätigkeit	Branche	
e-mail Adresse	Eintrittsdatum	

- Selbständig  
 Nicht selbständig  
 CDU - Mitglied

Nach Zustimmung des zuständigen Kreisverbandes wird die Mitgliedschaft wirksam. Die im Aufnahmeverfahren erhobenen persönlichen Daten dienen der MIT-Arbeit und werden von der MIT zum Zweck vereinigungsinterner Daten- und Textverarbeitung elektronisch gespeichert und verarbeitet (§§28,33 DSGVO).

\_\_\_\_\_  
Unterschrift Neumitglied

\_\_\_\_\_  
Unterschrift des MIT - Kreisvorsitzenden

### Einzugsermächtigung

Hiermit ermächtige ich die MIT, bis auf Widerruf meinen Jahresbeitrag und die einmalige Aufnahme spende von folgendem Konto abzubuchen:

Kontoinhaber: Name / Vorname	BLZ
Konto-Nummer	Name und Ort des Geldinstituts

### Die Aufnahme spende für meinen

- Kreisverband  Landesverband  Bundesverband

beträgt einmalig \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_€

Mein Mitgliedsbeitrag beträgt monatlich \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_€  
(Wird als Jahresbeitrag im Februar jeden Jahres eingezogen / in Rechnung gestellt.)

\_\_\_\_\_  
Unterschrift Kontoinhaber

Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU  
Charitéstraße 5 · 10117 Berlin-Mitte  
Tel.: 0 30.22 07 98-0 · Fax: 0 30.22 07 98-22

**... Mitglied werden!**

1540