

1 **Beschluss einstimmig**
2 **Antragsteller: SPD-Regionalvorsatnd/-ausschuß Mittelrhein**
3 **Arbeitsprogramm der SPD-Mittelrhein**

4
5
6 Die Region Mittelrhein zeigt ein vielfältiges und offenes Bild: Moderne Forschungs- und Bildungseinrichtungen,
7 eine starke Industrie, gut aufgestellte Dienstleistungsunternehmen, ein abwechslungsreiches Kultur-
8 und Freizeitangebot, vielfältige und biologisch wertvolle Natur und vor allem die Menschen prägen
9 unsere Region.

10
11 In der Vergangenheit und insbesondere seit der letzten Landtagswahl zeichnen sich in dieser Region von
12 NRW zunehmende schwarz-grüne Bündnisse ab. Als SPD stellen wir in der Stadt Leverkusen den Oberbürger-
13 meister, im Landkreis Euskirchen den Landrat, in den kreisangehörigen Gemeinden stellen wir 17 Bürger-
14 meisterinnen und Bürgermeister. Acht unserer Mitglieder sind Abgeordnete im Bundestag und im Land-
15 tag von NRW sind wir mit insgesamt vier Abgeordneten für die gesamte Region vertreten. Dies stellt uns
16 alle vor eine große Aufgabe und eine besondere Herausforderung, der wir uns gemeinsam stellen müssen
17 und die wir auch nur gemeinsam meistern können.

18
19 Das Rheinland wächst und zieht immer mehr Menschen an. Dieser Zustrom wird uns als Politiker sehr for-
20 dern, denn Themenbereichen wie bezahlbarer Wohnraum, ein gut ausgebauter ÖPNV, gute und neue Ver-
21 kehrsweg, moderne Bildungseinrichtungen für Kinder und Jugendliche oder auch der Ausbau einer guten
22 digitale Infrastruktur werden durch diesen Zuwachs an Menschen noch dringender eingefordert werden.

23
24 Für die Städte entlang der Rheinschiene, Leverkusen, Köln und Bonn, aber auch für Aachen stellt dies eine
25 besondere Herausforderung dar. Der Bevölkerungszuwachs bedeutet vor allem in diesen Metropolen einen
26 steigenden Druck auf den Wohnungsmarkt, der sich dort bereits in den stetig steigenden Mietpreisen spie-
27 gelt. Der Bevölkerungsdruck und die damit einhergehenden steigenden Mieten sowie stärkere Nachfrage
28 nach Bauland macht sich darüber hinaus zunehmend in Regionen um die Metropolen bemerkbar.

29
30 Unsere geschlossene Zusammenarbeit ist deshalb kein Selbstzweck, sondern soll der Anknüpfungspunkt für
31 unsere zukünftige Arbeit sein. Denn wir wollen die Partei sein, die die besten Antworten auf die großen
32 Herausforderungen unserer Zeit haben wird. Uns stehen gravierende Veränderungen bevor, auf die gut
33 ausgewogene soziale Antworten gefunden werden müssen. Wir wollen hier die Partei sein, die diese Ant-
34 worten glaubhaft in der Region kommunizieren wird. Für die bevorstehenden Wahlen müssen wir uns des-
35 halb fragen:

36
37 Wie wollen und/oder wie werden wir

- 38
39 -die Erfolge der Bundesregierung kommunizieren?
40 -die Menschen in der Region erreichen?
41 -Auf welche Themen setzen wir als SPD?
42 -Wie bauen wir unser Personal / unsere Kandidat: innen
43 für die Wahlen auf?

45 Ein guter und direkter Kontakt zu den Menschen vor Ort muss unser wichtigstes Vorhaben sein. Wir müssen
46 Präsenz zeigen und ins Gespräch kommen.

47

48 Wir müssen sichtbar werden und zeigen, dass wir Antworten auf die drängenden Probleme haben, das po-
49 litische Handwerk beherrschen und Menschen in unseren Reihen haben, die glaubwürdig dafür stehen.

50

51 **Europawahl**

52

53 Der AK Europa hat Überlegungen für die Europawahlkampagne (Frühjahr 2024) aufgenommen. Ein derzeit
54 16-köpfiges Team mit Vertreter: innen aus 7 Unterbezirken und diversen AGs/AKs erarbeitet unter Leitung
55 von Arno Gildemeister ein Konzept. Während der Mittelrhein-Klausur hat Arno dazu bereits erste Kernge-
56 danken vorgestellt:

57 Erstens ist es wichtig, dass die Kampagne die gesamte Region mit ihren vielfältigen urbanen und ländlichen
58 Räumen anspricht. Dafür ist ein regionales Wahlkampfteam eingerichtet worden, dessen Mitglieder in mög-
59 lichst allen Unterbezirken aktiv und verwurzelt sein sollen. Das Team soll sich eng über Strategie, Zielgrup-
60 pen, Kernbotschaften, Methoden und Aktionen abstimmen. Innerhalb des Teams werden Kompetenzen ge-
61 bündelt, beispielsweise für Zielgruppenanalyse, Strategie, Medienarbeit, Social Media, Graphik/Layout, Tex-
62 ten, Gegnerbeobachtung, Organisation von Veranstaltungen, Aktionen und Straßenwahlkampf etc. Wie
63 auch bei vorherigen Europawahlkampagnen wäre es hilfreich, wenn mehrere Personen aus unterschiedli-
64 chen UB kandidieren und sich den Außenauftritt aufteilen. Unterbezirke, sowie AGs und AKs sind aufgefor-
65 dert, bis (xx.xx.2022 wird noch festgelegt) mögliche Kandidat: innen und Interessierte, bzw. Ansprechpart-
66 ner: innen für das Wahlkampfteam zu benennen.

67 Zweitens sollen bereits die Jahre 2022/23 für die innerparteiliche und außerparteiliche Vernetzung genutzt
68 werden. Bereits jetzt wird das Fundament für eine durchschlagende Kampagne gelegt. Insbesondere sollen
69 2023 mehrere Veranstaltungen und Workshops mit strategisch relevanten Akteuren der Zivilgesellschaft
70 („Multiplikatoren“) stattfinden, bevor schließlich Ende 2023 die öffentliche und mediale Positionierung in-
71 tensiviert und ab Februar/März 2024 die heiße Phase des Wahlkampfes eingeläutet wird. In dieser frühen
72 Phase können bereits wichtige Themenfelder abgesteckt und themenbezogene Netzwerke aufgebaut wer-
73 den, die dann bei Bedarf in der heißen Phase des Wahlkampfes aktiviert und mit Kernbotschaften bedient
74 werden. Das Wahlkampfteam bereitet zielgruppenspezifische Veranstaltungen vor (z.B. für gewerkschaftli-
75 che Kreise, Sozialverbände, klimapolitisch Engagierte ...), bei denen Akteure außerhalb der Partei mit einem
76 oder mehreren prominenten Vertreter: innen der Sozialdemokratie zusammentreffen (z.B. Yasmin Fahimi,
77 Andrea Nahles, Frans Timmermans ...) und sich zu einem fachlichen Thema austauschen. Das Format soll
78 möglichst interaktiv sein, etwa indem in einer moderierten Diskussion Handlungsoptionen gesammelt und
79 visualisiert werden („World Café“ oder „Runder Tisch“). Solche Formate ermöglichen den Aufbau bzw. die
80 Vertiefung eines vertrauensvollen Dialogs. Gute Netzwerke erhöhen die Reichweite von Kernbotschaften
81 im Wahlkampf.

82 Drittens wird es darauf ankommen, übergreifende Narrative zu entwickeln, welche sich für die wichtigsten
83 Zielgruppen gut zuspitzen lassen. Ein unspezifisches „Europa ist die Antwort“ reicht nicht aus, um sozialde-
84 mokratische Wählerschaft zu mobilisieren. Die Vielfalt der Zielgruppen (urbane/ländliche Milieus, Alters-
85 gruppen, berufliche Kontexte und Lebenshintergründe) erfordert eine differenzierte, adressatengerechte
86 Ansprache. Für die einen ist Europa wichtig als Anker der Stabilität und Hort der Demokratie, für andere
87 geht es um gesellschaftlichen Fortschritt und soziale Teilhabe, und für wieder andere stehen die sozial-öko-
88 logische Transformation und der Klimaschutz im Vordergrund.

89 Das ausgearbeitete Konzept soll bei der Sitzung des Regionalvorstandes am XX. November 2022 vorgestellt
90 werden.

91

92 **Bundestagswahl**

93

94 Um den Bundestagswahlkampf erfolgreich enden zu lassen, wollen und müssen wir als SPD Mittelrhein die
95 Erfolge unserer jetzigen Bundesregierung auch als unsere authentisch kenntlich zu machen. Wir müssen
96 zeigen, was wir als SPD gefordert haben, was wir durchgesetzt haben, warum und an welcher Stelle unsere
97 Anliegen gescheitert sind. Unsere Rolle in der Regierung muss deutlich hervorgehoben und von den anderen
98 Koalitionspartnern abgegrenzt werden. Dafür müssen wir klar und deutlich erklären, was möglich war, denn
99 als Politiker: innen wissen wir, es kann nicht alles durchgesetzt werden, wie es gefordert wird. Gleichzeitig
100 müssen wir Herausforderungen und Probleme der Menschen, insbesondere solche, die unsere Region in
101 ihrer spezifischen Situation betreffen, an die Bundesregierung transportieren und dort um Lösungen wer-
102 ben.

103

104 **Kommunalwahl**

105

106 Die Kommunalpolitik der SPD wird vor Ort eine entscheidende Rolle einnehmen und auf eine soziale und
107 zukunftsfähige Gestaltung in der Region großen Einfluss nehmen. Die Gestaltungsmöglichkeiten werden
108 hier an Bedeutung gewinnen, denn diese kommen öfter direkt bei den Menschen vor Ort an oder werden
109 durch diese wahrgenommen. Die politischen Maßnahmen dafür müssen wir nicht neu erfinden. Wir müssen
110 aber gut und eng zusammenarbeiten und uns gegenseitig und solidarisch unterstützen.

111 Als Vorbereitung für die Kommunalwahlen haben wir deshalb auf unserer Klausur im August beschlossen,
112 eine Kommunalkonferenz gemeinsam mit den Regionalratsfraktionen unter Einbindung der Bürgermeis-
113 ter: innen und Fraktionsvorsitzenden der einzelnen Kreise und Städte einzuberufen, um auch offene Fra-
114 gen (u. a. zur Personalfindung, Landschaftsverbänden, Regionalräten) anzusprechen und Lösungsansätze
115 zu diskutieren.

116

117 Wir in der Region Mittelrhein brauchen für die nächsten Kommunalwahlen engagierte Menschen aller Ge-
118 nerationen, die mit Leidenschaft und Strahlkraft für unsere sozialdemokratischen Ideen offen eintreten.
119 Unsere Aufgabe ist es, sie für ihre wichtige Arbeit in Landschaftsversammlung, Regionalräten, Kreistagen
120 und Räten gut auszubilden und vorzubereiten. Ohne genügend qualifizierte Kandidat:innen, können wir die
121 SPD in Zukunft nicht arbeitsfähig und auch nicht schlagkräftig halten. Mithilfe unsere Bildungswerke wollen
122 wir sie erreichen und für die Arbeit in Kommunalparlamenten motivieren, um für unsere Partei mit Verant-
123 wortung zu übernehmen.

124

125 **Medienpolitik**

126

127 Für die geplant stattfindenden Personalwechsel in den Rundfunkräten 2026/27 müssen wir geeignete Nach-
128 folger: innen finden und diese aufbauen. Es ist wichtig, dass wir uns hier frühzeitig darüber austauschen
129 und einigen.

130 Diese Menschen sollten ein Interesse an Medienpolitik zeigen und die Rundfunkräte als Diskussionsplatt-
131 form bereichern. Wir wollen uns auch intensiver damit befassen, welche Rahmenbedingungen die Politik in
132 Bund und Land verbessern muss, um insbesondere bei den regionalen und lokalen Tageszeitungen Medien-
133 vielfalt und Qualitätsjournalismus auch in Zukunft zu erhalten.

134

135 **Sozialdemokratische Antworten für moderne, liberal geprägte Gesellschaften**

136

137 Die Sozialdemokratie braucht neue Antworten für globale, offene, bürgerlich geprägte Milieus, die vor-
138 schnell als grüne Milieus bezeichnet werden. Das politische Angebot darf nicht auf die Frage des Klima- und
139 Umweltschutzes verkürzt werden. Dies ist eine Grundlage nachhaltiger, progressiver Politik.

140 Die Hauptdebatte ist sozialdemokratisch geprägt und dreht sich um die Fragen gerechter Teilhabe, echter
141 Partizipation und Gestaltung einer inklusiven Stadtgesellschaft versus geschlossener Milieus der neuen, gut
142 situierten Aufsteiger.

143 Die zweite Achse des Diskurses verläuft entlang der Frage nach der Bereitstellung guter sozialer Dienste,
144 Wohlfahrt und öffentliche Güter (Kita, Bildung, Ordnung, Wohnen...).

145 Dahinter steht die bekannte und sozialdemokratische „gemeinsame Debatte“ Privat vor Staat, handlungs-
146 fähiger Staat oder entschuldete Städte. Wir werden zeigen, dass viele Themenschwerpunkte in einer engen
147 Wechselwirkung miteinander stehen und oft nicht für sich allein gelöst werden können. Der Bevölkerungszuwachs
148 erfordert z. B. den Bau von Wohnungen. Es ist deshalb nicht die Lösung von vorneherein, allen
149 Wohnbauprojekten eine Absage zu erteilen. Wir brauchen Antworten darauf, wie dies im Einklang mit der
150 Natur und dem Klima funktionieren kann. Es müssen ökologisch-nachhaltige, aber auch vor allem sozialge-
151 rechte Antworten gefunden werden und wir werden die Partei sein, die für diese großen Herausforderung
152 überzeugende Antworten hat.

153 Wir werden die Menschen überzeugen, indem wir unsere Vorstellungen einer sozialgerechten, aber auch
154 ökologisch nachhaltigen Politik plausibel kommunizieren.

155

156 **Umgang ländlich/städtischer Bereich**

157

158 Klar ist: Bestimmte Themenschwerpunkte müssen bezüglich örtlicher Gegebenheiten, je nachdem ob es die
159 Städte oder das platte Land betrifft, gesondert betrachtet werden.

160 Am Beispiel Mobilität stellt sich im ländlichen Bereich nicht die Frage, wie viele Busse dort fahren, sondern
161 ob der Bus überhaupt fährt.

162

163 Auch Thema beim Wohnen werden wir unterschiedlichen Perspektiven und Lebensrealitäten berücksichti-
164 gen. Während die Menschen in den Metropolen wie Köln teilweise Mietspiegel von 19€ pro Quadratmeter
165 Kaltmiete akzeptieren müssen, ist dies eine Frage, die im ländlichen Bereich nicht die erste Priorität hat.

166 Diese stark auseinanderfallenden Themenschwerpunkte werden wir identifizieren und Lösungsansätze aus-
167 arbeiten.

168 So wird es uns gelingen, die Menschen von unserer sozialdemokratischen Idee zu überzeugen.

169

170 **Arbeitsgemeinschaft Listenberechnung**

171

172 Wir wollen sicherstellen, dass die 4,5 Millionen Einwohner: innen des Regierungsbezirks Köln auch in unse-
173 rer Partei repräsentiert werden und wir dort als starke Region wahrgenommen werden. Die NRWSPD ist
174 keine Regionalpartei! Diese Herausforderung werden wir mit vier Landtagsabgeordneten angehen und si-
175 cherstellen, dass die Bedürfnisse der Genoss:innen in unserer Region stark und laut sichtbar werden. Wir
176 müssen dafür kämpfen, dass faire Landeslisten aufgestellt werden und wir werden deshalb Kriterien für
177 einen gerechten Verteilungsschlüssel ausarbeiten.

178

179 **Regionalplanung**

180

181 Der Regionalplan hat als querschnittsorientierter Gesamtplan die Aufgabe auf der einen Seite die natürli-
182 chen Lebensgrundlagen zu sichern und auf der anderen Seite Raum für Bevölkerungs- und Wirtschaftsent-
183 wicklung als auch Infrastrukturmaßnahmen auszuweisen. Folgende Themenschwerpunkte gehören u. a.
184 dazu:

185 -Verkehrsplanung in Städten und auf dem Land

186 -Stadtentwicklungsplanung

187 -Steuerung der Siedlungs- und Freiraumentwicklung

188 -Großflächige Einzelhandelsentwicklungen

189 -Standortvorsorge technischer Infrastrukturen

190 -Raumansprüche erneuerbarer Energien

191 -Rohstoffsicherung

192 -Gewässer- und vorbeugender Hochwasserschutz.

193

194 Die Festlegung dieses Planes wird maßgeblich dafür verantwortlich sein, wie sich unsere Region entwickeln
195 kann und wird.

196 Aus der schwarz-grünen Politik lässt sich vielerorts (besonders in Städten wie Köln) jetzt schon ableiten,
197 dass einer sozialgerechten, wirtschaftlich gut ausgewogenen und nachhaltigen Stadtentwicklung von vor-
198 neherein eine Absage erteilt wird. Diese Blockadehaltung zeigt sich durch massive Kürzungen in der Regio-
199 nalplanung. Fragen nach bezahlbarem Wohnraum für alle Menschen oder einer ökologisch-ausgewogenen
200 Nachverdichtung werden überhaupt nicht mehr diskutiert.

201

202 Wir werden in den großen Herausforderungen unserer Zeit auch die Chancen sehen, die sich für die Men-
203 schen daraus ergeben können. Einfach nur NEIN zu sagen, wird jedenfalls nicht die Lösung sein.

204

205 **Strukturwandel im Rheinischen Revier**

206

207 Der Ausstieg aus der Braunkohle und der sozialverträgliche Einstieg in eine neue zukunftsfähige Energieregion
208 sind die zentrale Herausforderung im Rheinischen Revier. Die Auswirkungen dieses Wandels reichen
209 jedoch weit über die Braunkohlebranchen i.e.S. hinaus. Über die rund 14.000 direkt und indirekt in den
210 Braunkohle-Branchen des Rheinischen Reviers Beschäftigten sind rd. 32.000 Arbeitnehmer:innen in den
211 energieintensiven Branchen des Verarbeitenden Gewerbes, z.B. in der Aluminium-Industrie, betroffen.
212 Gleichzeitig sind Unternehmen der Region mit weiteren Transformationsprozessen konfrontiert: der Digi-
213 talisierung, der Transformation der Fahrzeugindustrie, der Dekarbonisierung der Industrie. Auch hier stehen
214 Arbeitsplätze über kurz oder lang im Feuer, auch hier be- und entstehen Anpassungs- und Unterstützungs-
215 bedarfe.

216 Die vorhandenen Strukturfördermittel sind eine große Chance für die Zukunftsentwicklung der Region.
217 Diese Strukturfördermittel sollen primär den Zweck haben, zukunftsfähige industrielle Strukturen und gute
218 zukunftsfähige Beschäftigung zu befördern.

219 Derzeit fließen viele Strukturfördermittel in die Produktion von Wissen. Eine zu starke Konzentration auf
220 F&E-Projekte mit unklarem regionalem Bezug wird dem Zweck der Strukturförderung aber nicht gerecht.
221 Die Förderung von F&E ist wichtig. Doch gerade bei der Skalierung von Pilotprojekte hin zur industriellen

222 Produktion, die tatsächlich Arbeitsplätze schafft, stoßen Betriebe auf Hürden wie das Beihilferecht. Hier gilt
223 es praxisnahe Regelungen zu schaffen, die auch Unternehmen im Bestand in Anspruch nehmen können.
224 Gerade kleine und mittelständische Unternehmen sind zudem weit weniger als Großunternehmen und
225 große Forschungseinrichtungen in der Lage, staatliche Unterstützungsangebote für sich zu nutzen. Kommt
226 die Hilfe nicht an, bleibt der Wandel stecken, sind Arbeitsplätze bedroht.

227

228 Auch Menschen brauchen Planungssicherheit. Hin- und herwogende Debatten über vorgezogene Ausstiegs-
229 zeitpunkte und die damit verbundenen Konsequenzen verspielen Vertrauen bei Unternehmen und betroffe-
230 nen Arbeitnehmer:innen.

231 Sollte ein Ausstieg dennoch früher erfolgen, dann muss in jedem Fall die Summe der Fördermittel an die
232 aus einer Beschleunigung entstehenden Bedarfe angepasst werden

233

234 Das Rheinische Revier wird nur dann eine industrielle Zukunft haben, wenn die Energieversorgung weiterhin
235 gewährleistet ist. Stark steigende Energiepreise infolge des Krieges in der Ukraine gefährden auch die Trans-
236 formation im Rheinischen Revier.

237

238 Eine Spaltung in Gewinner und Verlierer des Strukturwandels muss möglichst vermieden werden. Wir wol-
239 len einen fairen Wandel für alle Arbeitnehmer:innen. Ein Schlüssel dafür ist Qualifizierung. Doch die Corona-
240 Krise und die Transformation haben bekannte Schwächen einmal mehr offengelegt: Unklare Qualifizie-
241 rungsbedarfe, die starke soziale Selektivität bei der Weiterbildungsteilnahme, auch Probleme mit der Wei-
242 terbildungsbereitschaft einerseits, eine zersplitterte Weiterbildungslandschaft und Unsicherheit über zu-
243 künftige Qualifizierungsinhalte und Kompetenzen andererseits.

244