

---

## Unser Land. Wir sind stol

Eine Aktion der Jungen Union Hessen  
zum Thema Patriotismus



Leitfaden für die Umsetzung und Unterstützung der Aktion  
in den Stadt- und Gemeindeverbänden der Jungen Union Hessen

## IMPRESSUM

Herausgeber: Junge Union Hessen  
Frankfurter Straße 6 | 65189 Wiesbaden  
Telefon: 0611-379097 | Fax: 0611-371020  
eMail: [ju@ju-hessen.de](mailto:ju@ju-hessen.de) | Internet: [www.ju-hessen.de](http://www.ju-hessen.de)

Verantwortlich: Peter Tauber | Landesvorsitzender Junge Union Hessen

Wiesbaden, 2005

# Unser Land. Wir sind stolz drauf.

## INHALT

|                                  |         |
|----------------------------------|---------|
| Vorwort .....                    | 4       |
| Grundidee und Konzept.....       | 5 - 7   |
| Hintergrundinformationen.....    | 8 - 11  |
| Internetseite.....               | 12 - 13 |
| Werbemittel.....                 | 14 - 15 |
| Aktionsvorschläge.....           | 16 - 17 |
| Pressearbeit .....               | 18      |
| Pressemitteilungen (Muster)..... | 19 - 20 |
| Tipps.....                       | 21      |
| Links .....                      | 22      |
| Bestellformular.....             | 23      |

## VORWORT

Liebe Freunde,

„Ich spüre, daß ich mit großer, heißer Liebe mit Deutschland verwachsen bin, so stark, daß ich manchmal meine, ich spürte, wie es lebt und atmet, ich fühlte seine Schmerzen und seine Not am eigenen Leibe. Und ich sehe es als hohe Aufgabe an, die ein Menschenleben wert ist, es in seiner Vielgestaltigkeit begreifen zu lernen, so daß man dafür kämpfen und sich opfern kann.“ Mit diesem Satz hat einer der Männer des 20. Juli 1944, Fritz Dietlof Graf von Schulenburg, seinen Widerstand gegen Adolf Hitler begründet. Dieses Denken scheint uns heute fremd. Zum Glück, so muß man ja feststellen, braucht heute niemand sein Leben zu riskieren, um für eine Überzeugung einzustehen oder sich für Andere einzusetzen. Dennoch zeigt das Zitat eines: Es lohnt sich, darüber nachzudenken, was Deutschland ausmacht, was uns als Deutsche, als Menschen, die wir in diesem Land leben, zusammenhält. Sicherlich gibt es viele Dinge, die uns nicht gefallen, die uns stören. Doch sicherlich gibt es auch Gutes. Mit „bescheidenem Stolz“, so Arnulf Baring können die Deutschen auf ihr Land schauen. Das gilt für unsere Geschichte seit Gründung der Bundesrepublik aber sicher auch für viele historische Ereignisse in der deutschen Geschichte. Das Bekenntnis zum eigenen Land schließt den kritischen Umgang mit der eigenen Geschichte, mit dem dunkelsten Kapitel in der Geschichte unseres Volkes – die Zeit des Nationalsozialismus – mit ein.

## Unser Land. Wir sind stolz drauf.

Wir wollen dazu einladen, darüber zu diskutieren, warum es sich lohnt, sich zu Deutschland zu bekennen, sich einzubringen, unser Land und damit unsere Zukunft selbst zu gestalten. „Frage nicht, was dein Land für dich, sondern was du für dein Land tun kannst“, hat John F. Kennedy einmal gesagt. Eine solche Haltung setzt ein positives Bekenntnis zur eigenen Nation voraus. Dafür sollten wir als Junge Union werben, denn nur dann können wir die Probleme unseres Landes lösen und als gleichberechtigter Teil unseren Platz in Europa gemeinsam mit unseren Freunden und Verbündeten einnehmen und gestalten.

Euer



Peter Tauber

Landesvorsitzender Junge Union Hessen

## GRUNDIDEE und KONZEPT

Trotz aller gegenwärtigen Probleme und Diskussionen: Deutschland ist ein wunderbares Land. Seine Menschen haben immer wieder Erstaunliches geleistet und mit ihren Ideen und Taten für Andere das Leben lebenswerter gemacht und Bleibendes geschaffen. Wir können stolz sein auf das Land unserer Väter und auf die Entwicklung Deutschlands - vor allem nach 1945. Das wollen wir auch laut und deutlich sagen. Wir wollen ein positives und unverkrampftes Verhältnis zu unserer eigenen Nation, so wie unsere europäischen Freunde und Verbündeten. Dabei gilt es, auch die Brüche und das Schreckliche in unserer Geschichte als eben ein Teil der deutschen Geschichte anzunehmen. Wir glauben: Ein positives Verhältnis zu unserem Land und seinen Werten ist auch Grundvoraussetzung zur Bewältigung der entscheidenden Zukunftsfragen und zur Findung unserer Rolle als Deutsche in der europäischen Völkerfamilie und der Weltgemeinschaft.

Unser Land. Wir sind stolz drauf.

Der Spruch „Unser Land. Wir sind stolz drauf.“ formuliert das Bekenntnis zu Deutschland durch das Wort „unser“. Deutschland ist das Land in dem wir leben. Wir sehen hier unsere Zukunft. Dadurch wird zugleich der Anspruch deutlich, daß wir auch selbst entscheiden und gestalten wollen, was in diesem Land passiert und wie es in Zukunft aussehen soll. Die junge Generation soll im Dialog mit denjenigen, die heute Entscheidungen für die Zukunft treffen, die Stimme erheben und ihre eigenen Vorstellungen von einem Deutschland im Jahre 2030 einbringen.

Das Verhältnis der Deutschen zu ihrer eigenen Nation hat sich in den letzten Jahrzehnten immer wieder gewandelt. Das es in den letzten 50 Jahren immer wieder geprägt war von den Folgen der nationalsozialistischen Gewaltherrschaft, dem II. Weltkrieg und der deutschen Teilung ist klar. Die heute junge Generation ist sich der Verantwortung unseres Volkes vor der Welt, die aus unserer Geschichte erwächst, sehr wohl bewußt. Gerade daraus leiten wir aber die Notwendigkeit ab, uns mit unseren Stärken dieser Verantwortung zu stellen und in Frieden und Freiheit für eine gute Zukunft Deutschlands zu arbeiten und zu streiten. Die europäische Einigung und die enge Verbindung mit unseren transatlantischen Bündnispartnern bietet hierzu die besten Voraussetzungen.

Zusätzlich machen wir mit unserer Aktion deutlich, daß wir gerne in Deutschland leben und auf viele Dinge in der Gegenwart aber auch in der deutschen Geschichte zu recht stolz sein können. Wir sind der Überzeugung, daß sich die junge Generation den Problemen und Risiken, aber auch den Chancen im eigenen Land stellen sollte. Nur dann hat die junge Generation eine Zukunftsperspektive und kann die Probleme Deutschlands lösen.

## Gegen Rechtsradikalismus

Die Verfassungsschutzberichte des Bundes und der Länder aber auch die jüngsten Wahlergebnisse in Mitteldeutschland zeigen, daß rechtsradikales Gedankengut teilweise auch gerade bei jungen Menschen auf fruchtbaren Boden fällt. Hier verfangen nicht so sehr menschenfeindliche Bilder, also vielmehr patriotisches und nationales Gedankengut. Die Menschen sprechen scheinbar den demokratischen Parteien eine solche Haltung ab. Wir wollen aber deutlich machen: Wir sind Demokraten und Patrioten, wir lieben unser Land. Wer so empfindet braucht keine Rechtsradikalen. Er findet seine politische Heimat auch bei den demokratischen Parteien.

## Der Gartenzweig

Seit August Heissner 1872 im thüringischen Gräfenroda mit der Serienproduktion des Gnom – wie der Gartenzweig damals bezeichnet wurde – begann, ist er in unseren Gärten anzutreffen. Andere Quellen sprechen davon, daß Philipp Griebel um 1880 in Gräfenroda den ersten Gartenzweig aus Ton geformt haben soll.



Der Gartenzweig nahm seinen Siegeszug von Deutschland aus. Nachdem vor über 100 Jahren immer mehr Manufakturen sich mit der Herstellung von Gartenzweigen befaßten, stockte zwischen 1914 und 1945 der Absatz. Erst danach kam die ganz große Verbreitung. Nach Schätzungen stehen heute in deutschen Gärten an die 25 Millionen Gartenzweige.

„Unser Zwerg“ stammt aus der in Deutschland seit langer Zeit so weit verbreiteten Familie der Gartenzweige, welche millionenfach in den Gärten stehen und ein fester Bestandteil von Deutschland sind. Der kleine Zwerg mit Schubkarre und Handy verbindet so symbolisch die Traditionen von Deutschland mit dem Fortschritt, den modernen Technologien, welche immer wieder in unserem Land entwickelt werden und auf die wir zu recht stolz sein können. Und nebenbei zeigt er auch gleichzeitig, daß wir alle mit anpacken müssen, damit wir unser Land gemeinsam wieder nach vorne bringen.

Unser Gartenzweig gibt der Aktion mit einem ernsten Hintergrund das notwendige Augenzwinkern und steht symbolisch für die „typisch deutsche“ Kultur und Identität.

## Typisch deutsch – Was ist das eigentlich?

„Typisch deutsch“ sein? Und was ist das eigentlich? Gibt es so etwas wie einen Volkscharakter? Bei dem Versuch, Antworten auf diese Fragen zu finden, spielen „Kultur“ und „Identität“ eine wichtige Rolle. Begriffe, die uns Deutschen oft Kopfschmerzen bereiten. Ist vielleicht auch das „typisch deutsch“?

Wie kommt es überhaupt zu einer Identität? Der Mensch wird in eine Kultur hineingeboren, er wird von ihr geprägt. Er nimmt mehr oder weniger die Traditionen und Werte der Menschen an, mit denen er lebt und sich umgibt. Er lernt ihre Verhaltensweisen, identifiziert sich mit den gültigen Leitvorstellungen und passt sich den herrschenden Lebensstilen an. Dadurch wird er Teil einer Gemeinschaft und entwickelt seine eigene Identität.

Manche Klischees und Vorurteile werden sich immer hartnäckig halten. Dennoch kann man bei der Frage was ist „typisch deutsch“ gegen fragen: Was kann typisch sein für ein Land, in dem mehr als 80 Millionen Menschen leben? Vielleicht ist es ja typisch, daß es den Deutschen manchmal schwer fällt, positiv über sich selbst zu reden? Doch die Worte zur Beschreibung der deutschen Mentalität wären wohl folgende: gastfreundlich, großzügig und hilfsbereit, natürlich gerne pünktlich, engagiert und arbeitsam.

Früher blieben die meisten Menschen ihr Leben lang an dem Ort, in dem sie geboren wurden. Das führte dazu, daß sich verbindende Gemeinsamkeiten innerhalb eines bestimmten Kreises entwickeln konnten. In der heutigen Gesellschaft, die immer mobiler und vermischer wird, hat sich die Vorstellung einer einheitlichen Identität gewandelt. Homogene Kulturkreise gibt es nicht mehr. Multikultur und Globalisierung führen zu immer neuen Identitäten, Mentalitäten ändern sich von Generation zu Generation. Deutsch spricht man nicht nur in Deutschland.

## HINTERGRUNDINFORMATIONEN

### Nationale Symbole

#### Die Farben Schwarz Rot Gold

Das heilige Römische Reich Deutscher Nation konnte aufgrund seiner Struktur keine allgemeingültigen Nationalfarben entwickeln. Anders sah dies freilich in den Ländern, wie Bayern, Baden, Österreich und in den Städten Hamburg und Frankfurt aus. Nach dem Ende des Reiches 1806 und dem erwachenden Wunsch den Deutschen eine geeinte Nation zu bauen, begann man mit der Suche nach geeigneten Symbolen. Die preußischen Farben Schwarz und Weiß und auch die Farben der Habsburger Monarchie Schwarz und Gelb waren denkbar ungeeignet den Gedanken und Wunsch nach einem geeinten Deutschland zum Ausdruck zu bringen.

Der Dichter Theodor Körner hatte durch seine Schilderungen und Gedichte über die Freiheitskriege die Uniformen der Lützower Jäger volkstümlich werden lassen. Die schwarzen Uniformen mit den roten Vorstößen und den goldenen Knöpfen waren den Menschen ein Begriff. Zunächst übernahmen die Burschenschaften, die Studenten unter denen sich viele Freiheitskämpfer befanden, diese Farben. Daraus entwickelten sich die Bundesfarben der Bursche, Rot und Schwarz und Gold. Auch auf dem Wartburgfest 1817, bei dem die Burschenschaften für nationale Einheit, gegen Fürstenherrschaft und für Demokratie eintraten, wurden diese Farben, nun in der später gängigen Reihenfolge schwarz-rot-gold gezeigt. Auf dem Hambacher Fest 1832, eine Versammlung, die für Reformen und nationale Einheit eintrat, zweifelte niemand mehr daran, daß dies die deutschen Farben seien. Während der Zeit des Paulskirchenparlaments schuf man sogar ein Flaggengesetz und die Menschen sahen in diesen Farben ein Symbol für eine beginnende neue und bessere Zeit. Viele waren bereit, für ihre Ideale und Ziele einzutreten: „Schwarz wie die Zeit in der wir leben, rot wie unser Blut, das wir bereit zu geben sind und golden wie die Sonne, die uns in der Zukunft scheinen wird!“



Nach dem Scheitern der Revolution blieben die deutschen Farben denjenigen vorbehalten, die sich nicht mit der kleindeutschen Lösung durch Bismarck abfinden wollten.

Bis zum Ersten Weltkrieg zeigten Anhänger einer großdeutschen Reichsidee, vor allem in Österreich, die Farben schwarz-rot-gold.<sup>1</sup> In der Weimarer Republik wurden die Farben zum Symbol der Republik. Belastet durch einen schweren Friedensvertrag und die Notjahre nach Kriegsende waren die Farben nicht unumstritten. Die Nationalsozialisten aber auch die Kommunisten lehnten sie ab. Im Jahre 1933 wurde schwarz-rot-gold durch die Farben des Zweiten Kaiserreichs ersetzt, seit 1935 die Hakenkreuzfahne Nationalflagge.

Sowohl die DDR als auch die Bundesrepublik griffen die Farben schwarz-rot-gold bei der Suche nach nationalen Symbolen wieder auf. Während die Flagge der Bundesrepublik der deutsche Bundesadler zierte, zeigte die DDR Hammer und Zirkel im Ährenkranz. Die friedliche Revolution in der DDR 1989 bei der auch immer wieder die deutschen Farben ohne DDR-Emblem gezeigt wurden, machten nach über 175 Jahren den Ursprung der Farben deutlich: Sich mit ganzer Kraft als Deutsche für Freiheit und Einheit, aber auch für Recht einzusetzen. Die Farben schwarz-rot-gold stehen daher auch historisch begründet für die Werte des Grundgesetzes, denen der Soldat der Bundeswehr verpflichtet ist. Damit ist die Flagge auch ein Symbol für einen freiheitlich-demokratischen Bürgersinn und staatsbürgerlich-demokratische Mitverantwortung.

Gleiches gilt auch für den Bundesadler, der hier nur am Rande erwähnt werden soll. Als Hoheitszeichen und Bestandteil der Dienstflagge steht er für nationale Souveränität, der dem Recht dienenden Macht und für die historische Kontinuität, also das Bekenntnis zu unserer eigenen Geschichte.

### Die deutsche Nationalhymne

Die dritte Strophe des Deutschlandliedes ist heute die Nationalhymne der Bundesrepublik Deutschland. Das Leitmotiv der dritte Strophe „Einigkeit und Recht und Freiheit“ bringt die zentralen Gedanken des Grundgesetzes und die Wünsche und Hoffnungen der Menschen nach dem verlorenen Zweiten Weltkrieg zum Ausdruck. Deswegen machte Theodor Heuß 1952 nach einem längeren Briefwechsel mit Bundeskanzler Konrad Adenauer erneut das Deutschlandlied zur Nationalhymne. Bei staatlichen Anlässen wurde aber allein die dritte Strophe gesungen.<sup>2</sup>

Seit 1991 ist durch Erklärung von Bundespräsident Richard von Weizsäcker mit Zustimmung von Bundeskanzler Helmut Kohl allein die dritte Strophe Nationalhymne.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Vgl. Brigitte Hamann, Hitlers Wien. Lebensjahre eines Diktators, München 1996, S.337 ff.

<sup>2</sup> Vgl. Liederbuch der Bundeswehr, hrsg. Vom BMVG, Führungsstab der Streitkräfte, Bonn 1991, S. 5.

<sup>3</sup> Vgl. Der Reibert. Das Handbuch für den deutschen Soldaten, Berlin o.J., S. 3.

Der von Hoffmann von Fallersleben auf Helgoland geschriebene Text zur Melodie von Joseph Haydn bringt in seiner Gesamtheit das Streben der Deutschen nach der Gründung eines Nationalstaates zum Ausdruck. Deutschland war damals in zahlreiche Kleinstaaten zerfallen und als Machtfaktor im europäischen Raum faktisch nicht präsent. Ziel der im Zuge der 1848er Revolution und des Vormärzes erstarkenden nationalen und demokratischen Kräfte war die Gründung von Nationalstaaten in Europa und damit auch die Beseitigung des monarchischen Prinzips. Der Verfassungsgedanke und Grundrechte gewann an Bedeutung. Diese Ziele fanden auch in der von den Nationalsozialisten fehlinterpretierten ersten Strophe „Deutschland, Deutschland über alles“ Ausdruck. Damit war eben nicht die Erhebung Deutschlands über andere Völker, sondern der Sieg des nationalen und demokratischen Prinzips über Willkür- und Fürstenherrschaft gemeint. Dies einte die Nationalbewegungen in ganz Europa und führte zur Verbrüderung mit Polen, Griechen, Italienern und anderen Völkern, die um ihre nationale Einheit rangen. Wenn also die ersten beiden Strophen Anlaß zu Mißverständnissen bieten, so sind sie keineswegs verboten. Es gilt sie allerdings in den richtigen historischen Kontext einzubetten.

Die dritte Strophe dagegen läßt keinen Raum für Fehlinterpretationen: Freiheit, Einigkeit und Recht sind feststehende und eindeutig definierte Begriffe, wie sie auch nachhaltig in unserem Grundgesetz niedergelegt sind. Diesen Zielen fühlt sich der Soldat der Bundeswehr als Staatsbürger in Uniform verpflichtet und für diese Ziele tritt er täglich, mit der Bereitschaft seinem Vaterland zu dienen, ein.

### Das Eiserne Kreuz

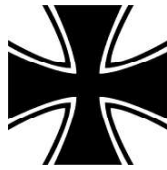
Das Eiserne Kreuz ist das Hoheitszeichen der Deutschen Bundeswehr und kennzeichnet Fahrzeuge und Waffenträger. Der Ursprung des Eisernen Kreuzes liegt fast zweihundert Jahre zurück. Am 10. März 1813 stiftete der preußische König Wilhelm III. anläßlich des Geburtstages der vom Volk verehrten Königin Luise das Eiserne Kreuz als Tapferkeitsauszeichnung.<sup>4</sup> Die Stiftung des Eisernen Kreuzes wurde 1870 vom preußischen König Wilhelm I. erneuert. Es war die erste Tapferkeitsauszeichnung, die unabhängig von sozialer Herkunft, konfessioneller Bindung sowie Rang und Stand verliehen wurde.<sup>5</sup> Dabei war das Eiserne Kreuz in seinem Ursprung unmittelbar mit den preußischen Reformen im Staats- und Heerwesen verbunden. Da die Verleihung sehr sparsam vorgenommen wurde, genossen die Träger höchstes Ansehen.

---

<sup>4</sup> Vgl. Hans Martin Ottmer, Militärgeschichte zwischen Französischer Revolution und Freiheitskriegen 1789 bis 1815. Vom Berufskriegerheer zur allgemeinen Wehrpflicht, in: Karl-Volker Neugebauer (Hrsg.), Grundzüge der deutschen Militärgeschichte, Bd. 1, Freiburg 1993, S. 77-128, hier S. 119.

<sup>5</sup> Vgl. [www.dhm.de/magazine/orden/ueber\\_ehrenzei.htm](http://www.dhm.de/magazine/orden/ueber_ehrenzei.htm)

Im Ersten Weltkrieg gab es mit dem Eisernen Kreuz 1. und 2. Klasse auf Anordnung zwei Abstufungen, die verliehen wurden. Im Zweiten Weltkrieg war das Eisene Kreuz, nun auch noch in der Abwandlung des Ritterkreuzes zum Eisernen Kreuz (in fünf Abstufungen) ebenfalls als Tapferkeitsauszeichnung verliehen worden. Die Nationalsozialisten wußten um den hohen Stellenwert der Auszeichnung und knüpfen bewußt daran an. Auch beim Gegner war das Eisene Kreuz aus Auszeichnung für besondere und außergewöhnliche soldatische Leistungen im Gefecht bekannt und anerkannt. Das Eisene Kreuz ist als nationales Erkennungszeichen aber auch Sinnbild für Tapferkeit, Freiheitsliebe und Ritterlichkeit.



## INTERNET

Die Internetseite <http://unser-land.ju-hessen.de> begleitet die Aktion und bietet eine Plattform, um die Aktion „Unser Land. Wir sind stolz drauf.“ in den Verbänden bekannt zu machen und in die Öffentlichkeit zu transportieren.

Webmaster ist Alexander Kurz (Referent für Forschung, Neue Technologien und Medien im Landesvorstand). Anregungen und Rückfragen kannst du direkt an ihn richten unter:

a.kurz at ju-hessen punkt de. Aber auch die Landesgeschäftsstelle der JU Hessen steht dir für Rückfragen jederzeit zur Verfügung: [ju@ju-hessen.de](mailto:ju@ju-hessen.de).

Die Internetseite gliedert sich in verschiedene Bereiche:

### Ideen- und Photowettbewerb

Zur Frage „Was macht jeden Einzelnen von uns stolz auf Deutschland?“ startet die Junge Union Hessen einen Photowettbewerb. Eingesendet werden sollen Motive, die das zeigen, wofür in den Augen des Betrachters Deutschland steht. Dabei geht es nicht so sehr um bekannte Gebäude und Landschaften, sondern um Dinge und Menschen des Alltags. Eingesendet werden können Photos und Zeichnungen als Originale oder Dateien (bmp, jpg, tif, eps, pdf). Die Motive werden auf der Internetseite unter der Rubrik Ideen- und Photowettbewerb präsentiert. Das gelungenste Motiv wird am 3. Oktober 2005 prämiert. Der Gewinner des Wettbewerbs erhält das einzig wahre T-Shirt mit „unserem Zwerg-Motiv“ und „Das Buch der Deutschen - Alles, was man kennen muß“. (Herausgegeben von: Johannes Thiele, Gebundene Ausgabe - 831 Seiten).

Zur Ergänzung der Stichworte können ebenfalls Begriffe eingereicht werden, die eine besondere Beziehung zu unserem Land haben. Diese werden zusätzlich auf der Internetseite aufgelistet.

### Wissenswertes

In dieser Rubrik findest du wissenswerte Hintergrundinformationen zu den verschiedensten Stichworten rund um Deutschland von A-Z.

### Unterstützerliste

Des Weiteren kannst du dich durch einen Eintrag auf der Unterstützerliste an unserer Aktion beteiligen. Hier kann man sich mit einem persönlichen Kommentar eintragen und mitteilen was man an Deutschland schätzt oder auch für verbesserungsfähig hält. Was ist aus deiner Sicht „typisch deutsch?“ oder gibt es „typisch deutsch“ überhaupt? Deine Meinung interessiert uns.

### Download

Im Downloadbereich findet man zum Beispiel ein Banner, um unsere Seite noch bekannter zu machen. Es wäre toll, wenn auch die Kreis- und Gemeindeverbände auf diese Aktion auf ihrer eigenen Internetseite hinweisen. Dieser Leitfaden zur Aktion steht ebenfalls als PDF zur Verfügung.



Banner | 280 x 38 Pixel

### Termine

Hier erfährst du mehr über Termine und Veranstaltungen des Landesverbandes, der Bezirks-, Kreis- und Ortsverbände in Hessen. Plant dein Verband selbst eine Veranstaltung zum Thema Patriotismus, dann sende bitte eine eMail an [ju@ju-hessen.de](mailto:ju@ju-hessen.de), damit auf der Aktionsseite des Landesverbandes der Hinweis veröffentlicht wird.

## WERBEMITTEL

Begleitet wird die Aktion, neben der Präsenz im World Wide Web, durch zwei weitere Werbemittel.

Das Motiv der Aktion gibt es zum einen als Postkarte. Auf der Rückseite der Karte besteht optional die Möglichkeit aufzuschreiben, was einen persönlich mit Deutschland verbindet und warum man selbst stolz auf unser Land ist. Adressiert sind die Postkarten an die Landesgeschäftsstelle der Jungen Union Hessen. Die eingesendeten Kommentare werden in die Unterstützerliste mit aufgenommen. Die eMail-Adressen der Absender werden in den Verteiler des Landesverbandes aufgenommen, um regelmäßig über die Neuigkeiten rund um die Aktion „Unser Land. Wir sind stolz drauf.“ zu informieren.

(Aus datenschutzrechtlichen Gründen werden die Angaben nur für die Dauer der Aktion erhoben.)



Postkarte Patriotismus | Vorderseite (DIN A6)



Postkarte Patriotismus | Rückseite (DIN A6)

Weiteres Werbemedium ist ein Aufkleber in Form des KFZ-Länderkennzeichens „D“. Einfach auf's eigene Auto, den Roller etc. kleben und losdüsen. Je mehr mit dieser Kennzeichnung unterwegs sind, umso größer ist der Aha- und Wiedererkennungseffekt. Und wer hat nicht gerne so einen sympathischen Gartenzwerg als Begleiter bei einer Fahrt dabei und für Gesprächsstoff wird er garantiert auch sorgen.



Aufkleber „Kfz-Länderkennzeichen D“ | DIN A6

Bitte nutze bei Veranstaltungen zum Thema Patriotismus die angebotenen Werbemittel, damit eine hohe Wiedererkennung gegeben ist und die Botschaft in die breite Öffentlichkeit gestreut wird, damit wir möglichst viele Menschen – jung und alt – erreichen. Eine generationenübergreifende Auseinandersetzung mit dem Thema Patriotismus ist uns wichtig.

Die Werbemittel zur Aktion sowie das weitere Werbemittel-Sortiment der Jungen Union Hessen kannst Du mit dem Bestellformular (siehe letzte Seite) bei der Landesgeschäftsstelle bestellen. Einfach das ausgefüllte Formular an folgende Faxnummer 0611-371020 senden oder die Bestellung per eMail [ju@ju-hessen.de](mailto:ju@ju-hessen.de) aufgeben.

## AKTIONSVORSCHLÄGE

Passend zur Aktion „Unser Land. Wir sind stolz drauf.“ gibt es eine Fülle von Veranstaltungen, die Stadt- und Gemeindeverbände vor Ort durchführen können. Sicherlich habt Ihr ein breites Spektrum an weiteren Ideen. Eine paar Anregungen möchten wir Euch an dieser Stelle trotzdem gerne mit auf den Weg geben.

### 1. Motto-Party „Bundesländer“

Auch außerhalb der Fastnachtszeit erfreuen sich Motto-Partys immer wäherender Beliebtheit. Eingeladen werden die 16 Bundesländer zum „Bundesländer-Contest“. Die Gäste: Schleswig-Holstein als Matrose; der Freistaat Bayern traditionell in der Lederhose und Hessen als Wappentier „Löwe“... Höhepunkt der Party ist die Prämierung des originellsten Kostüms.

### 2. Neue-Deutsche-Welle-Party

Getreu dem Motto „Jetzt wird wieder in die Hände gespuckt...“. Welche Musik an diesem Abend läuft ist klar. Besonders spaßig wird es, wenn die Gäste zusätzlich noch ihr Gesangstalent beweisen müssen: Ein Karaoke-Wettbewerb! Wer interpretiert Nena und ihre 99 Luftballons am besten?

### 3. Grill- und Curry-Wurst-Party

Die Grillsaison mit einer eigenen „Curry-Wurst-Party“ einläuten. Damit die Kalorien gleich wieder abtrainiert werden, verbindet man die Party am besten mit einem Fußball-Turnier und prämiiert die Siegermannschaft mit dem „Curry-King-Pokal“.

### 4. Autowasch-Aktion

Des Deutschen liebste Beschäftigung an einem warmen, sonnigen Sonntag-Nachmittag. Na klar – die Autowäsche. Die JU veranstaltet eine Autowasch-Aktion.

Ihr setzt noch einen drauf: Gewaschen werden an diesem Nachmittag natürlich nur deutsche Fabrikate. Mal sehen, wie viele Käfer noch auf den Straßen unterwegs sind und blitzblank geputzt werden können. Achtung: Autowäsche ist natürlich nur auf ausgeschriebenen Plätzen (Selbstwaschplätzen) erlaubt. Oder ihr kennt den Besitzer einer Tankstelle mit Waschstraße und dürft dort einen solchen Aktionstag durchführen.

### 5. Radtour

Ihr radelt gemeinsam mit den Freunden vor Ort entlang der Deutschen Märchenstraße und besichtigt die Sehenswürdigkeiten an Eurer Strecke. Hat der Verband im Nachbarort ebenfalls Interesse an einer Radtour, dann macht daraus doch eine „Tour de Hessen“. Mit einer gemeinsamen Grillparty am Abend lassen sich die Strapazen vom Tag auch wieder gut regenerieren.

## 6. Rasenmäh-Aktion

Auch typisch deutsch ist das Rasenmähen am Samstag. Natürlich nur, wenn auch die Sonne schön vom Himmel knallt. Die JU veranstaltet eine Rasenmäh-Aktion. Was Ihr dazu braucht sind ein paar Rasenmäher und schon kann es ab in die Gärten gehen. Natürlich braucht Ihr die Einwilligung des Häusle-Besitzers – sonst gibt's Ärger.

## 7. „Wissenschaft die Wissen schafft - Das Jahr von Albert Einstein“

Eine Informationsveranstaltung in Verbindung mit dem Besuch einer Forschungseinrichtung (Bsp.: Max-Planck-Institut). Besuch der Volkssternwarte Frankfurt mit zahlreichen Veranstaltungen zum Einsteinjahr.

## 8. „Das Sozialsystem: Von Bismarck bis zu meiner Rente“

Eine Diskussionsrunde von den Anfängen der sozialen Sicherungssysteme in Deutschland, deren Entwicklung in den letzten Jahrzehnten bis hin zur Wandlung aufgrund der demographischen Entwicklung.

## 9. „Das Wirtschaftswunder“

Eine Informationsveranstaltung über die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland von 1960 bis heute. Der VW-Käfer gilt als Symbol des deutschen Wirtschaftswunders. Die Veranstaltung könnte in Verbindung mit einem Besuch im Volkswagen-Museum (Wolfsburg) oder im Anschluß an den Autowasch-Tag stattfinden.

## 10. Diskussion „Deutschland gestern, heute, morgen?!“

Eine Diskussionsveranstaltung über die Anfänge der Bundesrepublik, herausragende geschichtliche und kulturelle Ereignisse der einzelnen Jahrzehnte. Was war besser, was war schlechter und wie soll unser Land in Zukunft aussehen? Im Anschluß an die Diskussion gibt's nicht nur was für den Kopf, sondern auch noch was auf die Ohren: Die NDW-Party mit Nena.

Die aufgelisteten Veranstaltungen sind nur als Vorschläge und zur weiteren Ideenfindung gedacht. Für eine gelungene Veranstaltung ist eine intensive Auseinandersetzung mit der Thematik erforderlich und auch die Organisation sollte gründlich durchgeführt werden. Bei einem so sensiblen Thema kommt es besonders auf kompetente Referenten und Redner an. Bei der Suche und Vermittlung geeigneter Personen sowie bei der Durchführung von Veranstaltungen steht Euch die Landesgeschäftsstelle in Wiesbaden selbstverständlich unterstützend jederzeit gerne zur Verfügung. Bitte nutzt das Angebot.

## PRESSEARBEIT

Die Presse- und Medienarbeit ist für die Junge Union Hessen als politische Jugendorganisation, von elementarer Bedeutung. Wichtigster Bestandteil für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit der Aktion „Unser Land. Wir sind stolz drauf!“ ist die Informationsweitergabe. Durch die Veröffentlichung in der Presse haben wir die Möglichkeit - regional und überregional - auf die Aktion aufmerksam zu machen und die öffentliche Diskussion anzutreiben und zu beeinflussen.

Einladungen an die Presse zu den Veranstaltungen sollten in jedem Fall schriftlich und etwa fünf bis acht Tage vor dem Termin der Veranstaltung erfolgen. In der Einladung sollte auch das Thema nicht fehlen, und sie sollte, wenn es sich um eine öffentliche Veranstaltung handelt, zugleich mit der Bitte verknüpft sein, einen kurzen Vorbericht oder eine Ankündigung in der Zeitung zu bringen. Den Text hierfür legt man am besten gesondert bei, damit die Einladung nicht als Manuskript verwendet werden muß. Eine telefonische Anfrage am Tag zuvor, ob der zuständige Redakteur kommen wird, kann nicht schaden. Bei diesem Telefonat kann auch gleich geklärt werden, ob beispielsweise der Pressesprecher einen Eigenbericht schicken soll, wie lange der Artikel sein soll usw.

### Tipps zum Fotografieren

Gerade bei Fotos, die als erstes ins Auge des Lesers springen, bietet es sich an, vom Standart abzuweichen: Fotografiert keine Gruppenbilder, bei denen die Teilnehmer wie die Orgelpfeifen in einer Reihe nebeneinander platziert abgelichtet sind. Lockere Anordnungen von Personen, wenn möglich um ein interessantes Motiv oder sogar in Bewegung wirken auf den Betrachter wesentlich interessanter und erwecken die gewünschte Aufmerksamkeit.

Fotografiert nicht nur im Querformat. Pressestellen schicken in der Regel mehr querformatige Fotos an die Redaktionen. Das hat zur Folge, mit einem Hochformat hat man weniger Konkurrenz. Denn der Redakteur muß auf seiner Seite aus graphischen Gesichtspunkten Quer- und Hochformat unterbringen. Nicht immer nur aus Augenhöhe fotografieren. Bilder aus niederer oder höherer Perspektive können interessanter wirken.

Um zu vermeiden, daß Fotos verloren gehen oder falsch zugeordnet werden, sollten die eingesandten Bilder auf der Rückseite mit einem selbstklebenden Etikett beklebt werden, auf dem die Namen der abgelichteten Personen (von links nach rechts) und die Veranstaltung stehen sollten.

## TIPPS

Nachfolgend erhältst du eine Auswahl an Einrichtungen und Sehenswürdigkeiten in Hessen und Deutschland, die einen Besuch wert sind oder sich ein Klick auf die Internetseite lohnt:

### Hessen:

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| Brüder Grimm-Museum; Kassel          | <a href="http://www.grimms.de">www.grimms.de</a>   |
| Goethe-Haus; Frankfurt               | <a href="http://www.goethehaus-frankfurt.de">www.goethehaus-frankfurt.de</a>                                 |
| Historisches Museum; Frankfurt       | <a href="http://www.historisches-museum.frankfurt.de">www.historisches-museum.frankfurt.de</a>               |
| Kindermuseum; Frankfurt              | <a href="http://www.kindermuseum.frankfurt.de">www.kindermuseum.frankfurt.de</a>                             |
| Senckenberg-Museum; Frankfurt        | <a href="http://www.senckenberg.de">www.senckenberg.de</a>   |
| Zeppelin-Museum; Zeppelinheim        | <a href="http://www.zeppelin-museum-zeppelinheim.de">www.zeppelin-museum-zeppelinheim.de</a>                 |
| Deutsche Märchenstraße               | <a href="http://www.deutsche-maerchenstrasse.de">www.deutsche-maerchenstrasse.de</a>                         |
| Deutsche Fachwerkstraße              | <a href="http://www.deutsche-fachwerkstrasse.de">www.deutsche-fachwerkstrasse.de</a>                         |
| Hessenpark; Neu Anspach              | <a href="http://www.hessenpark.de">www.hessenpark.de</a>   |
| Route der Industriekultur Rhein-Main | <a href="http://www.route-der-industriekultur-rhein-main.de">www.route-der-industriekultur-rhein-main.de</a> |
| Grenzmuseum Schiffersgrund           | <a href="http://www.grenzmuseum.de">www.grenzmuseum.de</a>   |
| Point Alpha                          | <a href="http://www.pointalpha.com">www.pointalpha.com</a>   |

### Bundesweit:

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Haus der Geschichte; Bonn             | <a href="http://www.hdg.de">www.hdg.de</a>  |
| Schiller-Nationalmuseum; Marbach      | <a href="http://www.dla-marbach.de">www.dla-marbach.de</a>  |
| Porsche-Museum; Stuttgart             | <a href="http://www.porsche.de">www.porsche.de</a>  |
| BMW-Museum; München                   | <a href="http://www.bmw.de">www.bmw.de</a>  |
| Deutsches Museum; München             | <a href="http://www.deutsches-museum.de">www.deutsches-museum.de</a>                                  |
| Volkswagen-Museum; Wolfsburg          | <a href="http://www.automuseum.volkswagen.de">www.automuseum.volkswagen.de</a>                        |
| Technik-Museum; Sinnsheim             | <a href="http://www.technik-museum.de">www.technik-museum.de</a>                                      |
| Deutsches Technikmuseum; Berlin       | <a href="http://www.dtm.de">www.dtm.de</a>  |
| Berliner Unterwelt; Berlin            | <a href="http://www.berliner-unterwelten.de">www.berliner-unterwelten.de</a>                          |
| Schlösser/Parks von Potsdam-Sanssouci | <a href="http://www.potsdamtourismus.de">www.potsdamtourismus.de</a>                                  |
| Völklinger Eisenhütte; Völklingen     | <a href="http://www.voelklinger-huette.org">www.voelklinger-huette.org</a>                            |
| Die Wartburg; Wartburg                | <a href="http://www.wartburg-eisenach.de">www.wartburg-eisenach.de</a>                                |
| Deutsches Fußballmuseum; Münster      | <a href="http://www.deutsches-fussball-museum.de">www.deutsches-fussball-museum.de</a> (Eröffnung 06) |

## Literatur

Willst du dich intensiver mit der Geschichte Deutschlands auseinandersetzen oder dich weiter über deutsche „Kultur und Identität“ informieren, findest du in der Literaturliste sicherlich etwas Lesenswertes:

### Brockhaus Deutsche Geschichte in Schlaglichtern von Helmut M. Müller

BROCKHAUS, 2004  
ISBN: 3-7653-0322-4

### Leben in Deutschland von Theo Sommer

Gebundene Ausgabe - Kiepenheuer & Witsch  
Erscheinungsdatum: September 2004  
ISBN: 3-46203414-6

### Typisch deutsch - Wie deutsch sind die Deutschen wirklich? von Hermann Bausinger

Verlag C.H. Beck, 2002  
ISBN: 3-406-42148-2

### Es lebe die Republik, es lebe Deutschland! Von Arnulf Baring

Econ Taschenbuch Verlag, 2000  
ISBN: 3-612-26705-1

### Das Buch der Deutschen

Herausgegeben von: Johannes Thiele.  
Luebbe Verlagsgruppe, 2004  
ISBN: 3-7857-2131-5

**Unser Land. Wir sind stolz drauf!**

# BESTELLFORMULAR



Besteller und Versandschrift (bitte in Druckbuchstaben ausfüllen)

Name des Verbandes (KV, DV)

Name des Bestellers

Straße

PLZ, Ort

Telefon (für evtl. Rückfragen)

Gewünschter Liefertermin

### EINZUGSERMÄCHTIGUNG

Hiermit ermächtige ich/wir Euch einmalig, die von mir/uns zu entrichtende Zahlung bei Fälligkeit zu Lasten meines/unseres Kontos mittels Lastschrift einzuziehen.

Kontoinhaber

Kontonummer

Bankleitzahl

Kreditinstitut

### Ort, Datum, Unterschrift

Junge Union Hessen, Frankfurter Straße 6, 65189 Wiesbaden  
 Telefon: 0611-379097, Fax: 0611-371020, eMail: ju@ju-hessen.de  
[www.ju-hessen.de](http://www.ju-hessen.de)

## BESTELLFORMULAR FAX JU Hessen: 0611-37 10 20

| Bestell-Nr. | Artikelbezeichnung, Bestelleinheiten   | Bestelleinheit x € / Bestelleinheit |
|-------------|--|-------------------------------------|
| 0100        | Starterpaket (für Verbandsneugründungen)   | 1 x Bestelleinheiten (kostenlos)    |
| 0200        | Werbemittel „JU Hessen“  | Bestelleinheiten x € 0,25 =         |
| 0201        | Kugelschreiber „JU Hessen“   | Bestelleinheiten x € 3,50 =         |
| 0202        | Streichhölzer „JU Hessen“, 50 Stk.   | Bestelleinheiten x € 3,00 =         |
| 0203        | Aufkleber (10 x 6 cm) „JU Hessen“, 50 Stk.   | Bestelleinheiten x € 1,00 =         |
| 0204        | Schlüsselband „JU Hessen“  | Bestelleinheiten x € 9,95 =         |
| 0205        | Rucksack „JU Hessen“, hellblau mit Logo, Maße: 43 x 30 x 20 cm                             |                                     |
| 0300        | Werbemittel „Mitgliederverbung“  | Bestelleinheiten x € 1,00 =         |
| 0301        | Bierdeckel (Beitragsformular), 10 Stück  | Bestelleinheiten x € 0,40 =         |
| 0302        | Kondome „Ich will rein! Du willst es doch auch!“   | Bestelleinheiten x € 0,50 =         |
| 0303        | Faltblatt/Impressum „Ich will rein!“, 10 Stück   |                                     |
| 0400        | Plakate / Flugblätter / Briefpapier  | Bestelleinheiten x € 2,50 =         |
| 0401        | Rahmenplakate „JU Hessen“ A1, 10 Stk.  | Bestelleinheiten x € 43,50 =        |
| 0402        | Briefbögen ohne Eindruck, 1.000 Stk.   | Bestelleinheiten x € 61,00 =        |
| 0403        | Briefbögen mit Eindruck, 1.000 Stk.  | Bestelleinheiten x € 26,00 =        |
| 0404        | Visitenkarten, 200 Stk.  |                                     |
| 0500        | Broschüren / Faltschichten   | Bestelleinheiten x € 2,00 =         |
| 0501        | Übergangsbuch der JU Hessen  | Bestelleinheiten x € 5,00 =         |
| 0502        | Satzung der JU Hessen, 10 Stück  | Bestelleinheiten x € 5,00 =         |
| 0503        | Finanzverwaltung der JU Hessen, 10 Stück   | Bestelleinheiten (kostenlos)        |
| 0504        | Tu' was für Dein Glück!, 10 Stück (Broschüre)  | Bestelleinheiten (kostenlos)        |
| 0505        | Leitartikel „Familienpolitik“ (Booklet)  | Bestelleinheiten (kostenlos)        |
| 0506        | Leitartikel „Demographie“ (Faltschicht)  | Bestelleinheiten (kostenlos)        |
| 0507        | Positionspapier (max. je 50 Stück)   | Bestelleinheiten (kostenlos)        |
| Zusätzliche | o Europäer Hochschule o Schule o Umweltwettbewerb  |                                     |
| bitte       | o Konkrete o Individuelle o Soziale o Politische o Umwelt o Forschung/Technik/Arbeitsmarkt |                                     |
| anfragen    |  |                                     |
| 0600        | Werbemittel Kampagnen/Aktionen   | Bestelleinheiten (kostenlos)        |
| 0601        | Aktionsleitfaden „Östalgic? Nein danke!“   | Bestelleinheiten x € 1,50 =         |
| 0602        | Aufkleber „Östalgic? Nein danke!“, 50 Stk.   | Bestelleinheiten x € 4,00 =         |
| 0603        | Aktionsleitfaden „Patriotismus“  | Bestelleinheiten x € 0,35 =         |
| 0604        | Postkarten „Patriotismus“, 100 Stück   | Bestelleinheiten x € 5,00 =         |
| 0605        | Aufkleber „Kfz-Länderkennzeichen D“, Stück   | Bestelleinheiten (kostenlos)        |
| 0606        | Aktionsleitfaden „Patriotismus“  | Bestelleinheiten x € 5,00 =         |
| 0607        | Postkarten „Integration/Migration“, 150 Stück (3 Motive je 50 Postkarten)                  |                                     |
|             | Summe  | € .....                             |
|             | + Versandkostenanteil (Verpackung und Porto)   | € .....                             |
|             | Rechnungssumme   | € .....                             |