

Ein anderes Flugblatt wandte sich an die Jugend. Wir gaben Auszüge aus dem BKV bekannt und sagten: „Das sind 15 000 DM, die wir für euch allein aus betrieblichen Mitteln zur Verfügung stellen.“ Wir lobten einige Jugendliche, die voller Energie um die Erfüllung der Pläne kämpfen, und kritisierten die Jugendlichen, die noch gleichgültig sind. Ganz besonders appellierten wir an die Mitglieder der Freien Deutschen Jugend und außerdem auch noch an alle Kolleginnen und Kollegen und ermahnten sie: „Die Jugendlichen erblicken in euch das Vorbild in politischer, moralischer und dienstlicher Hinsicht.“

Ein weiteres Flugblatt war an alle Frauen unseres Betriebes gerichtet. An Zahlen bewiesen wir, wieviel Geld jede unserer Verkäuferinnen durch das Prämiensystem monatlich mehr verdient und wiesen unseren Kolleginnen nach, daß sich ihr Lebensstandard vom Oktober 1956 bis einschließlich April 1957 um die Summe von 132 000 DM erhöht hat. Es wurde auch Bezug genommen auf die Lohnsteuerermäßigung für alleinstehende Frauen über 40 Jahre. In einem Flugblatt an alle Kunden und an die Kollegen unseres Betriebes popularisierten wir die Kandidaten unseres Kreisbetriebes für die Stadtverordnetenversammlung. Unmittelbar vor der Wahl am, 15. Juni, gaben wir ein neues Flugblatt heraus, in dem wir unsere Kollegen beglückwünschten, daß unser Betrieb für das erste Quartal 1957 im Bezirk Potsdam Sieger im Massenwettbewerb wurde. Zwei weitere Flugblätter geben wir zur Wahl des Bonner Bundestages am 15. September heraus.

Infolge dieser vielseitigen ideologischen Aufklärung erreichten wir eine hundertprozentige Beteiligung im Wettbewerb von Mann zu Mann und von Verkaufsstelle zu Verkaufsstelle. Standen im Januar 239 Kollegen im Wettbewerb, so waren es im Juni 724 und im August 883. Seit Beginn des II. Quartals steht jeder Kollege erstens im Von-Mann-zu-Mann-Wettbewerb, und zweitens wetteifert er im Kollektiv seiner Verkaufsstelle mit dem Kollektiv einer anderen Verkaufsstelle. So wurden wir auch im II. Quartal Sieger im Massenwettbewerb des Bezirks Potsdam.

Die Wettbewerbe führten wir nach der Luise-Ermisch-Methode durch. Pro Monat werden durchschnittlich 2000 DM an Wettbewerbsprämien gezahlt. Während der Wettbewerb von Mann zu Mann lediglich die Übererfüllung des persönlichen Umsatzes vorsieht, ist der Wettbewerb von Verkaufskollektiv zu Verkaufskollektiv auf die Rentabilität, Kostenersparnis, Vermeidung von Bruch und Schwund, Inventurdifferenzen usw. gerichtet. Verpflichtungen, die sich auf alle Arten der Kosteneinsparungen erstrecken, sind keine Seltenheit. Das Kollektiv der Hausmeisterei des Kaufhauses der Freundschaft verpflichtete sich, die Marktstände selber aufzubauen und spart dadurch monatlich 100 DM. Andere Kollegen der Verkaufsstellen reinigen ihre Verkaufsstellen selber, da wir nur wenige Putzfrauen haben. An Sachkosten sparten wir im I. Halbjahr 34 000 DM und an Personalkosten 6000 DM ein. Der besten Verkaufsstelle wird außer der Prämie der Wimpel „Beste Verkaufsstelle“ verliehen. Jede Verkaufsstelle bzw. jede Abteilung hat ihre eigene Wettbewerbstafel, die sie öffentlich führt. Die Wettbewerbe sind ein Hebel zur Durchsetzung der kollektiven Festsetzung des Monats- und Quartalsolls für die Verkäufer und für das gesamte Kollektiv.

Bei der Vorbereitung der Wahlen organisierten wir einen Schaufensterwettbewerb. Die Schaufenster mußten von den Kollegen allein und einige an besonders wichtigen Stellen unter Mithilfe der Dekorateure ausgestaltet werden[^]