

mitentscheiden und so mithelfen zu können. Das deutsche Volk hat schwer genug zu büßen, daß es zwölf lange furchtbare Jahre gedenken- und kritiklos lediglich alles zur Kenntnis nahm, was Verbrecher in seinem Namen für Unglück anrichteten. Also nützen wir jetzt die demokratische Freiheit der Kritik im Interesse des Aufbaues eines besseren Deutschlands!

In diesem Zusammenhang einige Worte darüber: *Wie soll Kritik sein?* Eine Kritik der Kritik wegen hilft nicht, kann höchstens zersetzen und entmutigen. Wir brauchen eine sachliche Kritik, die hilft, durch Bloßlegung begangener Fehler und Mißstände den Weg zu ihrer Überwindung aufzuzeigen. Das nennen wir positive, aufbauende Kritik. Diese Kritik muß ohne Rüdesicht auf Person und Stand geführt werden. Wenn jemand das ihm anvertraute Amt oder die Funktion schlecht und zum Nachteil der Werktätigen ausführt, oder wenn er sich gar Unregelmäßigkeiten zuschulden kommen läßt und seine Position zu seinem eigenen Vorteil mißbraucht, dann muß er zur Verantwortung gezogen werden. Das gilt für die Partei in gleicher Weise wie für das öffentliche Leben.

Es gibt auch eine Kritik, die lediglich dem Zweck dient, die Arbeit oder Leistung zu verbessern. Ich hielt kürzlich in einer Schule einen Vortrag. Zum Abschluß führten die Schüler eine sehr interessante konkrete Kritik der Lektionen der einzelnen Lehrer durch. Ich war überrascht und erfreut, wie genau die Schüler z. B. die Schwächen meines Referats herausfanden und bin ihnen dankbar für die Anregungen, die sie mir damit für die künftigen Lektionen gegeben haben. Diejenigen Lehrer aber, die sich überfeine solche Kritik erheben fühlen, können uns leid tun. Sie zeigen nämlich damit, daß sie nicht mehr fähig sind, zuzulernen und das bedeutet Stillstand und Rückschritt.

Eine Bemerkung noch zu der Frage: „*Wo ist Kritik angebracht?*“ „An der richtigen Stelle. Aber wo ist denn

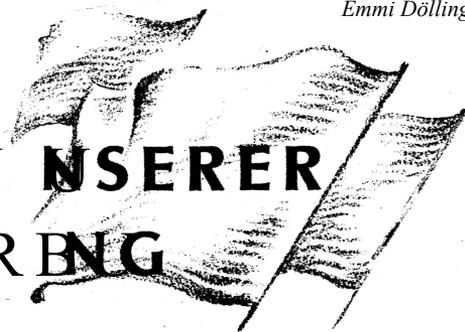
die richtige Stelle? Die Antwort darauf fällt manchen Leuten recht schwer. Sie kritisieren nämlich unheimlich viel — an den Stellen, wo Kritik nicht hingehört und hinter dem Rücken der Leute, die es angeht. Wenn ihnen aber die Gelegenheit gegeben wird, am richtigen Ort ihre Meinung offen zu sagen, da schweigen sie. In der Partei gibt es genügend Möglichkeiten, seine Kritik anzubringen, sei es bei der Leitung der Organisationseinheit, in der Funktionärsitzung oder in der Mitgliederversammlung, in der Wandzeitung und auch in der Tagespresse — wo dies zweckmäßig ist — oder im Beschwerdekasten. Welchen Weg man wählt, das hängt von der Sache selbst ab. Wenn es möglich ist, einen Mißstand durch eine persönliche Aussprache abzustellen, so soll dieser Weg gewählt werden; handelt es sich um Dinge, die die ganze Parteiorganisation angehen, dann ist die Mitgliederversammlung der richtige Ort.

In dem berechtigten Wünsche, eine Kritik nur um der Kritik willen zu vermeiden, gehen manche Genossen zu weit und fordern, die Genossen sollen nur dann kritisieren, wenn sie es besser machen können. Das ist nicht richtig. Gibt es nicht heute in unserer Partei viele neue unerfahrene Mitglieder, die sehr gut empfinden, daß dies oder jenes nicht so gemacht wird, wie es werden müßte, die aber zu wenig Erfahrung haben, um selbst Vorschläge zu können, wie man es besser macht? Diese Genossen kritisieren z. B. an den Bildungsabenden, daß sie manchmal den Stoff nicht verstehen, daß sie zu viele Fremdwörter an den Kopf geworfen bekommen, daß der Stoff zu wenig interessant gebracht wird, usw. Sollen wir ihnen da nicht aufmerksam Gehör schenken und alles tun, um diese oft berechtigten Beschwerden abzustellen? Selbstverständlich sollen wir das.

Also keine Angst vor Kritik, Genossen! Sie ist das belebende Element in unserer Arbeit und hilft uns, rasch vorwärtszukommen.

Emmi Dölling

## OBER METHODEN UNSERER MITGLIEDER-WERBUNG



Die SED ist mit annähernd 1 800 000 Mitgliedern die stärkste Partei Deutschlands. Seit ihrem Bestehen sind unserer Partei durchschnittlich jeden Monat 40 000 Arbeiter und Bauern, Handwerker, Gewerbetreibende, Angehörige der Intelligenz und Hausfrauen als Mitglieder beigetreten. Dieser ständige Zustrom von Mitgliedern ist zweifellos ein eindeutiger Beweis für das Vertrauen, das die SED beim Volke genießt. Ihre richtige, den Interessen des schaffenden Volkes dienende Politik ist die Grundlage für den Zustrom neuer Mitglieder, während andererseits jede organisatorische Stärkung der SED neue und günstigere Vorbedingungen zur Durchsetzung der Ziele und Grundsätze unserer Partei schafft.

Wir können uns aber mit dem bisherigen Zuwachs an Mitgliedern, der im wesentlichen ein spontanes Ergebnis der Arbeit der Partei ist, keineswegs zufriedengeben. Um die politischen Aufgaben zu lösen, die vor uns stehen, ist es erforderlich, daß unsere Partei in allen werktätigen Schichten des Volkes, besonders in der Industriearbeiterschaft, bei den Bauern und unter den Frauen sowie unter den Jugendlichen verankert ist. Dazu brauchen wir eine organisierte, planmäßige Werbung neuer Mitglieder. Damit gewinnen die Formen und Methoden der Mitgliederwerbung für unsere praktische Arbeit eine immer größere Bedeutung.

Wir wollen nachstehend eine Reihe von Anregungen geben und Erfahrungen in der Mitgliederwerbung an die Gesamtpartei vermitteln, wobei wir überzeugt sind, daß der Arbeitseifer und Erfindungsgeist der Funktionäre unserer Partei noch viele weitere praktische Beispiele und Methoden der erfolgreichen Werbearbeit entwickeln werden.

Die Wahl der Methoden und Werbemittel zur Gewinnung neuer Mitglieder hängt entscheidend von den Bevölkerungsschichten ab, unter denen die Werbung durchgeführt wird. Wir werden z. B. an die Betriebsarbeiter anders herangehen müssen als an die Hausfrauen oder an die Geistesarbeiter. Die Werbung von Betriebsarbeitern wird am besten im Betriebe selbst oder in unmittelbarer Verbindung mit dem Betrieb erfolgen. So führte die Betriebsgruppe der SED des Großbetriebes Sch. die Werbung in der Weise durch, daß jedes SED-Mitglied sich verpflichtete, drei politisch unorganisierte Kollegen und Kolleginnen politisch zu bearbeiten und mit ihnen Diskussionen zu führen mit dem Ziel, sie für die Partei zu werben. Eine andere Betriebsgruppe veranstaltete eine öffentliche Mitgliederversammlung und lud dazu besonders die Arbeiter und Arbeiterinnen ein, die mit der SED sympathisierten und an deren Gewinnung die Betriebsgruppe besonderes Interesse hatte. Auf dieser Versammlung wurde, ausgehend von der konkreten Lage im Betriebe, über die Ziele der SED gesprochen und im Referat sowie in der anschließenden Diskussion besonders die Wichtigkeit einer starken SED-Betriebsgruppe für die Durchsetzung der Forderungen der Arbeiter unterstrichen. Bedenken und Unklarheiten von Versammlungsteilnehmern wurden in ruhiger, sachlicher Aussprache zerstreut, die notwendigen Aufklärungen erteilt und der Boden für die direkte Werbung vorbereitet. Ein anderes Beispiel: Der größte Teil der Arbeiterschaft des Betriebes O. in Thüringen wohnt in einem geschlossenen Wohnviertel. Die SED-Betriebsgruppe beschloß, die Werbung neuer Mitglieder so durchzuführen\* daß sie die Adressen sympathisierender Kollegen feststellte und Werbegruppen von je zwei Mitgliedern bildete, die