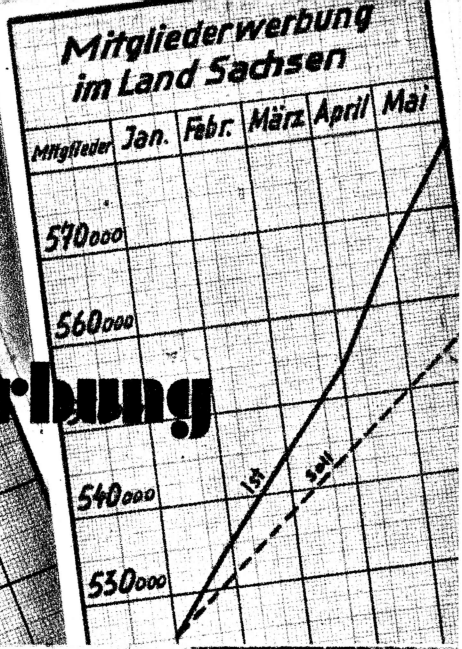
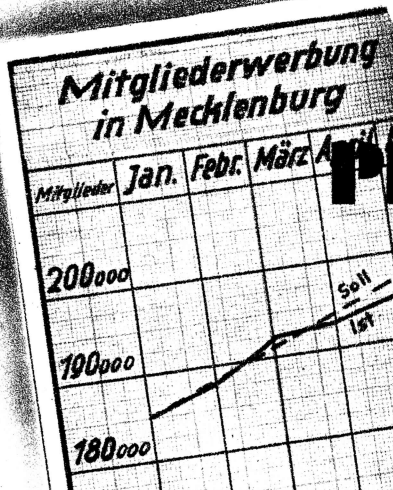


# Planmäßige Werbung



Wie es nicht gemacht werden soll

In KUI-Berlin Wohnbezirksgruppe wurde wer kurz zu 180 Mitgliederwerbung Stellung genommen. Der V ar y ^ t zende be gründet eingehend die Nohyen leit delplar e Bidep Chm \* bung um \* W \* ort: „Der Plan, der uns vorliegt besteht darin, die Zahl Sr erlMitgliepe' bis Endendes Janines zi yerdopplm. Unsere truppe zahl 55Mitglifeder; unsSiDBH44efgat4s ist es aIII 55 neue' /mmI\* 1 Werben Der Weg dazu ist! Jedes Mit- glied wir t- trnffeKs Mitglied.“

Der vorgelegte Werbeplan skammti vom Wsjädigen Stadtbezirksvohta id um war Alhibum, cferri en übrigen Wohnbezirks- u. U. Meibb gruppen des Stadtbezirks zugestellt worden. „Jedes Mitglied wirbt ein neues Mitglied.“ Es muß zugestanden werden, daß dieser „Plan“ an Einfachheit nicht mehr zu übertreffen ist. Man muß sich nur fragen, ob den Genossen, die diesen Plan aufstellten, nicht in den Sinn gekommen ist, daß die soziale Zusammensetzung der Bevölkerung in den verschiedenen Wohnbezirksgruppen sehr verschieden ist, daß in den Betrieben andere Möglichkeiten und Notwendigkeiten der Werbung bestehen als im Wohngebiet, daß es z. B. durchaus nicht gleichgültig ist, ob wir einen Arbeiter oder einen Handwerker werben, daß die Gewinnung eines parteilosen Betriebsrates, der vom Vertrauen der Belegschaft eines Betriebes getragen wird, für die Partei einen weit größeren Kraftzuwachs bedeutet als die Gewinnung irgendeines anderen Mitgliedes. Ein „Plan“, wie er hier vorgelegt wurde, hat in Wirklichkeit mit planmäßiger Werbung nichts gemein. Er ist ein Musterbeispiel dafür, wie schematisch und unrichtig mitunter zentrale Richtlinien in die Praxis umgesetzt werden. Er zeigt, wie es nicht gemacht werden soll.

## Die Werbung — eine politische Aufgabe

Das höchste Ziel der Werbung ist die Stärkung der politischen Kraft der Partei. Es kommt also vor allem darauf an, die bewußtesten und aktivsten Kräfte der Arbeiterklasse und aller Werktätigen für die Partei zu gewinnen, Menschen, die durch ihre Tätigkeit im Betrieb, in den Gewerkschaften oder sonstigen Organisationen und Arbeitsstellen bereits ein gewisses Maß politischer und organisatorischer Erfahrung gesammelt haben, Menschen, die sich bewußt sind, daß die Mitgliedschaft in der SED nicht nur eine große Ehre, sondern auch eine große Verpflichtung bedeutet. Es handelt sich also nicht darum, die Partei quantitativ zu vergrößern, sondern darum, sie qualitativ zu verstärken. Die Werbung ist demnach nicht eine Sache der Überredung, sondern eine Sache der Überzeugung. Sie ist keine mechanische, sondern eine politische Aufgabe, die in dauernder lebendiger Verbindung mit den übrigen politischen Aufgaben der Partei gelöst werden muß.

Die zweite wichtige Aufgabe einer planmäßigen Werbung besteht darin, unsere Partei bewußt und planmäßig in den verschiedenen Schichten des schaffenden Volkes zu verankern oder —



Neubauer, auch du gehörst in die Partei, die sich mit aller Kraft dafür einsetzt, daß der Boden denen zukommt, die ihn bearbeiten (Aufn. SNB- Berlin)

was dasselbe ist — die soziale Zusammensetzung unserer Partei, ihre altersmäßige Gliederung und ihre Zusammensetzung nach Geschlechtern bewußt und planmäßig zu beeinflussen.

Die großen und vielfältigen Aufgaben im Neuaufbau unserer Wirtschaft, die Sicherung der besten Leitungen in den enteigneten Betrieben der Kriegsverbrecher und Konzerne, die Sicherung des Mitbestimmungsrechts der Arbeiter in den Betrieben und der sozialen Betreuung der Belegschaften usw. — alle diese Aufgaben können nur gelöst werden, wenn unsere Partei tief in der Industriearbeiterschaft sowie in der technischen Intelligenz verankert ist. Die fortschrittliche Entwicklung im Dorf, die Sicherung der planmäßigen landwirtschaftlichen Erzeugung und damit der Ernährung unseres Volkes sowie die Sicherung und Festigung des Bündnisses zwischen Arbeiterschaft und Bauern sind nur gewährleistet, wenn unsere Partei fest in den Reihen der Neubauern und der fortschrittlichsten Altbauern verwurzelt ist. Die Notwendigkeit des Aufbaues eines starken Handwerks auf demokratischer Grundlage macht es uns zur Pflicht, die besten und fortschrittlichsten Kräfte des Handwerks für unsere Partei zu gewinnen. Die Erneuerung der deutschen Kultur, die demokratische Reform des gesamten Bildungswesens, die notwendige Förderung der Kunst und Wissenschaft hängen in entscheidender Weise von dem Einfluß ab, den unsere Partei unter der Intelligenz, den Wissenschaftlern, den Künstlern und vor allem den Lehrern besitzt.

Die planmäßige Beeinflussung der Zusammensetzung unserer Partei und damit ihrer Verwurzelung in den verschiedensten Schichten des schaffenden Volkes ist also eine politische Aufgabe von außerordentlicher Bedeutung. Die unerläßlichen Voraus-