

Setzungen zur Lösung dieser Aufgabe sind die ständige selbstkritische Beobachtung der organisatorischen Entwicklung der Partei und die Berücksichtigung der konkreten Verhältnisse in jedem Land, in jedem Kreis, in jeder Gemeinde, in jedem Betrieb und in jedem Wohngebiet.

Die gegenwärtigen Hauptaufgaben der Werbung *

Die Entwicklung unserer Partei in der verhältnismäßig kurzen Zeit ihres Bestehens hat alle Erwartungen übertroffen. Schon vor dem Vereinigungsparteitag äußerte sich die politische Anziehungskraft der sich einenden Arbeiterbewegung in einem stürmischen Wachstum der beiden Arbeiterparteien, und zwar besonders von dem Augenblick an, da sich die Organisationen beider Parteien zu Arbeitsgemeinschaften zusammenschlossen. Seit dem Vereinigungsparteitag sind der SED dann durchschnittlich jeden Tag über tausend neue Mitglieder zugeströmt. Während die beiden großen Arbeiterparteien vor 1933 zusammen in ganz Deutschland etwa 1,3 Millionen Mitglieder hatten, zählt heute die SED allein in der Ostzone einschließlich Berlin rund 1,8 Millionen Mitglieder.

Diese Entwicklung darf jedoch nicht über eine Reihe ernster Schwächen in der Zusammensetzung unserer Partei hinwegtäuschen. Hierzu gehört in erster Linie der vollkommen unbefriedigende Anteil der Frauen an unserer Mitgliedschaft. Während sich die erwachsene Bevölkerung der sowjetischen Besatzungszone einschließlich Berlin zu 60 Prozent aus Frauen und zu 40 Prozent aus Männern zusammensetzt, weist unsere Partei eine Zusammensetzung von 23,8 Prozent Frauen und 76,2 Prozent Männern auf.

In der sowjetisch besetzten Zone ist jede 22. Frau Mitglied der SED und



jeder 5. Mann Mitglied der SED



Die Schwäche unserer Partei, die hier ersichtlich ist, ist um so bedenkllicher, als keine einzige der großen politischen Fragen in Deutschland gelöst werden kann ohne die Einbeziehung der Millionenmassen der Frauen ins politische Leben. Es ist daher klar, daß die Werbung von Frauen in den Werbeplänen aller Landesverbände an vorderster Stelle stehen muß, und es ist ebenso klar, daß die am meisten rückständigen Landesverbände Berlin und Thüringen sich auf diese Aufgabe besonders konzentrieren müssen.

Von der gesamten Einwohnerschaft über 14 Jahre gehören der SED an:

Land Sachsen.....	jeder	4. Mann und jede 19. Frau
Sachsen-Anhalt.....	jeder	4. Mann und Jede 20. Frau
Thüringen.....	jeder	4. Mann und jede 27. Frau
Brandenburg.....	jeder	5. Mann und jede 23. Frau
Mecklenburg.....	jeder	5. Mann und jede 19. Frau
Berlin.....	jeder	12. Mann und jede 49. Frau

Eine zweite große Schwäche unserer Partei enthüllt sich bei einem Überblick über ihre altersmäßige Zusammensetzung.

Unsere Partei setzt sich zu 20 Prozent aus Mitgliedern bis zu 30 Jahren und zu 80 Prozent aus Mitgliedern mit einem Alter von über 30 Jahren zusammen. Wenn damit auch zum Ausdruck kommt, daß gerade die älteren und erfahrensten Arbeiter und Werktätigen zu unserer Partei gehören, so bedarf es andererseits kaum einer besonderen Begründung, daß die verhältnismäßig geringe Zahl junger Mitglieder eine außerordentlich große Schwäche bedeutet. Der Anteil der jungen Parteimitglieder bis zu 30 Jahren an der Gesamtmitgliedschaft ist in den Ländern Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Brandenburg und Mecklenburg ungefähr gleich und liegt hier mit 21 Prozent über dem Durchschnitt; in Berlin dagegen liegt er mit 12,5 Prozent erheblich unter dem Durchschnitt. Daraus folgt, daß die planmäßige Werbearbeit unter der jüngeren Generation eine Aufgabe aller Landesverbände ist, daß die Berliner Organisation dieser Aufgabe aber ihre besondere Aufmerksamkeit zuwenden muß.

Ein Vergleich der sozialen Zusammensetzung der Partei mit der sozialen Zusammensetzung der Bevölkerung gibt uns weitere Hinweise für eine planmäßige Werbung.

Von der Gesamtzahl der beschäftigten männlichen und weiblichen Industriearbeiter gehören der SED an:

Land Sachsen.....	21,0%
Sachsen-Anhalt.....	21,0%
Thüringen.....	21,5%
Brandenburg.....	16,4%
Mecklenburg.....	26,0%
Berlin.....	7,7%

Gesamtdurchschnitt 19,1 %

Damit wird statistisch einwandfrei das nachgewiesen, was die Berliner Organisation nach dem 20. Oktober 1946 als eine besondere Ursache des unbefriedigenden Wahlergebnisses festgestellt hat, nämlich die Schwäche der Berliner Parteiorganisation in den Betrieben. Die Schlußfolgerung für unsere Werbung ist demnach besonders für Berlin: Stärkste Konzentration auf die Gewinnung von Industriearbeitern. Aber auch in den übrigen Ländern, besonders in Brandenburg, muß die Verwurzelung der Partei in der Industriearbeiterschaft im Hinblick auf die entscheidende Rolle der Arbeiterklasse als stärkste fortschrittlichste Kraft Deutschlands als ungenügend betrachtet werden. Der zentrale Werbeplan sieht daher für jeden Landesverband eine besondere Verstärkung der Werbung unter den Industriearbeitern vor mit dem Ziel, den Anteil der SED-Mitglieder an der Gesamtzahl der beschäftigten Industriearbeiter auf 25 Prozent zu erhöhen.

Ein sehr unterschiedliches Bild zeigt sich in den einzelnen Ländern hinsichtlich der Verankerung der Partei in der technischen Intelligenz. Von der Gesamtzahl der beschäftigten Ingenieure, Techniker, Werkmeister, Steiger, Chemiker usw. gehören der SED an:

Land Sachsen.....	20,5%
Sachsen-Anhalt.....	14,7%
Thüringen.....	15,3%
Brandenburg.....	16,2%
Mecklenburg.....	26,0%
Berlin.....	4,0%

Gesamtdurchschnitt 13,5 %