

# Georg cHWALc ~~Volk~~ ~~Vo~~ ~~Schlag~~ ~~Schla~~ ~~er~~ ~~ber~~ ~~ung~~ zur qualifizierten Massenagitation

An einem Bahnhofssdiuppen in Oelsnitz hängt ein zeretztes und verblichenes Transparent. Nur mit Mühe erkennt man noch den Text:

„Für die demokratische Erneuerung Deutschlands!“

Das Transparent findet keinerlei Beachtung, obwohl täglich Hunderte von Menschen daran vorübergehen.

Schlagwortwerbung dieser Art finden wir noch überall. Auch wenn die Transparente sorgfältig angefertigt und sauber sind, müssen wir uns fragen: Erfüllt diese Art der Dauerpropaganda ihren Zweck? Spricht sie die Passanten an? Offensichtlich nicht.

Nur wenige Schritte von dem eingangs erwähnten Transparent entfernt befindet sich in der ehemaligen Fabrikantenvilla der Teppichweberei te Kock ein vorbildliches Kinderheim. Und hier gibt es kein Transparent! Hätte man hier nicht sagen können:

„Früher Luxuswohnung des Kriegsverbrechers te Kock, heute Heim für 40 Kinder unserer Belegschaft!

Das ist ein Stück

unserer demokratischen Erneuerung Deutschlands!“

Ein solcher Text ist aktuell; er zwingt zur — meist positiven — Stellungnahme, und darauf kommt es an!

Aber nicht nur Transparente „zielen an den Menschen vorbei“. In vielen Orten findet man „Werbeschaufenster“, in denen es nichts anderes zu betrachten gibt als die Büste oder das Bild eines Arbeiterführers, einige angestaubte Bücher oder Broschüren und, wenn es hochkommt, eine allgemeine Losung, die meist aus mit Stednadeln befestigten Papierbuchstaben besteht. Auch solche „Werbe“-Fenster erfreuen sich weitgehender Nichtbeachtung. Welche Möglichkeiten aber stecken in ihnen! Unsere für Werbung und Massenagitation verantwortlichen Genossen sollten sich die Mühe machen und überlegen, wie man solche Schaufensterwerbung wirksamer gestalten könnte.

Dazu einige Vorschläge:

Alle vierzehn Tage wird das Werbemotto gewechselt. Es richtet sich nach den Problemen, die unsere Partei in der Massenagitation jeweils in den Vordergrund stellt. Dabei

muß aber noch Raum bleiben für rein örtliche Fragen, um das Interesse der Betrachter zu fesseln und um anschaulich bleiben zu können.

Die Ausgestaltung der Schaufenster erfolgt nach den Anregungen der bei den Kreisvorständen für Werbung und Massenagitation verantwortlichen Genossen. Mit den für die Ausführung verantwortlichen Parteigruppen und Organisationen wird die Art der Ausgestaltung des Werbefensters vorbesprochen. Wettbewerbe um die beste und erfolgreichste Lösung dieser Arbeit tragen dazu bei, sie schneller und besser in Gang zu bringen.

Immer soll diese Art der Werbung von den örtlichen Verhältnissen ausgehen und niemals abstrakte Formeln und Schlagworte benutzen.

Wir ringen jetzt um die Errichtung und Ausgestaltung unserer MAS. Was liegt da näher, als eine kleine Ausstellung über dieses Thema zu gestalten?

Bessere MAS — mehr Brot!

Eine Karte des Kreises mit den eingezeichneten Standorten der MAS, eine anschaulich gezeichnete Statistik der Lage der Neubauern im Kreis (Zahl, Flächen, Zugkraft usw.),

einige Bilder von bereits arbeitenden MAS, ihren Menschen und ihren Maschinen,

eine Darstellung (Plan, Zeichnungen, Schema), die zeigt, wie die MAS in einigen Jahren aussehen und wirken sollen,

einige Fotos von Aktivisten unter den Traktorenführern usw. mit kurzen, klaren Texten, die Aufgaben und Arbeitsweise der MAS' erklären und ihre Wichtigkeit für die überwiegende Mehrzahl der Bauern und damit für die Verbesserung unserer Lebensmittelversorgung hervorheben.

In den volkseigenen Betrieben geht der Kampf um Leistungssteigerung und Übererfüllung des Planes, damit also um eine Verbesserung unseres Lebens. Gestalten wir eine kleine Werbeausstellung über einen vorbildlich arbeitenden Betrieb! Die Ausgestaltung wird die betreffende Betriebsgruppe gern übernehmen.

Daneben will die Bevölkerung, die ja durch diese Kleinausstellungen immer neu angesprochen wird, auch wissen, was sich in ihrer unmittelbaren Umgebung abspielt. Geben wir also zwischendurch den SED-Betriebsgruppen der Schule, der Stadt- und Kreisverwaltung Gelegenheit, sich autklärend an die Öffentlichkeit zu wenden. Die Darstellung von Erfolgen und von Projekten der Verwaltungen zum Beispiel werden immer Interesse finden.

Die Wirkung dieser Ausstellungen auf den Betrachter muß immer so berechnet sein, daß sie zunächst seine Aufmerksamkeit erregt, dann seine Zustimmung erweckt und dabei die Einwände der Zweifler und Gegner widerlegt. Dadurch daß die Themen aus dem — jedem bekannten — örtlichen Rahmen heraus entwickelt werden, überzeugt man am besten, vorausgesetzt, daß man dabei nicht in Schönfärberei verfällt, sondern ohne Scheu auch auf Unzulänglichkeiten kritisch aufmerksam macht. So gewinnt diese Art der Werbung Vertrauen und liefert Stoff zu positiven Diskussionen.

Die hier gezeigten Aufgaben werden die — auch sonst längst notwendige — Bildung von Agitationsaktivisten anregen und fördern. Es gibt überall schritt- und textgewandte, graphisch und dekorativ begabte Genossen in den Parteigruppen, denen die ersten Aufgaben übertragen werden müssen. Sie werden sich bald nicht mehr auf die hier so ausführlich geschilderte Schaufensterwerbung beschränken, sondern, daraus lernend, auch die allgemeine Werbung durch Schriftbänder, Transparente, Plakate, Tafeln, Schaukästen usw. günstig beeinflussen.

„Was nun den politischen Kampf im besonderen betrifft, so erfordert gerade der „Klassenstandpunkt“, daß das Proletariat jede demokratische Bewegung vorwärts stößt. Die Arbeiterdemokratie unterscheidet sich in ihren politischen Forderungen von der bürgerlichen Demokratie nicht prinzipiell, sondern nur dem Grade nach. Im Kampf um die wirtschaftliche Befreiung, für die sozialistische Revolution steht das Proletariat auf einer prinzipiell anderen Grundlage. Und es steht einsam da (der kleine Produzent wird ihm nur insoweit zu Hilfe kommen, als er in die Reihen des Proletariats übergeht oder in Hinblick auf diesen bevorstehenden Übergang). Jedoch im Kampf um die politische Befreiung haben wir viele Verbündete, denen wir nicht teilnahmslos gegenüberstehen dürfen.“

(Lenin,

„Jy. „Politische Agitation und „Klassenstandpunkt“ 1902)