

„Dem volkseigenen Sektor stehen am nächsten die genossenschaftlichen Unternehmen der Konsum- und Dorfgenossenschaften, die zwar kein demokratisches Staatseigentum, aber auch kein Privateigentum sind, sondern gegenüber den volkseigenen Unternehmungen eine niedrige Form des gesellschaftlichen Eigentums sind.

Sie sind allseitig zu fördern.“

Die erreichten Erfolge, die in der Steigerung der Mitgliederzahlen von 958 000 im Jahre 1932 auf 2 416 000 im Jahre 1951, in der Entwicklung der Verkaufsstellen von 3556 auf 14 806 und in der beginnenden demokratischen Entwicklung innerhalb der Genossenschaften zum Ausdruck kommen, dürfen jedoch nicht über die vorhandenen ernststen Mängel und Schwächen in den Konsumgenossenschaften hinwegtäuschen.

Die Konsumgenossenschaften sind dazu berufen, auf genossenschaftlichem Gebiet die ökonomische Politik durchzuführen, wie sie in der Deutschen Demokratischen Republik gültig ist. Dazu gehört, daß die Konsumgenossenschaften den Kampf führen müssen um die Verbesserung der Qualität und Sortimente, um die Erhöhung der Verkaufskultur sowie um die Senkung der Selbstkosten und damit der Preise. Dadurch helfen sie mit, die Bevölkerung von der Richtigkeit unserer ökonomischen Politik zu überzeugen, wie sie bereits auf der 1. Parteikonferenz festgelegt wurde.

Diese wichtigen Aufgaben haben die Konsumgenossenschaften bisher unbefriedigend gelöst. Sie sind nicht nur allgemein hinter dem großen Aufschwung in Industrie und Landwirtschaft, sondern auch im Wettbewerb hinter der HO und zum Teil auch dem privaten Einzelhandel zurückgeblieben. Es gibt Genossenschaftler, die diesen Rückstand durch zusätzliche staatliche Hilfsmaßnahmen aus der Welt schaffen möchten, anstatt mit Hilfe der großen demokratischen Organisation der Verbraucher die Arbeit zu verbessern und damit diese entscheidende Schwäche zu überwinden.

Das Politbüro lenkt die Aufmerksamkeit der Parteimitglieder in den Konsumgenossenschaften auf drei Hauptaufgaben, deren Erfüllung zur stärkeren Entwicklung und Festigung dieser fortschrittlichen Massenorganisation führt.

1. Die Erziehung der Konsummitglieder durch intensive Aufklärungs- und Schulungsarbeit zu aktiven Kämpfern gegen die Remilitarisierung, für den Frieden und ein einheitliches, demokratisches Deutschland sowie zum demokratischen Staatsbewußtsein.