

Über den Literaturvertrieb bei Großveranstaltungen

(Aufn. Pilz)

Die aus den verschiedensten Anlässen durchgeführten Großkundgebungen und Demonstrationen wurden bisher viel zuwenig zur Verbreitung unserer Literatur ausgenutzt. Wo überhaupt auf diesem Gebiet etwas geschah, war es fast immer der Initiative einzelner Literaturfunktionäre zu verdanken, die versuchten, hier die Literatur abzusetzen, die eigentlich, für den Vertrieb im Bereich ihrer Grundeinheit bestimmt war. Hier und da wurden Literaturverkaufsstände aufgebaut, die zwar sehr dekorativ wirkten, aber mit denen relativ wenig erreicht wurde. So notwendig die Aufstellung gut hergerichteter Literaturverkaufsstände bei Großveranstaltungen ist — vor allem wegen des Vertriebs der umfangreicheren und — teureren Schriften — so sind sie doch nicht viel mehr als eine örtlich verlagerte Buchhandlung und — als alleinige Methode angewandt — eine verhältnismäßig passive Vertriebsmethode.

Was bisher versäumt wurde

Was bis vor kurzem fast überall unterlassen wurde, war ein gut vorbereiteter, organisierter und mit der Thematik der Veranstaltung eng verbundener Vertrieb von Massenbroschüren, wobei eine größere Anzahl von Genossen unter zentraler Leitung diese Aufgabe systematisch und unter Anwendung lebendiger, aktiver Vertriebsmethoden durchführt.

Gerade die Großveranstaltungen mit ihren Zusammenballungen von Menschenmassen bilden politische Höhepunkte, bei denen auch die parteilosen Massen besonders aufnahmebereit für unsere Literatur sind und eine Anzahl von ihnen Interesse hat, die gehörten Reden noch durch entsprechende Broschüren zu vertiefen.

Der „Zentrale Literaturvertrieb“ der Partei schlug deshalb den Landesvorständen im April dieses Jahres vor, wenigstens in den Landeshauptstädten zum 1. Mai einen solchen systematischen Literaturvertrieb zu organisieren und über die Ergebnisse und Erfahrungen zu berichten.

Es kam hierbei darauf an, Methoden zu finden, die es gestatteten, in der verhältnismäßig kurzen Zeit der Veranstaltung möglichst allen Teilnehmern und möglichst vielen „Zaungästen“ die dem Thema und den Losungen des Tages entsprechende Literatur anzubieten. Es mußten also sowohl für die Stellplätze der einzelnen Demonstrationzüge als auch für den Verkauf neben den marschierenden Zügen und schließlich für den Verkauf auf dem Kundgebungsgelände die nötige Anzahl geeigneter Genossen gewonnen, für die Aufgabe ideologisch vorbereitet und für die einzelnen Vertriebsplätze eingeteilt werden.

Die vorbereitende Besprechung

Die wichtigste organisatorische Maßnahme zur Sicherung des Erfolges ist die Durchführung einer vorbereitenden Besprechung, die nicht zu spät, um noch umdisponieren zu können, und nicht zu früh, um die aktuellen Argumente mit einzubeziehen — also zwei bis drei Tage vor der Veranstaltung —, einberufen werden muß. Als Teilnehmer werden die Literaturfunktionäre und die zu den Agitatoren-

gruppen gehörigen Genossen aus den Grundeinheiten, vor allem den Betriebsgruppen, eingeladen. Die wichtigsten Maßnahmen der vorbereitenden Besprechung sind:

1. Die ideologische Vorbereitung des Genossen; das Bekanntmachen mit der speziell für diese Veranstaltung vorgesehenen Literatur.

2. Einteilung der Genossen in Vertriebsgruppen für den Verkauf vor und während der Demonstration. Die Anzahl der Gruppen muß doppelt so hoch sein wie die Zahl der vorgesehenen Teildemonstrationzüge (für die linke und rechte Seite des Zuges je eine Gruppe). Jede Gruppe besteht aus etwa 4 bis 6 Verkäufern — je nach der zu erwartenden Länge des Zuges — und einem Verbindungsmann, bei dem die Verkäufer abrechnen und der bei langen Marschwegen eine Literaturreserve zur evtl. Nachbelieferung der Verkäufer mit sich führt. Jeder Vertriebsgruppe muß ihr genauer Vertriebsplatz zugeteilt werden.

3. Einteilung von Einzelverkäufern für den Vertrieb am Ort der Kundgebung und Festlegung ihrer Vertriebsbezirke.

4. Einteilung von einigen Genossen für den festen Literatürverkaufstand am Kundgebungsort.

5. Aushändigung von je einem mit Lieferschein versehenen Literaturpäckchen an alle Verkäufer und der evtl. Reserveliteratur an die Verbindungsmänner. Die Literaturpäckchen enthalten etwa 20 bis 30 Broschüren mit 4 bis 6 verschiedenen Titeln. Es ist zweckmäßig, vorher auf der Rückseite aller Broschüren den Preis zu vermerken. Die Abrechnung durch die Verbindungsleute und der Einzelverkäufer soll möglichst noch am gleichen Tage vollzogen werden.

Wichtig ist, daß die Literatur zu solchen Gelegenheiten „auf Kommission“ ausgegeben wird, d. h. mit vollem Rückgaberecht. Außerdem muß ein Modus gefunden werden, daß den Grundeinheiten, zu denen die Verkäufer gehören, eine Prämie von 10 bis 15 Prozent des Verkaufswertes nachträglich überwiesen wird.

Einige Erfahrungen vom Litvertrieb bei den diesjährigen Maidemonstrationen

In den drei Städten Potsdam, Schwerin und Brandenburg wurden trotz sehr kurzer Vorbereitungszeit Ergebnisse erzielt, die sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht weit über das hinausgehen, was mit den bisher üblichen Methoden erreicht werden konnte.

In Potsdam waren zur vorbereitenden Besprechung infolge mangelhafter durchgeführter Einladung nur 21 Genossen erschienen. Mit diesem Ergebnis unzufrieden, trat der Literaturfunktionär des Kreises mit mehreren Betriebsgruppen in Verbindung und erreichte, daß schließlich 42 Genossen aus 17 Betriebsgruppen und 9 Genossen aus 5 Wohnbezirksgruppen am 1. Mai zur Verfügung standen. 45 Genossen wurden als Verkäufer für die Teildemonstrationzüge eingeteilt, um — wie es im Bericht richtig heißt — „vor allen Dingen der nicht demonstrierenden Bevölkerung Literatur anzubieten“.