

Die Popularisierung der Prager Beschlüsse bei Siemens-Plania, Berlin

Die Beschlüsse der Prager Außenministerkonferenz sind für die Erhaltung des Friedens und für den Kampf um die Einheit Deutschlands von außerordentlicher Bedeutung. Um so notwendiger ist es, daß der Inhalt der Beschlüsse von allen Werktätigen in den Betrieben und darüber hinaus von der gesamten Bevölkerung immer wieder und wieder diskutiert wird.

Was hat unsere Partei im Betrieb Siemens-Plania-Werke, Berlin, in dieser Frage unternommen? In einer Funktionärsitzung der Betriebsgruppe wurde der Beschluß gefaßt, in Zusammenarbeit mit dem Friedenskomitee die vier Punkte der Beschlüsse gründlich zu popularisieren, daß auch jedes einzelne Belegschaftsmitglied in der Lage ist, für ihre Verwirklichung zu kämpfen.

Unsere Parteileitung stellte zusammen mit dem Friedenskomitee einen genauen Arbeitsplan auf, dessen Aufgaben inzwischen durchgeführt wurden. In jeder Abteilung wurden die Agitatorengruppen unserer Partei eingesetzt. Das Friedenskomitee ließ darüber hinaus ein Flugblatt herstellen, auf dem der Text der vier Punkte stand. Die Diskussionen der Agitatorengruppen und der Mitglieder des Friedenskomitees wurden durch tägliche Kurzreferate im Betriebsfunk gut unterstützt.

Aber auch die zur Aufstellung des Aktivistenplanes durchgeführten Produktionsberatungen wurden ausgenutzt, um den Kollegen zu zeigen, daß ohne den Kampf um die Erhaltung des Friedens alle Friedenspläne — und das sind doch unsere Aktivistenpläne, — illusorisch waren. Es wurde den Kollegen gesagt, daß es deshalb unbedingt notwendig ist, die Durchführung der Prager Beschlüsse zu fördern. Doch auch in den Betriebsgruppensitzungen und selbstverständlich auch in den Belegschaftsversammlungen wurde der Inhalt der Beschlüsse eingehend behandelt.

Nachdem diese Arbeit geleistet war, kam es darauf an, daß die Belegschaftsmitglieder selbst zu den Prager Beschlüssen Stellung nahmen und sich mit ihrer Unterschrift öffentlich dazu bekannten. Aber es zeigte sich, daß diese Idee schon den Kollegen selbst gekommen war; so tauchte plötzlich am Greifer-Kran eine Friedenstaube auf und daneben stand: „Für den Weltfrieden! Wir sind für die Prager Beschlüsse!“ In der Abteilung 140 ging man sogar noch weiter. Überall sah man an den Arbeitsplätzen plötzlich kleine Papptafeln, die mit der Unterschrift der betreffenden Kollegen oder der Kolleginnen versehen waren und auf denen sie in ihrer Weise zu den Prager Beschlüssen und zum Frieden Stellung nahmen. Auf einzelnen Schildern stand: „Ich bin für die Prager Beschlüsse, weil ich für den Frieden bin!“ Oder: „Ich bin für den Frieden, weil amerikanische Bomben mir alles vernichtet haben!“ So oder ähnlich lauteten die Aufschriften auf allen Papptafeln, und jeder Kollege setzte seine Unterschrift darunter.

In anderen Abteilungen, wo die Möglichkeit zum Anbringen solcher kleiner Tafeln fehlte, haben die Belegschaftsmitglieder größere Schilder hergestellt, auf denen sich sämtliche Kollegen der Abteilung oder der Arbeitsgruppe unterschriftlich zu den Prager Beschlüssen bekannten. Überall hatten die Belegschaftsmitglieder auf ihre Weise ihren Willen bekundet. So wurden in der Abteilung Verwaltung Friedensschilder an jede Tür angebracht oder auf den Arbeitstischen kleine Schildchen aufgestellt.

Das Beispiel Siemens-Plania zeigt, daß eine gute ideologische und organisatorische Vorbereitung einer Kampagne ihr auch den Erfolg sichert. Die Initiative der Betriebsgruppe von Siemens-Plania sollte allen unseren Genossen Anlaß geben, ernsthaft zu überprüfen, inwieweit sie bisher die Beschlüsse der Prager Außenministerkonferenz und des II. Weltfriedenskongresses popularisierten.

Alfred Grün

Am 5. November 1950 veröffentlichte „Neues Deutschland“ einen Artikel „Unterschätzung des Dokumentarfilms“, in dem unter anderem berechtigte Kritik daran geübt wurde, daß der Film „Der Weg nach oben“ bis zu diesem Zeitpunkt noch nicht in Berlin aufgeführt worden war. Im Gebiet der Deutschen Demokratischen Republik lief der Film, dessen Bedeutung als Agitationsmittel nicht unterschätzt werden darf, bereits seit Anfang Oktober. Er fand aber unter unseren Genossen in den Betrieben, Verwaltungen, Massenorganisationen usw. nicht den Widerhall, den er verdient; das heißt, unsere Genossen verstanden es — von einzelnen kleinen Beispielen abgesehen — nicht, die breitesten Bevölkerungskreise an diesen Film heranzuführen. Obwohl der Film an den Aufführungsorten jeweils nur einige Tage lief, war der Besucherkreis nur verhältnismäßig klein.

Die Partei in Berlin schafft ein Beispiel

Die erwähnte Kritik veranlaßte die Abteilung Agitation der Großberliner Landesleitung der Partei, ein Beispiel für die Organisation des Besuches und die Auswertung eines politisch wertvollen Filmes zu schaffen. Kurzfristig wurde die Aufführung des Dokumentarfilms „Der Weg nach oben“ in Berlin festgesetzt. Der Partei standen nur vier Tage zur Vorbereitung zur Verfügung.

Die Abteilung Agitation der Landesleitung Groß-Berlin übernahm in diesem Fall ausnahmsweise die Organisation des Massenbesuches und — zur besseren Übersicht — den Vertrieb der Karten für die gesamten Vorstellungen, obwohl das eine Aufgabe des FDGB gewesen wäre. Die Karten wurden nach der Größe und der Anzahl der Betriebe auf die Berliner Kreise verteilt. Die Instruktoren der Kreisleitungen gingen mit den Karten in die Betriebe, erklärten unseren Genossen dort Wert und Bedeutung des Films und sorgten so dafür, daß in kurzer Zeit in den Betrieben unter den Kollegen bekannt wurde, daß der Dokumentarfilm in Berlin aufgeführt wird.

Die „Progreß“ (Filmverleih) arbeitete zusammen mit der Abteilung Agitation beim ZK und dem FDGB ein Rundschreiben aus, das mit Werbe- und Plakatmaterial in die größten Berliner Betriebe geschickt wurde. Schwerpunktbetriebe wurden von Vertretern der drei Stellen direkt aufgesucht.

Betriebe luden Belegschaftsmitglieder aus Patenbetrieben in Westberlin ein. Auch die Berliner Parteiorganisation versäumte es nicht, durch die Kreisleitungen der Partei in Westberlin Teile der westberliner Bevölkerung für den Besuch der Filmvorführungen zu gewinnen. Auch die Werbung für diesen Film durch die Presse blieb nicht aus; unsere Genossen, die aufmerksam das Zentralorgan der Partei lesen, konnten verfolgen, daß gerade in den Tagen der Aufführung des Dokumentarfilms „Der Weg nach oben“ in Berlin mehrere Artikel über die Bedeutung des Dokumentarfilms erschienen, die halfen, die Aufmerksamkeit auf den Film zu lenken.

Für die Belegschaften verschiedener Großbetriebe wurden geschlossene Vorführungen veranstaltet. Die versprochene Unterstützung durch den FDGB blieb aus. Die Kulturabteilung des FDGB Berlin zum Beispiel forderte von der Partei 500 Karten für eine Vorstellung zum Vertrieb an. Es „gelang“ ihr, 35 Karten abzusetzen. Drei Tage nach der betreffenden Vorstellung wurden die 35 Karten abgerechnet und 465 Karten zurückgebracht. Berechtigt schreibt hierzu die Abteilung Agitation der Landesleitung der Partei in ihrem Bericht: „... Es war uns unverständlich, wie eine Organisation der Werktätigen so unverantwortlich handeln konnte. Man hätte, wenn schon der FDGB die Summe doch bezahlen muß, die Karten gegebenenfalls kostenlos den westberliner Erwerbslosen geben können und damit hätten wir viele Agitatoren in Westberlin gewonnen.“

Trotzdem gelang es den Genossen der Abteilung Agitation der Landesleitung Groß-Berlin, die festgelegten Vorstellungen bis auf wenige Karten auszuverkaufen. Und mehr — die Spieldauer mußte um drei Tage verlängert werden; allein die Hauptverwaltung des demokratischen Magistrats und die Angehörigen der Schulämter belegten über die Spieldauer hinaus je drei geschlossene Veranstaltungen, und auch die Nachfrage aus den Kreisen der Bevölkerung war weit größer, als man vorausgesehen hatte.

Aber der gute Besuch des Films allein ist noch kein voller Erfolg. Zum vollen Erfolg gehört nicht nur, die Werk-