

Alle Genossen

müssen sich an der Pressewerbung beteiligen

Seit Jahren bin ich Abonnent der „Sächsischen Zeitung“ und nehme sie täglich mit neuen Erwartungen zur Hand. Sie ist mein ständiger Begleiter zum Dienst, und auch im Urlaub mag ich sie nicht missen. Daheim studiert die ganze Familie die neuesten Nachrichten des In- und Auslandes. Meine „Sächsische Zeitung“ ist mir Helfer und Berater in allen Fragen des Lebens. Ohne Zeitung würde ich mir wie von der Welt abgeschnitten Vorkommen.

Mitte September habe ich einen Artikel in der „Sächsischen Zeitung“ gelesen, in dem alle Parteileitungen und alle Genossen aufgerufen wurden, verstärkt für die sozialistische Presse zu werben. Bis Ende Dezember 1953 soll diese Werbekampagne durch die Grundorganisationen der Partei abgeschlossen sein. Das heißt aber natürlich nicht, daß damit die Werbung für die sozialistische Presse zu Ende ist, sondern jeder Genosse muß ständig weiter unter den Werktätigen für das Studium unserer Presse werben. Ich bin aber der Meinung, daß sich unsere Parteiorganisationen bisher nur ungenügend mit der Pressewerbung beschäftigen. Wie ist es sonst möglich, daß den Genossen durch die „Sächsische Zeitung“ erst Mitte September der erste Hinweis für eine verstärkte Werbung gegeben wurde, obgleich in diesem Artikel darauf hingewiesen wird, daß die Werbung bereits am 1. September beginnen sollte. Es wäre also notwendig gewesen, schon Mitte August mit der Propagierung zu beginnen, um damit der Pressewerbung den richtigen Aufschwung zu geben. Wenn aber schon von Anfang an von den Parteiorganisationen und Redaktionen

selbst hierbei die Bremsklötze angesetzt werden, wie soll sich dann die Werbung überhaupt auswirken? Es ist also höchste Zeit, um wirklich Erfolge zu erzielen, den Tempoverlust aufs schnellste aufzuholen.

Beispiele einer guten Pressewerbung geben uns die Genossen von der Post, die sowohl im Vorjahr als auch in diesem Jahr gute Ergebnisse erzielten. Im Kreis Freital wurden im vorigen Jahr besonders gute Erfolge in der Einzelwerbung erreicht. Was denken eigentlich die Parteiorganisationen in dieser Richtung nun zu unternehmen? Sie sind doch sowohl in den Betrieben als auch in den Wohnbezirken für die Pressewerbung verantwortlich. Sie sollten aus den Erfolgen und den Fehlern der Pressewerbung des vergangenen Jahres ihre Schlußfolgerungen ziehen, damit die gleichen Fehler nicht wiederholt werden. Dabei sollten sie besonders gute Beispiele popularisieren und verallgemeinern.

Ich gehörte im Vorjahre zur Betriebsparteiorganisation der HO Industriewaren Freital und war dort vorübergehend im Reservelager beschäftigt. Die Parteileitung kümmerte sich so gut wie gar nicht um die Pressewerbung in dieser Abteilung. Ich besorgte mir deshalb selbst die Abonnentenscheine bei der Kreisredaktion Freital und begann von mir aus in meiner Freizeit im Reservelager und auch im Wohnbezirk mit der Pressewerbung. Ich erzielte damals gute Ergebnisse, die in der „Sächsischen Zeitung“ veröffentlicht wurden. Diese Ergebnisse hätten doch sehr gut ausgewertet werden können.

Fremdwörterverzeichnis

Erklärung einiger der in dieser Nummer vorkommenden Fremdwörter

Ambition

Ehrgeiz; hohes Streben

Formation

Entwicklungsstufe

Initial

durch Ausschmückung hervorgehobener Anfangsbuchstabe

Potential

Leistungsfähigkeit

Präambel

Vorspruch zu Gesetzen, insbesondere zu Verfassungen

Rudiment

Überbleibsel

Vignette

Verzierungsbildchen

Ich bin der Meinung, wenn die jetzt durchzuführende Pressewerbung Erfolg haben soll, dann müssen die Bezirks- und Kreisleitungen sowie alle Parteiorganisationen ab sofort dafür die notwendigen Maßnahmen ergreifen.

Unsere Losung muß deshalb sein: Jede Genossin und jeder Genosse abonniert die Parteipresse! Keine Familie in Stadt und Land ohne die sozialistische Presse! An uns liegt es aber, dies zu verwirklichen. Deshalb müssen sich alle Genossen an der Pressewerbung beteiligen, um unser Ziel, die breite Masse der Bevölkerung an das Studium unserer sozialistischen Presse heranzuführen, zu verwirklichen. Walter Arnold

Zu unserem Titelbild:



„Das Tempo der Verwirklichung des neuen Kurses hängt von uns ab“. Diese einfachen und doch so bedeutungsvollen Worte der Genossin Frida Hockauf auf der Konferenz der SED mit den werktätigen Frauen am 24. Oktober 1953 und ihr persönliches Beispiel fanden deshalb bei unseren Werktätigen ein so starkes Echo, weil sie auch dem einfachsten Arbeiter den Weg zeigen, an der Verwirklichung des neuen Kurses durch eigenen persönlichen Einsatz mitzuhelfen.

Unser Titelbild zeigt den Metalldrücker, Kollegen Herbert Wiese aus dem VEB Stanzbleche in Berlin. Er verpflichtete sich, dem Beispiel der Genossin Frida Hockauf folgend, ab 7. November, dem Jahrestag der Großen Sozialistischen Oktoberrevolution, täglich 10 Vierliterkochtöpfe aus Aluminiumblech mehr

herzustellen. Diese so bescheiden klingende Verpflichtung des Kollegen Wiese wirkt sich so aus, daß am Ende des Jahres 420 Kochtöpfe für unsere Hausfrauen mehr zur Verfügung stehen. Seinem Beispiel folgten weitere Kollegen seines Betriebes. Kollege Wiese wurde bereits wegen seiner vorbildlichen Arbeit, dazu gehören auch zahlreiche Verbesserungsvorschläge, am 13. Oktober 1953 als Aktivist ausgezeichnet. Er ist einer der ersten Metallarbeiter, der begriff, worin die Bedeutung der Frida-Hockauf-Bewegung besteht. Kollege Wiese hat die Metallarbeiter unserer volkseigenen Industrie aufgerufen, sich dieser Bewegung zur Verwirklichung des neuen Kurses anzuschließen und seinem Beispiel zu folgen. Jede Produktionsverpflichtung, und sei sie noch so bescheiden, wird uns helfen, unser Leben zu verbessern.