

die Betriebszeitungs- und Betriebsfunkredakteure, die Dorfzeitungs- und die Ortsfunkredakteure zusammenzurufen und sie zu orientieren. So wies er sie darauf hin, verstärkt das politische Gespräch (z. B. auch im Betriebsfunk) zu führen und den Charakter unseres Arbeiter-und-Bauern-Staates und die Rolle der Arbeiterklasse zu behandeln; die Aufgeschlossenheit der Werktätigen zu nutzen, um sie zu neuen Produktionsverpflichtungen zu begeistern. Ein zweiter Schritt war, daß in allen größeren Geschäften Agitatoren eingesetzt wurden, die mit den Verkäufern und Kunden diskutieren sollten, um sie über die Politik der Partei und Regierung aufzuklären. Die Arbeitsgruppe Agitation und Propaganda erhielt den Auftrag, Flugblätter und Plakate herauszugeben, auf denen am Beispiel von drei Familien aus dem Kreisgebiet rechnerisch nachgewiesen werden sollte, wie sich ihr Lebensstandard verbessert hat. Desgleichen wurde von dieser Arbeitsgruppe eine schriftliche Argumentation speziell über den Milchpreis ausgearbeitet und den Referenten übermittelt.

Das Büro beschloß weiter, am 30. Mai eine Beratung mit den Sekretären der großen Betriebsparteiorganisationen, den Genossen aus den Informationsstützpunkten und den verantwortlichen Genossen aus dem sozialistischen Handel durchzuführen, auf der diesen Genossen neue Aufgaben gestellt wurden: Die propagandistische Tätigkeit — besonders unter den Arbeitern und Angestellten in der HO und im Konsum — aufzunehmen, die Wettbewerbe besser zu leiten und zu kontrollieren, mehr mit den Frauen mit Hilfe der Frauenausschüsse und des DFD zu sprechen.

Der Kreisvorstand des FDGB wurde beauftragt, kurzfristig mit den BGL-Vorsitzenden eine Besprechung durchzuführen. Dazu arbeitete die Kreisleitung einige Hinweise aus für die politische Arbeit in den Produktionsberatungen, unter den Meistern usw.

Auf die politische Führungstätigkeit im Kreis übte also die Auswertung der Informationen über die Preisdiskussion einen ganz bestimmten Einfluß aus.

In Auswertung der Information aus dem VEB MEWA Lux beauftragte der 2. Kreissekretär einen politischen Mitarbeiter der Kreisleitung, den Genossen der BPO bei der politischen Überzeugungsarbeit zu helfen.

Ein zweites Beispiel. Als aus mehreren Informationen ersichtlich war, daß die Inventur in den Läden im allgemeinen zu langsam voranging und zum Teil Gefahr einer nicht pünktlichen Öffnung der Läden am 29. Mai bestand, erhielt der Operativstab beim Rat des Kreises den Auftrag, noch 80 Genossen für diese Aufgabe einzusetzen. Gleichzeitig erging an die führenden Genossen in den Gewerkschaften der Appell, eine stärkere Arbeiterkontrolle zu organisieren.

Ein drittes Beispiel. Aus den vielen Informationen war noch nicht ersichtlich, welche Meinung die Jugendlichen zu den Maßnahmen der Regierung hatten. Auch ihre Stimme zu hören und ihre Stimmung zu kennen ist erforderlich, wenn die Lage eingeschätzt werden soll. Der 1. Kreissekretär rief deshalb die Genossen der Kreisleitung der FDJ zu sich, um zu erfahren, wie und wo sie mit den Jugendlichen diskutierten und was diese sagen.

Ein viertes Beispiel. Durch die Auswertung der Informationen und auch durch mündliche Informationen und Hinweise erfuhr die Kreisleitung, daß die Aufklärung und die Agitation in den LPG und bei den werktätigen Einzelbauern über die neuen Erfassungs- und Aufkaufpreise noch völlig ungenügend war. Um