

hältnisses zwischen diesen beiden Kennziffern auf Warenfonds, Kaufkraft und Akkumulationskraft unserer Wirtschaft auswirkt, nachzuweisen, warum also die Arbeitsproduktivität rascher wachsen muß als der Durchschnittslohn. Das bedeutet, den Werktätigen den notwendigen inneren Zusammenhang zwischen diesen Prozessen zu erklären. Ausgehend von diesen Gesetzmäßigkeiten wird der Propagandist begründen, welche Schritte unternommen werden müssen, um eine raschere Steigerung der Arbeitsproduktivität zu erzielen.

Die Propaganda auf ökonomischem Gebiet darf also nicht ökonomistisch sein, sie kann nicht einseitig nur ökonomische oder technische Fakten vermitteln. Sie muß den Zusammenhang zwischen den ökonomischen und ideologischen Fragen beachten, sie muß die Lösung der wirtschaftlichen Aufgaben in ihrer engen Verbindung mit den anderen gesellschaftlichen Problemen sehen. Genosse Walter Ulbricht hat in seinem Schlußwort auf dem 12. Plenum des Zentralkomitees nachdrücklich darauf hingewiesen, daß die Erfüllung der wirtschaftlichen Aufgaben in hohem Maße von der Entwicklung der sozialistischen Beziehungen und der weiteren Entfaltung der sozialistischen Demokratie, von der politischen Erziehung der Werktätigen abhängt. Die ökonomische Propaganda muß folglich ihre erzieherische Wirkung erhöhen. Für sie

gilt stets der Grundsatz, daß Fortschritte in der Arbeit der Werktätigen Fortschritte in der Denkweise, also die Veränderung ihres politischen Bewußtseins erfordern.

Wenn sich also die Propaganda mit den wirtschaftlichen Aufgaben befaßt, wird sie besonders die damit verbundenen ideologischen Probleme und Widersprüche aufgreifen, sich mit ihnen auseinandersetzen und gerade diese klären. Die Anwendung der Seifert-Methode ist doch nicht nur ein ökonomisches oder organisatorisches Problem, sondern erfordert, daß die Einheit und die Wechselbeziehungen zwischen den gesellschaftlichen und den persönlichen Interessen richtig verstanden werden; diese Methode ist eng verbunden mit richtigen Beziehungen zwischen den Wirtschaftsfunktionären und den Arbeitern. Die Propaganda befaßt sich mit dieser ideologischen und gesellschaftlichen Seite der Produktion.

### **Ideologische Hilfe den Brigaden**

Solche Aufgaben für die Propagandisten ergeben sich besonders bei der ideologischen Führung und Anleitung der Brigaden und Gemeinschaften der sozialistischen Arbeit. Dort bilden sich am deutlichsten der sozialistische Mensch, die sozialistische Arbeitsmoral und Disziplin heraus. Viele Parteiorganisationen schenken diesen Problemen leider noch nicht genügend Aufmerksamkeit.

**D**ie Kunst besteht darin, an Hand der aktuellen Fragen der industriellen Produktion, der Planung, der Versorgung, den Menschen die Gesetze der ökonomischen Entwicklung zu erklären und ihnen darzulegen, wie auf dem Wege zum Sieg des Sozialismus Schritt für Schritt die vorhandenen Widersprüche und Schwierigkeiten überwunden werden. Es genügt also nicht, den Plan zu erklären, sondern es gilt, mit den Menschen zu sprechen, wie die Produktion der Betriebe, der Handel, das geistige Leben im Ort sich entwickeln und Erscheinungen der Rückständigkeit überwunden werden. Die Propaganda muß also ausgehen von dem Problem des sozialistischen Aufbaus. Es dürfen keine abstrakten Thesen „verkündet“ werden. Wir dürfen nicht an den Köpfen der Menschen vorbeireden, sondern müssen konkret auf ihre Fragen und Argumente antworten, die sie bewegen. Dabei dürfen wir auch irgendwelchen schwierigen Problemen, mit denen die Werktätigen nicht fertig werden, nicht aus dem Wege gehen, denn die Menschen erwarten ja von uns Antwort und Hilfe.

Aus dem Schlußwort des Genossen Walter Ulbricht auf dem 12. Plenum des Zentralkomitees der SED