

schläge nach sorgfältiger Prüfung und unter Beachtung des Sparsamkeitsprinzips einen Werbeplan für das Planjahr aufzustellen.

(2) Der Werbeplan beinhaltet die Werbemaßnahmen und die für die Durchführung erforderlichen Werbekosten. Die Verwaltungskosten der Gruppen Werbung und Messen sind gesondert auszuweisen.

(3) Der Werbeplan gliedert sich in:

- a) Teil Exportwerbung (einschließlich Leipziger Messen),
- b) Teil Inlandswerbung,
- c) Teil Verwaltungskosten für Gruppen Werbung und Messen, darunter: Lohnfonds für Fach- und Verwaltungspersonal.

(4) Der Werbeplan ist als Anlage zum Plan der WB und der Bezirkswirtschaftsräte bzw. von den Staatlichen Kontoren, die nach dem Prinzip der wirtschaftlichen Rechnungsführung arbeiten, als Anlage zum Finanzplan an das zuständige übergeordnete Organ einzureichen.

(5) Die im Werbeplan ausgewiesenen Werbekosten müssen mit den im Haushaltsplan bzw. den in der Anlage zum Finanzplan der Staatlichen Kontore, die nach dem Prinzip der wirtschaftlichen Rechnungsführung arbeiten, aufgenommenen Einnahmen und Ausgaben übereinstimmen. Die von den Bezirkswirtschaftsräten gemäß § 2 Abs. 5 bereitzustellenden bzw. gemäß § 2 Abs. 6 abzuführenden Werbekosten sowie die in den Großbetrieben und wichtigen Exportbetrieben gemäß § 7 Abs. 2 verbleibenden Werbekosten sind als gesonderte Positionen auszuweisen.

#### § 4

Der Werbeplan — Teil Exportwerbung — ist nach den geltenden gesetzlichen Bestimmungen aufzustellen.

#### § 5

(X) Die im Werbefonds der übergeordneten Organe konzentrierten Werbekosten für die Inlandswerbung sind zu verwenden für die

- a) Durchführung der Produktionspropaganda mit dem Ziel, die Durchsetzung des technisch-wissenschaftlichen Fortschrittes zu fördern, Neuerer Methoden zu popularisieren und Bestzeitvergleiche anzustellen (in Abstimmung mit den anderen dafür zuständigen Institutionen, z. B. Technisch-wissenschaftliche Kabinette);
- b) Durchführung der Absatzwerbung für Erzeugnisse und zwar
  1. bedarfslenkende Werbung mit dem Ziel, den Absatz bestimmter Erzeugnisse, ausgehend von volkswirtschaftlichen Interessen, sowie besondere Angebots- und Verkaufsmaßnahmen, die sich aus der Zusammenarbeit zwischen Produktion und Handel ergeben, zu fördern,

2. aufklärende Werbung mit dem Ziel, dem Verbraucher die richtige Anwendung bzw. Verwendung der Erzeugnisse darzulegen.

(2) Der Werbeplan — Teil Inlandswerbung — ist nach folgenden Gesichtspunkten aufzustellen:

- a) Produktionspropaganda,
- b) Werbevorbereitung, Entwurf, Herstellung und Instandhaltung von Werbemitteln und Werbemitteln,
  1. Drucksachen (Handzettel, Faltblätter, Prospekte, Kataloge, Gebrauchsanweisungen u. a. m.),
  2. Plakate, Plakatstreifen, Ausschneidebogen usw.,
  3. akustische und projizierte Werbung (Werbefilme, Diapositive, Leuchtwerbung, Tonbänder u. a. m.),
- c) Einsatz der Werbemittel (Streuung),
  1. in den Zeitungen, Zeitschriften,
  2. durch die Außenwerbung, Reichsbahn- und Postwerbung (Plakatanschlag u. a. m.),
  3. durch Einschaltung in Fernsehen, Lichtspieltheatern, Rundfunk, Lautsprecherwagen u. a. m.

(3) Werbemaßnahmen, die Baukapazitäten erfordern und den Charakter von Investitionen tragen, dürfen aus dem Werbefonds nicht finanziert werden.

#### § 6

(1) Die Mittel des Werbefonds sind zweckgebunden.

(2) Am Ende des Planjahres nicht verbrauchte Mittel sind nicht in das folgende Jahr übertragbar. Die Staatlichen Kontore, die nach dem Prinzip der wirtschaftlichen Rechnungsführung arbeiten, haben diese Mittel zugunsten des Kontos 1108 abzuführen.

#### § 7

(1) Die übergeordneten Organe sind im Einzelfall berechtigt, bei entsprechenden Voraussetzungen Großbetriebe und wichtige Exportbetriebe, in der Landwirtschaft bestimmte Betriebe mit der Durchführung einzelner im Werbeplan der übergeordneten Organe enthaltener Werbemaßnahmen zu beauftragen. Die bestehenden Kapazitäten auf dem Gebiet der Werbung sind in diesen Betrieben dadurch nicht zu erweitern.

(2) Die den Betrieben gemäß Abs. 1 zustehenden Werbekosten können bei der Überweisung gemäß § 2 Abs. 2 berücksichtigt werden und verbleiben zweckgebunden im Betrieb. Am Ende des Planjahres nicht verbrauchte Mittel sind an das zuständige übergeordnete Organ abzuführen und unterliegen danach den Bestimmungen des § 6 Abs. 2.