

und in Verbindung mit lohnerhöhenden und sozialpolitischen Maßnahmen zugleich eine bestimmte Stabilisierung in der Entwicklung des Realeinkommens der Bevölkerung erreicht. Damit wurde eine wichtige Aufgabe der Nachkriegsperiode gelöst, nämlich die verheerenden Auswirkungen der Herrschaft des Imperialismus und Faschismus und ihres zweiten Weltkrieges auf den Lebensstandard der Menschen, insbesondere auf die Entwicklung des Realeinkommens, schrittweise zu überwinden.

Vom Zeitpunkt dieser Stabilisierung an können die Preise im Grunde genommen nur noch in *direkter Abhängigkeit* von der Reduzierung der Selbstkosten in allen Betrieben - und unter Berücksichtigung der Preise importierter Rohstoffe und Halbfabrikate - weiter gesenkt werden.

*Niedrige Selbstkosten bedeuten Wohlstand, hohe Selbstkosten senken den Lebensstandard.* Diese Tatsache ergibt sich unerbittlich aus den objektiven ökonomischen Gesetzen. Bis vor kurzem wurden jedoch von bestimmten staatlichen Organen auch Preisherabsetzungen großen Ausmaßes *nicht* als Folge echter ökonomischer Einsparung von gesellschaftlicher Arbeit durchgeführt. Sie wurden auf bürokratischem Wege beschlossen, weil sich infolge oberflächlicher Planung nicht qualitäts- und sortimentsgerechter Produktion hohe Bestände angehäuft hatten. Ich erinnere nur an den großen „Sonderverkauf“ von Textilerzeugnissen und Schuhen im Jahre 1959, in den Waren im Werte von fast einer Milliarde Mark einbezogen wurden. Kein Wunder, daß mit solchen Maßnahmen das Verständnis der Menschen für die harte Realität der ökonomischen Gesetze erschwert wurde. Kein Wunder, daß sich da die Meinung verbreitete, wir könnten alles. Wir brauchten nur in den großen Topf zu greifen. In derselben Richtung lag auch jene Aktion des Ministeriums für Handel und Versorgung im Juni 1962 zum verstärkten Absatz von Textilien. Sie lief unter der Losung „Kleide Dich neu“. Die Bevölkerung wurde aufgefordert, möglichst viel Textilerzeugnisse zu kaufen, gleichgültig, ob dafür echter Bedarf vorhanden war oder nicht. Die öffentlich geführte Werbung propagierte ausgesprochen kleinbürgerliche Verbrauchsgewohnheiten, zum Beispiel unter der Schlagzeile „Früher so wie heute — Kleider machen Leute“. Es wurde sogar öffentlich die Verschwendung organisiert. So gab es in der Presse Werbeanzeigen mit Zeichnungen einer Hose, die durch ein Bügeleisen verbrannt wird, mit dem Text: „Macht nichts - kleide Dich neu“! (Heiterkeit.)

Kürzlich ging ein Stellvertreter des Vorsitzenden des Ministerrates in Berlin in einen HO-Laden, um einen Mantel zu kaufen. Es gab Mäntel