

tion zukommt, denn genau das Gegenteil war richtig: „Massenbedarfsgüterproduktion, weil wir reicher geworden sind!“

Anfang Dezember beauftragte das Redaktionskollegium die Brigade, der politisch-ideologischen Seite größere Beachtung zu schenken.

Unter der Überschrift „Sie irren, Herr Hahn!“ wurde die irrige Auffassung eines Lesers, es gäbe in den Geschäften jetzt weniger als früher, an Tatsachen widerlegt. Der Umsatz an Industriewaren im Bezirk Dresden war innerhalb von neun Monaten um 13 Prozent gestiegen. Jeder Verkäufer bestätigte, daß die Wareneingänge umfangreicher geworden sind. Der Kommentar schloß mit den Worten: „Herrn Hahn ist also zu antworten, daß wir der zusätzlichen Konsumgüterproduktion nicht deshalb größte Aufmerksamkeit schenken, weil es einen Rückgang gibt, sondern weil die Bedürfnisse der Menschen noch besser befriedigt werden sollen, weil wir die Lücken, die durch die Erhöhung der Kaufkraft entstanden sind, rasch beseitigen wollen.“

„Vom Brot zum Fernsehgerät“

Ein grundsätzlicher Beitrag unxer dieser Überschrift am 13. Dezember verstärkte die Beweisführung. Jeder Einwohner des Bezirkes Dresden, so hieß es dort, kaufte in den ersten neun Monaten des Jahres 1957 für etwa 105 DM mehr. Nur 37 DM entfielen dabei auf Lebensmittel, während 68 DM, also fast zwei Drittel dieser Kaufkrafterhöhung, für den Kauf von Industriewaren verwendet wurden. Allein im Bezirk Dresden waren so für 175 Millionen DM mehr industrielle Gebrauchsgüter gekauft worden als im gleichen Zeitraum des Vorjahres.

„Wie ist die Wendung im Umsatz zu erklären?“ hieß es im Artikel. „Haben wir nicht genug Nahrungsmittel, so daß die Bevölkerung gezwungen ist, für ihr Geld mehr Industriewaren zu erwerben? Fragen wir Frau Walther: ‚Nein, das nicht. Aber im großen und ganzen essen wir jetzt ohnehin, was uns gefällt, und da wir mehr Geld haben als früher, bleibt eben mehr für größere Anschaffungen/ Die Wendung im Warenumsatz läßt sich also nur so erklären, daß die erhöhte Kaufkraft der Bevölkerung immer mehr zu den Industriegütern drängt, weil der Bedarf an Lebensmitteln im wesentlichen gedeckt wird. Sie stellt also nichts anderes dar, als einen Ausdruck des raschen Wachstums unseres Lebensstandards . . .“ In diesem Beitrag wurde auch verglichen, wie der Kapitalismus auf erhöhte Kaufkraft reagiert: Die Preise werden erhöht. Solche Mittel kennt unsere sozialistische Wirtschaft nicht. Wir setzten alles daran, unter Ausnutzung auch der letzten Reserven die Produktion zu erhöhen. Das ist ein Zeichen der Stärke und nicht der Schwäche, ein Zeichen des wachsenden Lebensstandards und keine Notmaßnahme.

Exkursion — eine neue Methode

Die sozialistische Publizistik kennt viele Methoden und Formen der konzentrierten Agitation. Die Praxis brachte es mit sich, daß sich in dieser Zeit auch für uns neue Methoden herausbildeten, die zu einem festen Bestandteil der Arbeit zu werden beginnen. Von zwei Beispielen soll noch berichtet werden.

Verschiedene Betriebe meldeten Verpflichtungen in einer Höhe, die eine sachliche Überprüfung ratsam erscheinen ließ. Andere Werke hüllten sich in Schweigen. Die Redakteurbrigade faßte den Entschluß, eine Exkursion in einige Betriebe zu unternehmen. Sie besuchte gemeinsam mit Mitarbeitern der Bezirksleitung der Partei, des Rates des Bezirkes, der HO und des Konsums sechs Betriebe, um deren Verpflichtungen zum 30-Millionen-Programm oder deren Schweigen unter die Lupe zu nehmen. So zeigte es sich, daß die Millionen-Ver-