

Ereignissen aus und wecken so das Interesse der Leser. (Siehe S. 1721 und S. 1723 W.J.)

Positiv ist vor allem einzuschätzen, daß auch die Parteileitungen zahlreicher Groß- und Mittelbetriebe selbständig Wahlmaterialien ausarbeiteten. Das hängt mit der gesamten verbesserten Arbeitsweise der Leitungen zusammen. So sind im Bezirk Gera, besonders in der Max-Hütte Unterwellenborn, der Lederfabrik Hirschberg und der Druckerei Karl-Marx-Werk Pößneck, wirksame und interessant aufgemachte Agitationsmaterialien, Traktate, Broschüren, Bilddokumente usw. herausgegeben worden. Eine Broschüre der Max-Hütte heißt „Kleines ABC der sozialistischen Aufbaufolge“. Gemäß dem ABC wird mit der Erfolgsbilanz beim Buchstaben A angefangen. Unter A wird in der Max-Hütte ARBEITER-WOHNUNGSBAUGENOSSENSCHAFT verstanden. Dazu kann man lesen, daß in vier Jahren, seit der letzten Volkskammerwahl, in der Max-Hütte 126 Wohnungseinheiten bezugsfertig und 24 im Rohbau ausgeführt wurden. An zinslosen Krediten stellte der Staat 3 392 000 DM zur Verfügung. Dazu gehören auch noch 250 000 DM des Betriebes an materieller und finanzieller Hilfe. Andere Erfolge sind unter jedem weiteren Buchstaben des Alphabets nachzulesen: Durchschnittslöhne, Feriendienst, Gesundheitswesen, Kinderkrippen, Massensport usw. Mit dieser volkstümlichen Form haben die Genossen hier anschaulich gezeigt, was sich die Kumpel mit Unterstützung ihres Staates und ihrer Volksvertreter in vier Jahren geschaffen haben.

Die Einschätzung der Wahlmaterialien der Bezirke und Kreise zeigt folgende positive Seiten:

Erstens ist der Inhalt der meisten Wahldrucksachen konkret; er geht von örtlichen Problemen aus. Es überwiegen dabei die Erfolge auf wirtschaftlichem, kulturellem und sozialpolitischem Gebiet im jeweiligen Bezirk, Kreis, Betrieb, LPG usw.

Zweitens entsprechen die Themen der Forderung, daß der Inhalt differenziert, speziell für verschiedene Bevölkerungsschichten und Interessengruppen ansprechend, sein muß, wenn eine große Wirksamkeit erreicht werden soll.

Drittens zeichnen sich die Agitationsmaterialien aller Bezirke und Kreise durch eine große Vielseitigkeit im Inhalt und in der Gestaltung aus. Aufrufe, Verpflichtungen, Stellungnahmen und Porträts der Kandidaten, Abdruck von Perspektivplänen, Erklärungen zum Wahlprogramm usw. bestimmen den großen Komplex der Thematik. Flugblätter, Traktate, Broschüren, Bildbogen, Prospekte, Wahlzeitungen, Illustrierte u. a. wenden sich an die Arbeiter, Bauern, Techniker, Wissenschaftler, Künstler, Einzelhändler und Handwerker, an Sportler, Hausfrauen und Jugendliche. Viele Materialien wurden speziell für die christliche eingestellte Bevölkerung herausgebracht. Dabei ist noch hervorzuheben, daß sich in vielen Fällen Vertreter der genannten Schichten und Interessengruppen direkt an ihresgleichen wandten, was guten Anklang fand. So wendet sich in einem der Flugblätter, die der Berliner Ausschuß der Nationalen Front herausgab, der Einzelhändler H. Krüger — er hat einen Kommissionsvertrag mit dem staatlichen Handel abgeschlossen — an seine Berufskollegen. Er legt seine Gedanken zur Wahl dar und erklärt, wie er als Volksvertreter im Magistrat von Groß-Berlin arbeiten will. Auch eine Broschüre des Bezirksausschusses Karl-Marx-Stadt ist noch erwähnenswert. Diese Broschüre, die hauptsächlich für die christliche Bevölkerung geschrieben wurde, haben sieben Geistliche verfaßt und mit ihrem Namen unterzeichnet.