

Anleitung für unsere Werbearbeit

I. Die wirtschaftliche Lage der österreichischen Arbeiter

Die Arbeiter Österreichs führen buchstäblich einen ~~KAMPF~~ Kampf um die Existenz. Trotz angespannter Arbeit verdient die grosse Masse der Arbeiter Österreichs nicht einen Reallohn, ~~der~~ der dem Arbeiter und seiner Familie ein menschenwürdiges Leben sichern würde.

Es ist ausser Zweifel, dass die grosse Masse der österreichischen Arbeiter mit ihrer wirtschaftlichen Lage tief unzufrieden ist.

II. Das Bewusstsein der österreichischen Arbeiter

Der Druck der vier Besetzungsmächte hält die Arbeiter ~~n~~ nieder.

Dazu kommt das Verhalten der SP, Gewerkschaftsbürokratie, ~~X~~ Stalinpartei.

Ganz offen erklärt zB der Sozialminister Maissel (AZ 20. 11.52): "Die Gewerkschaften haben sich ... um Mässigung und Zurückhaltung der Lohnforderungen bemüht. Wir haben aber eine ähnliche Haltung der Unternehmer... in der vergangenen schweren Zeit ~~vermisst~~". Hier gibt die Gewerkschaftsbürokratie offen zu, dass sie in der vergangenen schweren Zeit alle Opfer den Arbeitern und Angestellten auferlegt hat.

Seit Jahren werden die Arbeiter von SP und Gewerkschaftsbürokratie der Bourgeoisie geopfert. SP, Gewerkschaftsbürokratie bremsen, sabotieren alle Anstrengungen der Arbeiter, ihre Lage zu verbessern.

Ohne Zweifel ist die Unzufriedenheit mit SP, Gewerkschaftsbürokratie in manchen Arbeitern wach. Heute etwa schon in 10 von 100. Diese Zahl wird wachsen.

Der Grossteil dieser Unzufriedenen ist sich klar, dass die Arbeiterschaft von der ~~KP~~ keine Hilfe zu erwarten hat.

Drei verschiedene ~~X~~ Schlüsse ziehen die unzufriedenen Arbeiter aus ihren bisherigen Erfahrungen:

a)

Etwa 5 % beginnen langsam den Glauben an jede Partei überhaupt zu verlieren und auch an die Gewerkschaften. Diese zur Verzweiflung tendierenden Arbeiter sind das Reservoir, aus dem die neofaschistischen Knechte der Kapitalistenklasse zu schöpfen gedenken. Mit Ködern, zur Verfügung gestellt von der Bourgeoisie, wollen sie darin fischen. Die Gefahr entsteht, dass sie mit der Zeit manchen verzweifelnden Arbeiter ködern, korrumpieren können - wenn die klassenbewussten Elemente der Arbeiterklasse ihren verzweifelnden Brüdern nicht rechtzeitig mit proletarisch-demokratischer Klärung zu Hilfe kommen, ihnen den Weg aus dem Abgrund zeigen, sie mit neuer Zuversicht, mit neuem Kampfwillen erfüllen.

b)

Etwa 4 % sind so weit, dass sie das Vertrauen zur SP, Gewerkschaftsbürokratie, ~~KP~~ immer mehr verlieren und die Notwendigkeit, eine Partei der Arbeiterklasse zu schaffen, bereits erkennen. Allein sie schrecken immer wieder zurück vor der ihnen unvermeidlich scheinenden Schlussfolgerung: mit der neuen Partei werde es genau so gehen, wie mit der SP, ~~KP~~ ; solange sie klein waren, waren sie ehrlich - als sie gross wurden, entartete ihre Arbeiterbürokratie, ihre Sonderinteressen immer mehr voranstellend.

Diese vor der Aufgabe zurückschreckenden Arbeiter würden schliesslich auf den Weg der verzweifelnden Arbeiter abgleiten, wenn die klassenbewussten Elementen ihnen nicht rechtzeitig zu Hilfe kommen mit proletarischdemokratischer Klärungsarbeit, die ihnen wirksame Sicherungen zeigt gegen das Entarten der Arbeiterbürokratie.

c)

Etwa 1 unter 100 Unzufriedenen, also ^{heute} (etwa 1 unter 100 Arbeitern erkennen) heute bereits die Notwendigkeit der Schaffung der proletarischen Klassenpartei. Doch in der Masse zerstreut, sehen sie in sich nicht die ~~Kraft~~ Kraft, eine solche Partei ins Leben zu rufen. Sie schauen nach andern Arbeitern aus, die so weit sind wie sie; sie suchen, aber sie sehen, sie finden niemanden, dem sie sich anschliessen könnten.

Die gegenwärtigen Kampfbedingungen zwingen die klassenbewussten Elemente noch immer so zu arbeiten, dass sie nicht gesehen, nicht gefunden werden. Insofern trifft sie kein Verschulden.

Aber sie müssen ihrerseits planmässig, systematisch, ausdauernd daran arbeiten, die suchenden Arbeiter in der Masse zu finden, zu klären. Erfüllen sie diese Aufgabe nicht, so sind sie mitschuldig, wenn die verzweifelnden unzufriedenen Arbeiter schliesslich dem faschistischen Ködern, Korumpieren, Demoralisieren verfallen.

Unsre bisherige Propaganda wendet sich nur an den Bekanntenkreis, darüber hinaus trägt sie einen rein zufälligen Charakter. Wir müssen diesen engen Kreis überschreiten und unsere Propaganda-, Werbearbeit muss einen planmässigen, organisierten, regelmässigen, beharrlichen Charakter annehmen!

Der Umgruppierungsprozess innerhalb des Proletariats geht in der Tiefe weiter vor sich. Die Zahl der Unzufriedenen, der Verzweifelnden, Zurückschreckenden, Suchenden wird weiter wachsen.

Wenn jedoch die klassenbewussten ~~Elemente~~ Elemente die unumgängliche Aufgabe der proletarischdemokratischen Klärungsarbeit nicht rechtzeitig erfüllen, so würde der Umgruppierungsprozess sich in einen Verfallsprozess des proletarischen Bewusstseins wandeln: dem Faschismus würde dadurch der Weg geebnet.

Nur die Klassenbewussten können und müssen das verhindern, indem sie die Unzufriedenen in der Masse suchen, die Suchenden, Zurückschreckenden und mit ihrer Hilfe auch die zur Verzweiflung neigenden Arbeiter finden, klären, überzeugen, an uns heranziehen, zum Kampf für die proletarischdemokratische Revolution gewinnen, organisieren, in Bewegung setzen.

III. Die Organisation unserer Werbearbeit

1/ Mit Rücksicht auf die grosse Bedeutung der proletarischdemokratischen Werbearbeit gerade jetzt und für eine lange Etappe muss die Leitung selbst das Organisieren dieser Arbeit in die Hand nehmen.

a) Jede ordentliche Sitzung der L muss die Werbearbeit als eigenen Punkt der Tagesordnung behandeln.

b) Mit der Durchführung betraut sie den Genossen Franz und zu seiner Unterstützung die Genossen Paul und Münzer. Solange Genosse Franz infolge seines schweren Existenzkampfes nicht genügend Zeit hat, soll ihn Genosse Paul vertreten und diesen sollen die Gen. Franz und Münzer unterstützen.

Anleitung f.u. Werbearbeit

Die Aufteilung der Arbeit untereinander sollen die drei Genossen selbst ordnen.

c) Die L berät die Werbeaufgabe und die zu leistende Arbeit an der Hand dieser Anleitung.

d) Die L bereitet vor und beruft eine Konferenz. Sie soll die Mitglieder mit der Werbeaufgabe vertraut machen, sie von der Notwendigkeit ü b e r z e u g e n, sie dafür g e w i n n e n, so dass sie a u f s i c h n e h m e n und durchführen. Wenn die Umstände eine grössere Konferenz nicht zulassen, so sollen mehrere kleinere Konferenzen abgehalten werden, auf welche die Mitglieder aufgeteilt werden.

ordentlichen

e) In jeder L-Sitzung soll die in der vergangenen Woche geleistete Werbearbeit detailliert berichtet und jeder Einzelfall besprochen werden. Insbesondere soll entschieden werden, ob ein in Aussicht genommener oder bereits kontaktierter Prop-Fall als "geeignet", "aussichtsreich" einzuschätzen ist oder welche ergänzenden Fragen noch erheben sind, um entscheiden zu können.

V. Anleitung für unsere Propagandisten, Werber

1. Du sollst in den Massen nach für uns geeigneten Arbeitern (und Arbeiterinnen) s u c h e n.

Dazu musst Du a u f m e r k s a m, s o r g f ä l t i g b e o b a c h t e n, um aus der Masse insbesondere in dem Betrieb, in dem Du arbeitest diejenigen Arbeiter h e r a u s z u f i n d e n, die mit der SP, Gewerkschaftsbürokratie u n z u f r i e d e n sind, an ihnen z w e i f e l n, zu ihnen das Vertrauen immer mehr verlieren und von der Stalinpartei nichts halten.

2. Du sollst trachten mit einem solchen Arbeiter (möglichst unter 4 Augen) ins Gespräch zu kommen und h e r a u s z u b e k o m m e n:

die G r ü n d e, weshalb er mit der SP, Gewerkschaftsbürokratie u n z u f r i e d e n ist;

die G r ü n d e, weshalb er an ihnen z w e i f e l t;

die G r ü n d e, weshalb er zu ihnen immer mehr das V e r t r a u e n verliert;

die G r ü n d e, weshalb er von der Stalinpartei nicht hält.

3. Darüber hät Du an Franz, Paul oder Münzer zu berichten. (Sie selbst organisieren es, an welchen von ihnen, wo und wann zu berichten).

4. Auf Grund dieses Berichtes Aussprache, Beratung mit dem Werber, in welcher W e s s e er die K l ä r u n g s a r b e i t in Angriff, schrittweise vorwärtsführen soll. In der Hauptsache w i r d es darum gehen, die vom Propfall angegebenen Gründe seiner Unzufriedenheit, s e i e r Zweifel, seines schwindenden Vertrauens zu SP, Gewerkschaftsbürokratie z u v e r t i e f e n, das heisst immer mehr auf die G r u n d f r a g e n der proletarischen K l a s s e n p o l i t i k zurückzuführen.

Für j e d e Aussprache des Werbers mit dem Prop-Fall ist der Werber s o r g f ä l t i g v o r z u b e r e i t e n. Im Laufe der Zeit werden unsere Propagandisten die Werbearbeit erlernen, so dass das Instruieren der B e s t e n von ihnen allmählich weniger Zeit und Kraft erfordern wird.

Nach j e d e r Aussprache unseres Werbers mit dem Prop-Fall, muss unser Propagandist seinem zuständigen Propagandaleiter b e r i c h t e n.

nehmen

5. Die politischen Argumente, auf die unsere Propagandisten beim Werben als Hindernisse stehen, müssen immer wieder an Gina berichtet werden, damit diese Fragen nötigenfalls in unserem Blatt behandelt werden. Bewaffnet mit unserem Blatt, das unsere Propagandisten dem Pöppel, sobald er als geeignet, ~~ausgewählt~~ aussichtsreich entschieden wurde, je nachdem leihen oder geben, werden unsere Werber die Werbearbeit leichter durch führen.

VI. Allgemeines.

1. Von selbst ändert sich gar nichts, insbesondere gewinnt der einfache Arbeiter Klassenbewusstsein n u r mit Hilfe der Klassenbewussten!!! Ihre Pflicht und Aufgabe ist es, dem seiner Klasseninteressen noch nicht bewussten Arbeiter seine eignen Erfahrungen zu erläutern und ihn so fortschreitend zu klären, im Bewusstsein zu heben!

2. Die Hauptsache: mit dieser Arbeit a n f a n g e n !!!

Und geduldig, unablässig, beharrlich, ausdauernd weiterarbeiten, auch wenn die Anfangserfolge durch eine gewisse Zeit zunächst klein sein werden. Denn auch das proletarischdemokratische Werben ist eine K u n s t, die erlernt werden will und erlernt wird durch die Praxis auf Grundlage unserer Theorie, vermittelt den weniger erfahrenen Genossen durch unsere erfahrensten Mitglieder. (Unsre Schulung hat unsere Mitglieder zu klären u n d sie zu befähigen, das Erlernte in der Propaganda zu verwerthen!).

3. Im Anfang wird es uns vielleicht nur gelingen, einige unserer Mitglieder für die Werbearbeit zu aktivieren. Durch die Erfahrungen in der Praxis werden nicht nur unsere Werber, sondern auch die Organisatoren unserer Werbearbeit lernen. So werden sich Erfolge einstellen, die erleichtern werden, weitere unserer Mitglieder für diese wichtige Arbeit zu gewinnen, zu aktivieren.

So werden wir allmählich die Kraft und Fähigkeit gewinnen, die Werbearbeit durchzuführen, auch wenn sie grösseren Umfang annehmen wird. So werden wir die Gruppe der Genossen, die die Werbearbeit organisieren, verstärken und diese Gruppe selbst an der Hand der Erfahrungen immer besser organisieren.

4. Unsere Mitglieder nicht mit Vorwürfen aktivieren!

Sondern sie von der Notwendigkeit dieser Arbeit in der heutigen Etappe überzeugen und sie so für diese Arbeit gewinnen. Und sie zugleich so instruieren, dass sie möglichst wenig Fehler machen, sich der Sache gewachsen fühlen und Erfolge heimbringen. Auf dieser Grundlage muss man ihnen immer wieder bestimmte konkrete Aufgaben stellen, denen sie tatsächlich gewachsen sind.

a) Erste Aufgabe: Suche, finde in Deinem Betrieb (in Deiner Gewerkschaft, im Arbeiterturnverein usw) diejenigen Arbeiter, die u n z u f r i e d e n sind mit ihrer Lage, mit der SP, Gewerkschaftsbürokratie und die von der KP nichts halten.

b) Zweite Aufgabe: Berichte Deinem Propagandisten: beschreibe jeden Einzelnen sorgfältig.) Entscheidung darüber, eventuelle nach ergänzenden Erhebungen, welche davon geeignet, aussichtsreich sind.

c) Den Propagandisten anleiten, wie er nun die Klärungsarbeit jedes "Geeigneten" angehen, Schritt für Schritt durchführen soll.

d) Unsere Mitglieder müssen diese Arbeit von Pike auf lernen. In dem wir diese Arbeit planmässig durch unsere erfahrensten Genossen anleiten, ~~durchführen lassen~~, werden wir je weiter desto mehr tüchtige Werber, Propagandisten erziehen. So gewinnen wir zugleich die Kräfte, die im Stande sein werden, die Propaganda, Werbearbeit im Bezirk zu organisieren, bis wir dazu übergehen werden, Bezirksorganisationen usw zu errichten.