

Technische verzorging Verkiezingscampagne 1952
van de Communistische Partij van Nederland

Op het Waarheid-Zomerfeest van 2 September 1951, werd de verkiezingscampagne 1952 geannonceerd. Inmiddels werd op de z.g. verkiezingsconferentie op 15 en 16 December j.l. het politiek program aan gedelegeerden uit de districten en afdelingen en aan "partijlozen" voorgelegd en ter discussie gesteld. Thans dienen voor dit doel nog districts- en afdelingsvergaderingen te worden gehouden. Daarna zal de definitieve tekst van het program worden opgesteld en gepubliceerd (Vide het B.V.D.-maandoverzicht No.12/1951).

In "De Waarheid" werden tevens enige instructies opgenomen betreffende het voeren en financieren van de verkiezingspropaganda. Sindsdien ontvingen de districten van de afdeling Propaganda (onderdeel van het Partijbestuur) uitgebreide richtlijnen. In de bijlagen is daarvan een resumé opgenomen.

De gegeven voorschriften zijn meer gedetailleerd dan bij voorgaande verkiezingen. Het is daarom dat een kort overzicht werd samengesteld van de huidige en komende partijactiviteit rondom de a.s. verkiezingen. Met het inzamelen der gelden werd reeds een aanvang gemaakt.

PROPAGANDA

Het werk van de Partij wordt voor de duur van de campagne geheel op de verkiezingen gericht. De landelijke leiding is aan Harry VERHEY opgedragen. In de districten en afdelingen berust zij bij de resp. propaganda-afdelingen en secretarissen. Aan deze afdelingen worden extra-medewerkers toegevoegd, o.a. "technische brigades". Deze zullen ongetwijfeld ook bestemd zijn om plak- en kalkwerkzaamheden te verrichten.

De Partij verwacht dat de individuele propaganda veel resultaten zal opleveren. Voor 1 April a.s. dient elk district een door het Partijbestuur bepaald aantal adressen te hebben verzameld, welke t.z.t. voor een huisbezoek in aanmerking komen. Het landelijk totaal is vastgesteld op 7500. Als huisbezoekadressen komen in aanmerking voormalige abonné's op "De Waarheid" en lezers van "Het Vrije Volk" en het "Parool". Voorts de adressen van kiezers van de P.v.d.A. en de K.V.P. en tenslotte van kleine middenstanders en arbeiders in de bedrijven. De huisbezoekers dienen op geregelde tijden bijeen te komen, om de opgedane ervaringen uit te wisselen.

Bij alle propaganda dienen bepaalde streek- of stadsbelangen of -problemen naar voren te worden gebracht.

Het verspreiden van verkiezingsbrochures geschiedt gratis. Evenwel wordt voor de bestrijding der onkosten met speciale steunlijsten gewerkt. De brochures worden in het algemeen verstrekt aan de bezoekers van vergaderingen, verspreid in uitgezochte bedrijven, op D.U.W.-objecten, in sommige buurten of afgegeven op daarvoor uitgezochte adressen of achtergelaten op huisbezoekadressen.

Het Partijbestuur neemt de verkiezingscampagne tevens te baat, om te komen tot een regelmatige uitgave van z.g. bedrijfskranten in alle bedrijven en grote kantoren. Tot op heden voldeden oplage en verspreiding er van, niet aan de verwachtingen.

De Waarheid-abonnéwerving dient te worden opgevoerd. Reeds werd aan de werkers een handleiding verstrekt onder de titel "Op stap met de Waarheid". Tijdens de voor deze werving gebrachte huisbezoeken, dient het belang van de verkiezingen niet uit het oog te worden verloren.

Zowel tijdens vergaderingen in gebouwen als openluchtmeetings, treden speciale propagandagroepen op welke satyrische schetsen en spotliedjes ten gehore zullen brengen. Het grootste gedeelte van dergelijke bijeenkomsten zal worden gevuld met het optreden van zangmuziek- en toneeluitvoeringen. Hiervoor werd reeds een beroep op amateurgroepen gedaan.

FINANCIERING

Ter dekking van de onkosten voor de verkiezingscampagne, zo deelt het Partijbestuur mede, is f.150.000.- nodig.

Het bijeenbrengen van dit bedrag vordert een extra aanslag op de beurzen van in doorsnee weinig draagkrachtigen. Immers de gewone - toch al niet geringe - partijbijdragen gaan door. De Partij verlangt zelfs bovendien nog f.50.000.-, voor een aanvullende obligatielening ten behoeve van "De Waarheid".

Het is begrijpelijk dat de Partij diende om te zien naar middelen teneinde het schenken van bijdragen te animeren. Ook voor deze aangelegenheid werd, in navolging van de propaganda ten behoeve der obligatieleningen, een beroep gedaan op de abonné's van "De Waarheid". Het Partijbestuur bereikt hiermede direct ongeveer 100.000 gezinshoofden. Derhalve ± 70.000 meer dan wanneer het zich uitsluitend tot de partijleden had gewend.

Teneinde aan het "Verkiezingsfonds" een officieel cachet te verlenen, werd bij "De Waarheid" tijdens de z.g.enveloppen- of zakjesactie een klein pamflet gevoegd, waarin zich een aanbevelingscomité presenteert. Het heeft geen betoog, dat dit 13-hoofdige gezelschap uitsluitend notoire communisten bevat; al worden deze niet als zodanig aangeduid.

Zoals te doen gebruikelijk stelt het Partijbestuur de bedragen vast, welke de respectieve districtsbesturen in bepaalde termijnen dienen in te zamelen. Nu en dan worden in "De Waarheid" de behaalde resultaten van sommige districten en afdelingen vermeld, waarbij, zo nodig op onkiese wijze, de achterblijvers aan de kaak worden gesteld. Dergelijke publicaties dienen mede ter stimulering van de in partijkringen zo zeer aangeprezen "vreedzame socialistische wedijver" inzake partij-acties.

Bij de berichten over het financiële gedeelte van de actie wordt niet verzuimd, suggesties aan de hand te doen ter stimulering van de offergezindheid of bepaalde voorbeelden ter navolging te stellen.

Van de totaal-opbrengst mogende districten 25% voor eigen gebruik aanwenden. Het Partijbestuur kan voor plaatsen van groot belang een extra bedrag van de ingezamelde gelden ter beschikking stellen.

's-Gravenhage, 21 Januari 1952

VERKIEZINGSACTIE(schriftelijk)

1. Ten minste 5 landelijke manifesten waaronder een geïllustreerd verkiezingsprogramma.
2. Op de dag van de verkiezingen een manifest van klein formaat, een z.g. "handje".
3. Door de respectieve districten samen te stellen en uit te geven district-, streek-, plaatselijke- of buurtmanifesten, waarin over lokale problemen wordt geschreven, verbonden met de algemene problemen.
4. Landelijke gratis verspreiding van een aantal brochures, o.m. één over het werk der communisten in het parlement, één met een levensbeschrijving van Gerben WAGENNAAR en andere over speciale problemen.
5. Zo mogelijke regelmatige verspreiding van z.g. bedrijfskranten in alle bedrijven en grote kantoren.
6. Evenals in 1949 en 1950 door de districten per streek of plaats samen te stellen en uit te geven eigen verkiezingskranten.
7. Het uitgeven van een speciale krant aan ten minste 112.000 werklozen en eventueel aan leden en sympathiserenden van het N.V.V. en de P.v.d.A..
8. Het gedurende de 5 weken/aan de verkiezingsdatum dagelijks gratis bezorgen van het dagblad "De Waarheid", aan 10.000 door de afdeling of door individuele partijgenoten of sympathiserenden uitgezochte adressen (z.g. verkiezingsabbonnementen).
9. Opvoering van de losse nummerverkoop van "De Waarheid" tot 30.000 exemplaren.
10. Het aanbrengen of doen aanplakken van een aantal voor het gehele land uniforme affiches.
Voor de openbare aanplakplaatsen is vastgesteld een affiche waarop zijn afgebeeld de beide rode vlaggen(waarschijnlijk een met en een zonder sikkels en hamer) en de nationale vlag, waarin een vredesduif. Voorts de leuze "Vrede, Vrijheid, Werk en Woningen - Kiest Communisten en Partijlozen - lijst.....
Een andere affiche met de leuze "Hoger lonen - lagere prijzen", stelt een vrouw en een kind voor, kijkende naar een huishoudboekje.
Voor particulier gebruik nog lijst nummer-affiches in twee afmetingen, alsmede boekjes met plakplaatjes.
11. O.a. op de toegangswegen naar de grote steden en fietspaden en op plaatsen langs de spoorbanen plakken van bovengenoemde affiches en kalken eventueel met behulp van zelfgemaakte schablonen.
12. Het huren van door gemeenten ter beschikking gestelde brugleuningen, geïmproviseerde aanplakgelegenheden etc..

VERKIEZINGSACTIE, d.m.v. het gesproken woord.

1. Individuele bewerking

a. Huisbezoek

Onder verantwoordelijkheid van de organisatie-secretarissen van de districtsbesturen zullen 7500 huisbezoekadressen worden verzameld en huisbezoekploegen geformeerd. Een en ander dient voor 1 April 1952 te geschieden. Ten dienste van de huisbezoekers wordt door het Partijbestuur gratis een in' afzonderlijke nummers te verschijnen z.g. "Blocnote voor de agitator" verstrekt.

2. Openbare propaganda

a. Agitatie in de bedrijven en bouwwerken.

Het organiseren van schafttijd-meetings en het houden van korte toespraken aan de fabriekspoorten, eventueel met behulp van luidsprekerauto's of vanuit naburige huizen.

b. Het houden van toespraken d.m.v. luidsprekersauto's, versterkerinstallaties e.d..

Afspraken met verhuurders van dit materiaal dienen vroegtijdig te worden gemaakt en vereiste vergunningen te worden aangevraagd. In geval van weigering de activiteit opvoeren d.m.v. plakken, kalken etc..

c. Het beleggen van openluchtmeetings.

d. Idem van vergaderingen in zalen.

In de gevallen c. en d. moet gestreefd worden naar het optreden van in het leven te roepen speciale "propagandagroepen", welke satyrische schetsen en spotliedjes ten gehore moeten brengen.

e. Het organiseren van "verkiezingsbals", speciaal voor de jeugd, met een redevoering van ten hoogste 5 à 10 minuten.

f. Het organiseren van een z.g. "Verkiezingsfilmdienst". Enige tournée's zijn geprojecteerd o.a. met de films: "Bevrijde grond" en "Het leven triomfeert", resp. van Hongaarse en Roemeense makelij. Op iedere voorstelling dient gedurende ten hoogste 15 minuten een verkiezingsredevoering te worden gehouden.

FINANCIERING van de VERKIEZINGSCAMPAGNE

A. Het bijeenbrengen van f.150.000.-, waarvan 85% een maand vóór de verkiezingsdatum moet zijn geïnd.

De gelden worden op de volgende manieren bijeengebracht:
1. Twee enveloppenacties, door middel van genummerde coupons ingesloten in het dagblad "De Waarheid".
Afsluitdata resp. 21 December 1951 en einde Mei 1952.

2. Het uitzetten van 7500 spaarbusjes.

3. Verkoop van

3. Verkoop van zegels, ten behoeve van de speciaal voor de financiering van verkiezingsacties opgerichte stichting "Louis de Visser-verkiezingsfonds".
4. Steunlijsten.
5. z.g. Verkiezingsaandelen met surprises (waarschijnlijk voor de huur van een bepaald gedeelte van een openbare aanplakplaats).
6. Een rebus op te nemen in "De Waarheid".
7. Eventuele andere inzamelingen door de districten en afdelingen te houden.
8. Collecten op vergaderingen en filmvoorstellingen.
9. De opbrengst van de Verkiezingsfilmdienst -voorstellingen.
De organiserende afdeling dient tenminste f.15.- per voorstelling te betalen. Indien de netto-ontvangsten groter zijn dan f.15.-, ontvangt de filmdienst 90% en behoudt het district of de afdeling 10%.
Van de opbrengst der collecten mogen deze instanties 25% ten eigen bate aanwenden.
10. Opbrengst van de verkoop van brochures.
11. Opbrengst van de verkoop van plakplaatboekjes.

B. Inzameling van geld of goederen voor andere doeleinde dan voor het "Verkiezingsfonds".

/van

1. Het bijeenbrengen van gelden door districten en afdelingen voor de huur van gedeelten/brugleuning, zuilen en geïmproviseerde openbare aanplakgelegenheden.
2. Spaaractie voor financiering der z.g. verkiezingsabonnements op "De Waarheid". Individuëlen kunnen één of meer abonnementen à f.0.35 per week voor eigen rekening nemen.
3. Beschikbaarstelling van materiaal, zoals hout, karton linnen enz..