

Nimm-zwei-Regel

Was ist günstiger für Sie, für die junge Welt: Print- oder Onlineabo?

Nicht schlecht, dieses Ergebnis: 63 Abonnements werden diese Woche zusätzlich ausgeliefert, davon sind immerhin 47 Vollprintabos, davon wiederum die überdeutliche Mehrzahl Soli- und Normalabos, nur elf der Neuabonnenten können sich aus ökonomischen Gründen nur das Sozialabo leisten. Wir können es nicht oft genug sagen: Das jW-Solidarprinzip funktioniert wunderbar. Allerdings ist für nicht wenige auch das verbilligte Sozialabo nicht leistbar, billiger können wir aber die gedruckte junge Welt nicht anbieten, da wir die erheblichen Herstellungs- und Distributionskosten ansonsten nicht stemmen können. Des weiteren sind in dieser Woche drei Wochenendabos und 13 Online-Abonnements neu dazugekommen. Das Wochenendabo ist eine gute Möglichkeit, in die einmalige Welt der jungen Welt einzutauchen, allerdings läuft man dann auch Gefahr, daß es auf Dauer nicht reicht und das Vollabo nachbestellt wird. Aber gerade für den Einstieg ist so ein Wochenendabo auch Nachbarn und Freunden zu empfehlen. Passende Coupons gibt's im Internet unter jungewelt.de (dort können Sie ab nächste Woche direkt am Computer sämtliche Print- und Internetaboarten bestellen). Es genügt aber auch eine formlose Bestellung unter Angabe der Abo- und Zahlart, der Lieferadresse und einer Bankeinzugsermächtigung.

Und wenn wir schon mal dabei sind, Abo-Detailfragen zu klären: Wir werden des öfteren gefragt, was uns denn lieber sei, ein Internet- oder ein Printabo. Nun, zunächst müssen Sie die Frage beantworten, was besser zu Ihren Lese- und Nutzungsgewohnheiten paßt. Beide Formen haben ihre Vorteile. Wenn Sie uns trotzdem fragen, dann empfehlen wir Ihnen natürlich das Kombiticket: Ein Printabo und dazu das Internetabo, das Sie als Printabonnet ja exklusiv zum Aufpreis von fünf Euro bekommen. Die gedruckte Ausgabe der jungen Welt ist handlich, übersichtlich gestaltet, Sie können sich schneller einen Überblick über das Tagesangebot verschaffen und so auch rascher entscheiden, was Sie in welcher Reihenfolge lesen möchten. Zudem können Sie überall schnell auf Stellen zugreifen, die Sie besonders interessieren.

Die Internetausgabe besticht andererseits mit der Möglichkeit, Texte abzuspeichern oder zu verschicken; Ihnen steht ein vielfältiges Archiv zur Verfügung, in dem Sie sich über Stichwortsuche oder auch über Themenkanäle einen Überblick verschaffen können, der weit über die Inhalte einer Tagesausgabe hinausreicht. Interessant für viele ist auch der Umstand, daß die Printausgabe des kommenden Tages als Internetausgabe schon am Vorabend (in der Regel zwischen 20 und 21 Uhr) im Netz zur Verfügung steht. Dort können wir es uns auch erlauben, Texte und Bilder zusätzlich zu veröffentlichen. Dabei achten wir streng darauf, daß das Angebot überschaubar bleibt und nach Bedeutung strukturiert wird.

Zukunftsfähig sind beide Formen: Wir wollen die Print- und die Internetausgabe weiterentwickeln, wobei wir auf die gegenseitige Ergänzung achten und die jeweiligen Stärken des Systems bewusst nutzen wollen. Von daher können wir Ihnen nicht nur aus ökonomischen Gründen wärmstens die Nimm-Zwei-Regel (Print- und Internetabo) empfehlen. Falls Sie aber trotzdem bei der Frage »Entweder - Oder« stehen und deshalb nach dem Nutzen für die junge Welt fragen: Noch sind Printabos für uns lukrativer. Zwar sind sie vor allem deshalb teurer als Internetabos, weil beim Internetabo keine Kosten für Druck und Distribution entstehen. Aber mit jedem Printabo werden eben diese Kosten im Schnitt günstiger, und damit bleibt am Ende mehr für die Kostendeckung übrig.

Übrigens: In unserer Hammerkampagne zählen Abos aller Art. Wenn Sie also noch dabei sind, Ihren persönlichen Beitrag zur Kampagne zu organisieren, dürfen Sie gerne ein Print- oder ein Internetabo werben. Und wenn Sie mit dem Printabo auch noch ein Internetabo bestellen, sind das gleich zwei wertvolle Punkte in Richtung Kampagnenziel: 3600 Abos für die junge Welt.

Verlag, Redaktion, Genossenschaft

<https://www.jungewelt.de/artikel/100088.nimm-zwei-regel.html>