

Mehr Abos durch mehr Aktion

Die junge Welt hat keine Millionen für die Werbung. Damit die Unterstützung durch Leserinnen und Leser effektiver wird, findet eine bundesweite Beratung im April statt

Wenn andere Medienverlage ein Printprodukt auf dem Markt plazieren wollen, müssen sie allein für die Bewerbung viele Millionen Euro investieren. Aber selbst wenn diese Millionen geflossen sind, ist nicht klar, ob die Werbestrategie aufgeht. Am Donnerstag dieser Woche teilte beispielsweise die Bauer Verlagsgruppe mit, daß sie ihr seit März 2004 monatlich erscheinendes Lifestyle-Magazin Matador einstellt. Begründung: »In einem außerordentlich schwierigen Marktumfeld konnten die wirtschaftlichen Ziele nicht erreicht werden.« Seit dem Jahr 2000 versucht die britische Pearson Publishing Group (Financial Times) gemeinsam mit Gruner + Jahr (Stern u.a., Tochter der Bertelsmann-Gruppe) die Financial Times Deutschland in der Bundesrepublik mit Millionenaufwand zu etablieren. Bis Ende 2006 konnte man damit relativ stabil Zuwächse im relevanten Bereich Abonnement erzielen, aber seit 2007 scheint der Markt ausgeschöpft zu sein: Die Aboauflage sinkt seither, am Kiosk werden auch nicht mehr so viele Zeitungen abgesetzt. Eigentlich sollte die FTD bis 2005 schwarze Zahlen schreiben, aber bis heute sind die rot. Trotz Millionenaufwand, nicht nur in der Werbung. Jedenfalls haben sich im Januar dieses Jahres schon mal die Briten vom Projekt verabschiedet, Gruner + Jahr hat deren Anteil (50 Prozent) übernommen.

Die junge Welt agiert ebenfalls in einem »außerordentlich schwierigen Marktumfeld«. Und wir müssen unsere wirtschaftlichen Ziele erreichen, ohne mit Millionenetats Werbung zu betreiben und Verkaufszahlen in die Höhe zu treiben. Daß das geht, haben wir in den letzten Jahren bewiesen. Aber auch, daß das enorm mühsam und ohne die Unterstützung durch unsere Leserinnen und Leser nicht zu bewerkstelligen ist. Denn zum Kauf der jungen Welt regen weder Werbespots im Fernsehen noch bundesweite großflächige Werbung auf Anschlagtafeln in den wichtigsten Städten an. Wir können auch nicht einfach wesentliche Teile der Auflage kostenlos verschenken, wie das viele Zeitungsverlage machen, um Leser an die Zeitung heranzuführen. Das machen wir nur mit sehr bescheidenen anderen Mitteln auf Messen und Veranstaltungen, vor allem aber mit Hilfe unserer Leserinnen und Leser. Sie empfehlen die Zeitung weiter, sie werben für Abonnements. Aber diese Möglichkeiten sind begrenzt, nicht nur, weil wir zu wenig Personal und Werbegelder, auch weil wir immer noch viel zu wenige Leserinnen und Leser haben. Deshalb wissen noch immer viele Menschen nicht, daß es diese Zeitung gibt. Und warum sie gerade diese abonnieren sollten.

Am Donnerstag dieser Woche besuchte eine Delegation aus dem Wahlkreis der Bundestagsabgeordneten Ulla Jelpke im Rahmen eines Berlinbesuchs Verlag

und Redaktion der jungen Welt. Also an Politik und Information besonders interessierte, links orientierte Menschen. Aber selbst in dieser ausgesuchten Gruppe gab es einige, die die Zeitung, die sie gerade besuchten, überhaupt nicht kannten, andere wieder bestenfalls vom Hörensagen. Wir müssen also unsere Anstrengungen verdoppeln, diese Zeitung und ihr journalistisches Angebot bekannter zu machen.

In den letzten Jahren haben sich dazu in verschiedenen Orten Leserinitiativen gebildet. Andernorts kämpfen Einzelaktivisten, um die junge Welt unters Volk zu bringen. Andere spielen erst mit dem Gedanken, sich stärker vor Ort für die Zeitung zu engagieren. Schon länger gibt es die Idee, einmal jährlich ein bundesweites Treffen von Initiativen und Unterstützern zu veranstalten, um Erfahrungen auszutauschen und Strategien zu entwickeln, um koordinierter und erfolgreicher agieren zu können. Diese Idee soll nun erstmals umgesetzt werden. Das Treffen wird vom 25. bis zum 27. April in Thüringen (in der Nähe von Jena) stattfinden. Anreise ist ab Freitag abend möglich, das Programm beginnt ab Samstag und endet mit einem Mittagessen am Sonntag. Die Anreise kann mit PKW oder der Bahn erfolgen, für dieses erste Treffen haben wir Platz für 25 bis 30 Teilnehmende. Bitte also rechtzeitig und verbindlich beim Aktionsbüro (aktionsbuero@jungewelt.de) oder direkt bei Ingo Höhmann (030/53635582) anmelden. Anreise- und Teilnahmemodalitäten gibt es auf Anfrage, am Programm wird noch gearbeitet. Anregungen sind jederzeit willkommen.

Verlag, Redaktion, Genossenschaft

<https://www.jungewelt.de/artikel/103050.mehr-abos-durch-mehr-aktion.html>