

Dank der Delle

Das Interesse an der jungen Welt wächst. Antikapitalistische Stimmung führt aber nicht automatisch zu mehr Abonnements

Von Dietmar Koschmieder

Eine Delle hat Gregor Gysi den angeblich mißglückten Jahresauftakt für die Linkspartei genannt. Die sei aber mit dem Hamburger Wahlergebnis überwunden. Dort konnte seine Partei mit 6,4 Prozent ihren Stimmenanteil und die Präsenz im Parlament verteidigen – erstmals in einem der alten Bundesländer. Und das, obwohl zuvor die Linkspartei in den Umfragen auch überregional um etwa zwei Prozentpunkte schlechter lag als noch vor Monaten. Das führten Wahlforscher allerdings gerade im Westen auf den schwindenden Lafontaine-Bonus zurück: Mit Oskars Verzicht auf führende Funktionen in der Partei hat die Linke etwas an Attraktivität im Westen eingebüßt. Manche Medienleute (aber auch Führungspersonal in der Linkspartei) versuchte den prognostizierten Stimmenrückgang den Auslösern der Kommunismusdebatte in die Schuhe zu schieben und sprachen bereits von einem Scheitern der Linkspartei in Hamburg. Bekanntlich hat aber Gesine Löttsch nicht den Kommunismus herbeiphantasiert. Vielmehr hat sie bei der von der *jungen Welt* vorgegebenen Frage nach »Wegen zum Kommunismus« eine in der Linkspartei verankerte linkssozialdemokratische Position vertreten. Das K-Wort hat sie dazu lediglich freundlicherweise aus der Fragestellung aufgegriffen, aber das genügt ja schon für manche, um zuzuschlagen. Wie jetzt die Wahlen in Hamburg zeigen ohne das gewünschte Ergebnis. Die Kommunismusdebatte hat nicht den Antikommunismus befördert, sondern eher belegt, daß es in der Gesellschaft eine starke antikapitalistische Stimmung gibt. Interessanterweise geht diese weit über die Leserschaft der *jungen Welt* und die Wählerschaft der Linkspartei hinaus. Sie schlägt sich allerdings nicht automatisch in mehr Stimmen für sozialistische und kommunistische Wahlangebote und leider auch nicht automatisch in deutlich mehr Abonnements für die *junge Welt* nieder.

Zwar stieg die Zahl der Internetzugriffe, Kioskverkäufe und Probeabobestellungen in den letzten Wochen, trotzdem muß weiter beharrlich um jedes Print- und Internetabo gerungen werden. Denn nur Abonnements sichern uns die Produktionsgrundlagen, die nach wie vor nicht sehr stabil sind. Freundliches Schulterklopfen und wortreiche Anerkennung helfen nicht, wenn dem nicht der Abschluß eines Abonnements folgt. Natürlich hilft es uns, daß der Bekanntheitsgrad der *jungen Welt* gewachsen ist. Aber ohne aktive Mitwirkung unserer Leserinnen und Leser bewältigen wir die wachsenden journalistischen Aufgaben nicht. Die Weiterentwicklung der *jungen Welt*, das Zusammenlegen von Print- und Internetausgabe zu einem neuen Medium, der Aufbau eines Rechercheteams gehen nicht ohne erhöhten Personal- und Finanzaufwand. Also nicht ohne mehr bezahlte Abonnements, denn die Erlöse aus Print- und Internetabos sind die größte kalkulierbare regelmäßige

Einnahmequelle.

Deshalb bitten wir um Unterstützung: Selber ein Print- und Onlineabo abschließen, wäre der erste Schritt, den nach wie vor viele unserer Leserinnen und Leser noch vor sich haben. Der zweite: Freunde, Bekannte, Genossen und Kollegen auf Internet- und Printabo hinweisen. Nicht immer wird sofort abonniert, Sie können deshalb auch gern das dreiwöchige Probeabo verschenken. Wichtig ist dabei, daß der Beschenkte sich einverstanden erklärt, daß der Verlag sich per Telefon melden kann. Damit wir über Inhalt, Zustellung und ein Vollabo reden können. Nach aktueller Rechtslage muß der Probeleser dazu das entsprechende Kästchen im Bestellzettel ankreuzen. Wer die *junge Welt* drei Wochen am Stück gelesen hat, abonniert in der Regel. Oder kauft die Zeitung danach hin und wieder am Kiosk. Also eine gute Investition.

Selbst ein Probeabo kann aber nur abschließen, wer unsere Zeitung kennt. Um den Bekanntheitsgrad weiter zu steigern, sind Verteilaktionen hilfreich. Dazu kann man politische Aktionen aller Art nutzen, in diesem Jahr vor allem Wahlkampfveranstaltungen. Damit haben wir in Nordrhein-Westfalen und Hamburg gute Erfahrungen gemacht. Nehmen Sie Kontakt mit unserem Aktionsbüro auf und bestellen Sie in notwendiger Zahl aktuelle Zeitungen. Wir kümmern uns um die rechtzeitige Zustellung, Sie verteilen die *junge Welt*. Gern dürfen auch Aufkleber, Aboscheine und Plakate angefordert werden. Plakate können zur Standgestaltung und (mit Genehmigung!) auch zum Plakatieren genutzt werden. Einen Höhepunkt wollen wir am 1. Mai schaffen: Keine Demo ohne *junge Welt* im deutschsprachigen Raum!

Was Gysi eine Delle genannt hat, war in Wirklichkeit ein wunderbarer Jahresauftakt. Jetzt geht es darum, gemeinsam verschiedene Wege zu neuen jW-Abonnements zu finden.

[jW-Abo-Service](#)

Das Aktionsbüro ist zu erreichen unter aktionsbuero@jungewelt.de und 030/5363550
<https://www.jungewelt.de/artikel/159920.dank-der-delle.html>