

Meßbares

junge Welt-Messe- und Aktionsstände sorgen für Aufklärung und Ressourcenzuwachs

Man kann es nicht oft genug wiederholen: Nützliches muß bekannt sein, bevor Nutzen entsteht. Genau darin liegt unser Problem: Die übergroße Mehrzahl potentieller Leserinnen und Leser kennt die Tageszeitung *junge Welt* noch gar nicht. Mangels großem Werbeetat bleibt nur ein Weg: Möglichst oft an Plätzen präsent sein, wo die vielen Menschen sind, die diese Zeitung eigentlich brauchen wie das tägliche Brot. Bei solchen Gelegenheiten geschieht dann Meßbares: junge Welt-Verteilsexemplare und -Probeabos erreichen Tausende Erstleser, Kioskverkäufe steigen, bisherige Kioskäufer ordern bezahlte Abos, langjährige Abonnenten werden Genossenschaftler unserer LPG junge Welt, und im Ergebnis wachsen die dringend nötigen Ressourcen für ein noch besseres Produkt. Ohne großen Werbeaufwand will dabei gut durchdacht sein, wo das kleine jW-Aktionsteam und die zum Glück immer größer werdende Zahl aktiver Unterstützer Flagge zeigen. Buchmessen mit einer Riesenschar lesefreudiger Besucher gehören in jedem Fall dazu.

Nicht selten helfen Messeauftritte, um den stillschweigenden Medienboykott gegenüber dieser Zeitung zu durchbrechen. So sorgte unsere langjährige Buchmessepräsenz in Havanna für eine recht beachtliche Würdigung des Gesamtkunstwerkes *junge Welt* auf der Medienseite des Berliner Tagesspiegel vom 16.3.2012. Was fand da plötzlich nicht alles Erwähnung: die von uns jährlich veranstaltete Rosa-Luxemburg-Konferenz, die Mitarbeit im Berliner Buchmessebüro Havanna, eine bemerkenswerte junge Welt-Fotoausstellung im Berliner ver.di-Haus, die Einladung unserer Ressortleiterin Katja Klüßendorf zum »Treffen der Intellektuellen« mit Fidel Castro im Februar dieses Jahres, das »entspannte Verhältnis« von ver.di-Vertretern zu dieser Zeitung. Genau bei letzterem schwoll dann allerdings das den gesamten Artikel unterschwellig prägende Empörungstremolo deutlich an. Die Absicht des Beitrages von Matthias Meisner wurde klarer: Es soll nicht zusammenkommen, was zusammengehört – engagierte Gewerkschafter und eine Tageszeitung, die deren Interessen wirklich wahrnimmt.

Glücklicherweise liegen in solch bemühten Fällen Absicht und Wirkung oft weit auseinander. Wir wollen das aber nicht dem Zufall überlassen, sondern gemeinsam mit Ihnen dafür sorgen, die Zahl derer, die die *junge Welt* und ihr Umfeld authentisch kennenlernen, deutlich meßbar zu erhöhen. An unserem Stand auf der Leipziger Buchmesse besteht dazu an diesem Wochenende noch vielfältige Gelegenheit, wie ein Blick auf Seite 12 dieser Ausgabe zeigt.

Die entscheidende Bewährungsprobe für uns alle werden die Ostermärsche und Maikundgebungen sein. Es hilft schon viel, wenn Sie unsere Aktionspakete bestellen, die *junge Welt* verteilen, Werbemittel (die auch von unserer Website heruntergeladen werden können) sinnvoll einsetzen. Es hilft noch mehr, wenn

Sie möglichst viele Friedens- und Gewerkschaftsaktivisten dafür gewinnen, sich in eine Probeaboliste einzutragen. Am allerbesten ist es natürlich, einen kleinen jW-Stand separat oder im Rahmen eines Gemeinschaftsstandes zu gestalten. Alle, die das beabsichtigen, bitten wir, sich schnellstmöglich beim jW-Aktionsbüro (Tel. 030 53 63 55 10 bzw. E-Mail aktion@jungewelt.de) zu melden. Unsere wichtigsten Ziele sind bekannt (und meßbar): 3000 Probeabos bis Ende April. jW-Präsenz am 1. Mai an mindestens 80 Kundgebungsorten. Machen Sie mit!

Verlag, Redaktion, Genossenschaft

<https://www.jungewelt.de/artikel/180057.meßbares.html>