

Aktion »Kauf am Kiosk« beendet

Während die im Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger zusammengeschlossenen großen Tageszeitungen soeben entschieden haben, ihre gemeinsame Kioskkampagne zur Imagewerbung für den Kioskkauf aus Kostengründen und befürchtetem Erfolgsmangel abzusagen, beendet ausgerechnet die kleinste überregionale Tageszeitung junge Welt ihre aktuelle Kioskaktion. Mit ihr sollte nicht nur der Verkauf der jungen Welt am Kiosk gesteigert, sondern auch bewiesen werden, daß diese Verkaufsform nicht zwangsläufig zurückgehen muß. Die junge Welt konnte sich in den letzten zehn Jahren in diesem Bereich positiv entwickeln - und ist damit die Ausnahme unter den überregionalen Tageszeitungen. Auch während der Aktionswochen konnte der Absatz am Kiosk um bis zu 40 Prozent zur Vergleichswoche des Vorjahres gesteigert werden. Wie nachhaltig die Aktion wirkt, wird sich allerdings erst in den nächsten Wochen zeigen. Regional ist noch einiges geplant, so wird es beim Tanz- und Liederfest in Rudolstadt in der ersten Juliwoche verschiedene Werbemaßnahmen geben. Etwa zeitgleich werden wir entlang der Ostseeküste präsent sein - begleitend zu unserem Segeltörn. Der verbesserte Kioskverkauf erhöht nicht nur den Bekanntheitsgrad der Zeitung, sondern ist für die junge Welt ein wichtiger Indikator, wie sich der Bestand an bezahlten Abonnements erhöhen läßt. Allen, die bei den diversen Aktivitäten mitgeholfen haben, gilt unser herzlichster Dank.

Verlag, Redaktion, Genossenschaft

<https://www.jungewelt.de/artikel/201580.aktion-kauf-am-kiosk-beendet.html>