

Bildschirm und Papier

Die junge Welt sucht 400 Onlineabonnenten

Nach einem von der taz-Geschäftsführung auf dem Medientreffpunkt Mitteldeutschland in Leipzig vorgestellten Szenarium gibt es in zehn Jahren keine überregionale Tageszeitung mehr, weil es beim großen Sterben der Printzeitungen die Überregionalen zuerst treffen wird. Die taz setzt daher im Print auf das Wochenendabo, weil die Wochenblätter derzeit noch besser dastünden. Und sie baut ihre Internetseiten aus.

junge Welt geht dagegen davon aus, daß überregionale Tageszeitungen noch lange auch als Printausgabe funktionieren können. Zwar sind in den letzten Jahren tatsächlich die Auflagen der gedruckten Tageszeitungen dramatisch gesunken, dies hat aber unterschiedliche Ursachen. Nicht zuletzt sorgen die Verlagshäuser durch unsinnige Sparmaßnahmen gerade in Redaktionen dafür, daß die Qualität bürgerlicher Berichterstattung immer mehr abnimmt. Eine Tageszeitung, die nicht aus der Sicht von Banken und Konzernen schreibt, nicht als Sprachrohr der Politik funktioniert, sondern uneingeschränkt darüber berichtet, was in der Welt geschieht, und einen klaren Standpunkt dabei einnimmt und diesen auch nicht verheimlicht, bleibt spannend und nicht so ohne weiteres durch Blogs und unsortierte Informationsflut im Netz verdrängbar.

Und trotzdem wird auch die junge Welt ihren Internetauftritt ausbauen. Schon heute bietet die Onlineversion einige Vorteile im Vergleich zur Printausgabe. Zum einen ist sie schneller verfügbar - und dies an jedem Ort der Welt. Zum anderen können technisch eine Reihe von praktischen Hilfsmitteln zur Verfügung gestellt werden, die das Arbeiten mit dem Medium erleichtern und den notwendigen Zeitaufwand reduzieren helfen.

Für die junge Welt gibt es aber noch einen weiteren entscheidenden Vorteil im Netz: Dort ist die Zeitung viel leichter zu entdecken. Sie kann über ihre Schwerpunktthemen besser gefunden werden. Im Print sind wir die überregionale Tageszeitung mit den wenigsten Abonnements. Das sieht bei den Onlineabos ganz anders aus: Hier können wir mit den Großen mithalten. Onlineabos sind für die Finanzierung der jungen Welt mittlerweile unverzichtbar. Und deshalb starten wir eine Onlineabokampagne, mit der wir weitere 400 Online-Abos gewinnen und damit unsere ökonomische Basis stabilisieren wollen.

Die Leserinnen und Leser der Printausgabe bitten wir zu überlegen, ob sie zu ihrem Printabo nicht auch noch ein Onlineabo hinzubuchen wollen. Das ist zu Sonderkonditionen möglich: Wer die jW schon im Vollabo hat, bekommt den vollen Zugriff auf die Tagesausgabe, das Archiv und alle anderen Optionen für nur fünf Euro im Monat. Wer kein Printabo hat, bekommt ein Online-Monatsabo wahlweise für neun, zwölf oder 16 Euro. Den Abocoupon finden Sie, wenn Sie unsere Seite www.jungewelt.de/onlineabo aufrufen. Dort bieten

wir auch Möglichkeiten an, wie Sie für die junge Welt auf Ihrer Internet- oder Facebook-Seite Werbung für das Onlineabo machen können. Denn auch hier gilt: Die Zeitung wird erst abonniert, wenn man von ihren besonderen Qualitäten überzeugt ist. Und dazu muß man sie erst einmal kennenlernen.

Verlag, Redaktion, Genossenschaft

<https://www.jungewelt.de/artikel/201924.bildschirm-und-papier.html>