

Genossenschaft wächst

Stärkere Verbreitung der jungen Welt sorgt für Mehreinnahmen und wachsende politische Relevanz

Am Freitag tagte in den Redaktionsräumen der *jW* der Vorstand der Genossenschaft LPG junge Welt eG, der die Verlag 8. Mai GmbH, in der die *junge Welt* erscheint, mehrheitlich gehört. Wichtigster Tagesordnungspunkt war die Aufnahme neuer Mitglieder sowie die Bestätigung von Anteilserhöhungen. Unter Verrechnung von Austritten und Anteilsreduzierungen wuchs der Bestand alleine auf dieser Sitzung um 34 Anteile. Das aktuelle Geschäftsjahr gehört mit bisher 174 Neuaufnahmen zu den besten in der Geschichte der Genossenschaft. Das ehrgeizige Ziel, bis zur Internationalen Rosa-Luxemburg-Konferenz am 9. Januar in Berlin das 2.000. Genossenschaftsmitglied aufzunehmen, wird allerdings kaum zu schaffen sein. Dieses Ziel wurde gesteckt, um im Frühjahr über ein ausreichend dickes finanzielles Polster für die Einrichtung des zweiten *jW*-Druckstandorts zu verfügen. Von da an soll die *junge Welt* endlich auch in Bayern, Baden-Württemberg und im Saarland sowie in Österreich und der Schweiz flächendeckend im Einzelhandel erhältlich sein. Alleine die Aufteilung des Druckes der Zeitung auf zwei Standorte ist mit großem Aufwand verbunden. Hinzu kommen hohe Kosten für Werbemaßnahmen, mit denen in den neuen Gebieten auf das erweiterte Kioskangebot hingewiesen werden soll. Dabei zählt die *junge Welt* zum einen auf aktive Unterstützung ihrer Leserinnen und Leser vor Ort, zum anderen wollen Verlag, Redaktion und Genossenschaft ausreichend finanzielle Mittel mobilisieren, um den notwendigen Erfolg der Maßnahme zu sichern.

Auch ohne zweiten Druckstandort konnte die *junge Welt* in den vergangenen Jahren Präsenz und Verkaufsergebnisse im Einzelhandel steigern. Das ist deshalb erstaunlich, weil alle anderen überregionalen Zeitungen im Vergleichszeitraum einen deutlichen Schwund hinnehmen mussten. Von diesen verfügen alle außer *junge Welt* und *Neues Deutschland* über mindestens einen zweiten Druckstandort. Während sich die Konkurrenz jedoch immer mehr aus dem Printgeschäft zurückzieht, bevorzugt die *junge Welt* eine Doppelstrategie: Zwar sind auch für sie Onlinepräsenz und die damit verbundenen Einnahmen überlebensnotwendig, die Printversion erfreut sich aber ebenfalls wachsender Beliebtheit und trägt ökonomisch nach wie vor am meisten zur Kostendeckung bei. Das Kioskgeschäft bringt zwar weniger Erlös als der Abonnementverkauf, künftige Abonnenten können aber die *junge Welt* über diesen Weg für sich entdecken. Denn nur ein Teil der potentiellen Kunden kann beispielsweise über Verteilaktionen auf Demonstrationen erreicht werden. Eine deutlich stärkere Präsenz der *jungen Welt* im Einzelhandel führt erfahrungsgemäß nicht nur zu besseren Verkaufsergebnissen, sondern auch zu neuen Abonnements. Nicht zuletzt wächst durch die erhöhte Verbreitung auch die politische Relevanz der Zeitung.

Für das Frühjahr sind verschiedene Aktivitäten zur Vorbereitung und Umsetzung dieses wichtigen Schrittes vorgesehen, über die an dieser Stelle ausführlich informiert wird. Zur Zeit werden die Leserinnen und Leser in den genannten Gebieten angeschrieben und um konkrete Unterstützung des Vorhabens gebeten. Aber auch in anderen Regionen kann viel für den Ausbau der Kioskpräsenz unserer Zeitung getan werden. Zudem helfen jedes Abonnement und jeder Genossenschaftsanteil, die bevorstehenden Aufgaben mit noch mehr Kraft anzugehen.

Vorstand Genossenschaft LPG junge Welt eG

Infos zur Satzung und zum Beitritt zur Genossenschaft: www.jungewelt.de/genossenschaft

<https://www.jungewelt.de/artikel/276694.genossenschaft-waechst.html>