

# Selber kümmern!

## Behinderung durch Zensur ist Ausdruck des Verfalls bürgerlicher Demokratie. junge Welt sucht alternative Werbewege

Von Dietmar Koschmieder

Der *Spiegel* wird 70 Jahre alt – Grund genug für andere Medien, das Deutschland-Magazin wochenlang zu lobpreisen. Auch die *junge Welt* würdigt die Gründung des Magazins, immerhin jahrelang wichtiges Instrument im Kalten Krieg gegen den realen Sozialismus. Allerdings fällt der Tenor dieser Würdigung durch die spitze Feder von Otto Köhler, einst selbst Redakteur im Hamburger Blatt, etwas anders aus als üblich. Wie man es von der *jungen Welt* zu Recht erwarten darf.

Fast gleichzeitig erschien auch die *junge Welt* vor 70 Jahren das erste Mal. Nun haben wir keineswegs mit einer wohlwollenden Berichterstattung zu unserem 70. Geburtstag gerechnet, dafür müssten wir erst eine andere Klassenposition einnehmen. Das komplette Ignorieren dieses Themas sogar in linken oder linksliberalen Tagesblättern überrascht uns aber dann doch. Zuvor hatte man dort auch einheitlich unsere Rosa-Luxemburg-Konferenz vom Januar, mit mehr als 2.800 Teilnehmern die größte Konferenz linker Kräfte in der BRD, verschwiegen. Und danach auch den Zensur- und Boykottfall, bei dem zwei Rundfunksender mit dubiosen politischen Begründungen bezahlte *jW*-Werbepots gar nicht oder nicht in der von uns erstellten Form senden wollten. Die Nachrichtenagentur *dpa* etwa äußerte zunächst Interesse am Vorgang – gebracht wurde die Meldung jedoch nicht, angeblich weil sich der Hausjustiziar dagegen ausgesprochen haben soll. Dabei handelt es sich nicht um einen juristischen, sondern um einen politischen Skandal, der zudem kein Einzelfall ist: Die Deutsche Bahn lehnt immer wieder Plakatwände mit *jW*-Motiven mit dubiosen Begründungen ab. Zeitungen verweigern *jW*-Anzeigentexte, und auch andere Radiosender haben Einfluss auf Inhalte unserer Radiospots genommen oder diese abgelehnt. Bei diesen Vorgängen handelt es sich um Anzeichen des Verfalls bürgerlicher Demokratie, die eigentlich auch bürgerliche Demokraten beunruhigen müssten.

Was lehren uns aber diese Vorgänge? Um uns selber müssen wir uns selber kümmern! Ganz praktisch heißt das: Dass es die *junge Welt* und ihr konkretes journalistisches Angebot gibt, darauf werden neue Leserinnen und Leser nicht durch andere Medien hingewiesen. Das müssen wir schon selber tun! Wir werden einen größeren Verbreitungsgrad der *jungen Welt* und damit eine höhere Auflage und letztlich mehr Einnahmen durch Print- und Onlineabonnements sowie Kioskverkauf auch weiterhin durch vielfältige und originelle Aktivitäten erkämpfen müssen. Und wir werden dabei noch stärker auf die Unterstützung durch Leserinnen und Leser setzen! Übrigens ist das ein

weiterer wichtiger Grund, warum wir dringend eine größere Leserschaft brauchen.

Wir kümmern uns selber. Aber trotzdem geht es nicht ohne kommerzielle Werbemaßnahmen. Das kostet viel Geld - und funktioniert nur dann, wenn das dahinterstehende Konzept auch umgesetzt werden kann. Wenn nun unsere an der einen oder anderen Stelle gebuchten Werbungen verboten oder erst nach Entstellung zur Unkenntlichkeit gesendet werden, ist unser gesamter crossmedialer Ansatz nur noch eingeschränkt oder gar nicht tauglich, führt also nicht zu den erwünschten Ergebnissen. Gerade deshalb treffen uns die Verbote hart: Wir investieren unsere hart erwirtschafteten ökonomischen Mittel und brauchen den Erfolg der Maßnahmen, damit sich die Ausgaben wieder refinanzieren.

Zwar werden wir auch weiterhin auf herkömmliche Werbewege setzen, solange das irgendwie geht. Allerdings wissen wir heute nicht, wie rasch der Verfall der bürgerlichen Freiheiten voranschreitet. Deshalb werden wir noch stärker Werbestrategien für die Erhöhung des Bekanntheitsgrades der *jungen Welt* entwickeln, bei denen wir weitgehend unabhängig von kommerziellen Werbefirmen und anderen Medien bleiben. Entscheidend wird dabei sein, ob und wie es uns gelingt, Leserinnen und Leser als Unterstützer für diesen Kampf zu gewinnen.

<https://www.jungewelt.de/artikel/305676.selber-kummern.html>