

Ja, die gibt's noch!

70 Jahre junge Welt sind 70 gute Gründe, die Präsenz der Zeitung im Einzelhandel auszubauen. Mit Ihrer Hilfe!

Die ökonomisch entscheidende Größe für die weitere Entwicklung der Tageszeitung *junge Welt* sind Aboeinnahmen: Vor allem über sie decken wir die hohen Kosten, die nun mal mit der Herstellung und dem Vertrieb einer Zeitung verbunden sind.

Aber wie gewinnen wir möglichst viele Abonnenten? Es kommt vor, dass eine zugesteckte Zeitung bei einer Verteilaktion oder das dreiwöchige kostenlose und unverbindliche Probeabo so überzeugen, dass der Leser, die Leserin sofort abonniert. Aber meistens lenken wir durch solche Aktivitäten erst einmal Aufmerksamkeit auf unsere Zeitung – das Abo kommt später.

Um so wichtiger ist es, dass die *junge Welt* in möglichst vielen Einzelhandelsgeschäften präsent ist. So reißt der Kontakt nicht ab. Und noch einen entscheidenden Vorteil bietet der Einzelhandel: Hier erreichen wir viele Menschen, die erst bei ihrem Zeitungshändler mitbekommen, dass es die *junge Welt* überhaupt gibt! Unsere aktuelle Kampagne »Dein Abo zur rechten Zeit« wendet sich auch an diese Kioskleser mit der Bitte, ein Abo abzuschließen. Damit das weiterhin und immer besser funktioniert, legen wir großen Wert darauf, gemeinsam mit dem Einzelhandel neue Kioskkunden zu gewinnen.

Deshalb nehmen wir unseren 70. Geburtstag zum Anlass, um mit einer Kampagne möglichst viele Menschen anzuregen, sich eine *junge Welt* am Kiosk zu kaufen! Das können *jW*-Leser sein, die bisher nur die *jW*-Onlineausgabe nutzen und die wir davon überzeugen wollen, dass es gelegentlich Laune macht, die Zeitung gedruckt in Händen zu halten. Mit der Aktion sprechen wir vor allem in den neuen Bundesländern jene an, die die *junge Welt* noch von früher kennen. »Was, die gibt's noch?« bekommen wir häufig zu hören, viele Menschen im Osten verbindet etwas mit der *jungen Welt*, immerhin war sie die auflagenstärkste Tageszeitung der DDR.

Und deshalb haben wir gemeinsam mit Pressegroßhändlern, die für die zuverlässige Auslieferung der Presseprodukte zuständig sind, vielen Einzelhändlern in den neuen Bundesländern ein Paket mit Werbematerial zur Verfügung gestellt: Da sind Kalender mit unterschiedlichen Titelseiten aus den letzten 70 Jahren dabei, Plakate, Aufkleber und Aufsteller. Und weil wir wissen, dass es überhaupt nicht selbstverständlich ist, dass die Einzelhändler eine kleine linke Zeitung unterstützen, haben wir uns bei vielen von ihnen mit einer Flasche Rotkäppchen-Sekt bedankt.

Der Verkauf wird zudem durch Radiospots, Plakatwerbung und unsere Artikelserie »Was blüht im Osten?« angekurbelt. Und bei diesen Aktivitäten

können uns nun unsere Leserinnen und Leser gerne unterstützen: Schauen Sie sich doch mal in Ihrem Wohn- und Arbeitsbereich um, ob da die *junge Welt* schon ausliegt. Bitten Sie den Einzelhändler gegebenenfalls, die *junge Welt* ins Angebot aufzunehmen. Damit die Nachbarn mitbekommen, dass es die *junge Welt* auch in ihrem Kiez gibt, können Sie bei uns ein Aktionspaket [bestellen](#) und das Material in Kneipen, Treffpunkten usw. verteilen. Zusammen werden wir die Erfolgsgeschichte *junge Welt* fortsetzen!

Aktionsbüro

<https://www.jungewelt.de/aktion/ja-die-gibts-noch/305753>