

Auf eigene Kraft setzen

junge Welt wird es weiter gedruckt und digital geben

Uns stehen harte Zeiten bevor – aber wir sind bester Dinge, sie zu meistern! Mut und Zuversicht gewinnen wir aus den zahlreichen Reaktionen unserer Leserinnen und Leser, darunter viel konkrete Unterstützung: Spenden erreichen uns und Genossenschaftsanteile – vor allem jedoch viele Abobestellungen, Print- wie Onlineabos. Und genau darauf kommt es an: Wir haben nur dann eine Chance, langfristig die *junge Welt* als alternatives Medium zu erhalten und auszubauen, wenn viele Menschen sie auch abonnieren. Um aber ganz bewusst ein Abo abzuschließen, muss man zunächst wissen, dass es die *junge Welt* überhaupt gibt und dass sie im Vergleich zu anderen Tageszeitungen einen hohen Nutzwert hat. Heute ist besonders wichtig, dass möglichst alle, die unsere Zeitung kennen und schätzen, sie auch abonnieren. Und damit wir auch morgen Abonnements gewinnen können, müssen viel mehr Menschen erfahren, dass es so ein Zeitungsprodukt gibt! Wenn die *junge Welt* auch in drei, vier Jahren noch existieren soll, muss der Bestand an bezahlten Online- und Printabonnenten beständig wachsen – entgegen allen Trends in der Branche. Deshalb gehört es zu unseren wichtigsten Aufgaben, den Bekanntheitsgrad der Zeitung zu erhöhen. Da wir allerdings auch in dieser Frage oft behindert werden (Werbeverbot bei der Deutschen Bahn, bei Radiosendern und Zeitungen, auch durch das Schweigekartell von *Taz* bis *FAZ*), müssen wir uns vor allem auf eigene Kräfte verlassen.

Deshalb werden wir bis zur Rosa-Luxemburg-Konferenz unsere aktuelle Kampagne überarbeiten. Eine Probeaboaktion im Frühjahr, die große Verteilaktion rund um den 1. Mai 2019 und Aboaktionen im Sommer und Herbst sollen dazu führen, dass die *junge Welt* trotz aller Angriffe ökonomisch handlungsfähig bleibt. Das Onlineangebot soll ausgebaut und besser bekannt gemacht werden. Und wir werden auch weiterhin in das Kulturgut gedruckte Tageszeitung investieren! Denn die Lage ist einfach zu skizzieren: Ohne ausreichend Onlineabonnenten werden wir keine Printausgabe, ohne ausreichend Printabonnenten keine Onlineausgabe herstellen können. Gemeinsam mit unseren Leserinnen und Lesern sorgen wir dafür, dass es auf beiden Kanälen munter weitergeht.

Verlag, Redaktion, Genossenschaft

jungewelt.de/abo

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/346338>