

Instrument im Klassenkampf

Aufruf an die Besucherinnen der Internationalen Rosa-Luxemburg-Konferenz und der Gedenkveranstaltungen für Karl und Rosa und an die Leser der jungen Welt

Wie Sie wissen, sind Medien Instrumente des Klassenkampfes. Ihre Eigentümer und die in ihrem Auftrag Schreibenden widerspiegeln dort in der Regel die Positionen der Herrschenden, berichten und analysieren also das Geschehen ausgehend von deren Interessen. Sie haben damit wesentlichen Einfluss auf die herrschende Meinung. Deshalb darf es nicht wundern, wenn diese Medien die Geschichte der Arbeiterbewegung und die Biographien ihrer führenden Persönlichkeiten aus genau diesem Blickwinkel beschreiben. Nicht immer ist das so deutlich wie in diesen Tagen, in denen sich die Ermordung von Rosa Luxemburg und Karl Liebknecht zum 100. Male jährt: In den meisten Medien findet man mal mehr, mal weniger verklärt die Position, dass die blutige Niederschlagung der Novemberrevolution und die Ermordung der Revolutionäre zur Sicherung kapitalistischer Eigentumsverhältnisse notwendig war. Dieser Logik treu bleibend, wird dann nicht selten auch Faschismus damit legitimiert, dass sozialistische Verhältnisse nur noch so zu verhindern gewesen seien. Vom Standpunkt der Herrschenden aus gesehen eine nachvollziehbare Logik. Aber wo findet man Medien, in denen ausgehend von den Interessen der Arbeitenden berichtet wird?

Klarer Klassenstandpunkt

Deshalb bedarf es dringend einer Tageszeitung wie *junge Welt*, die ganz bewusst einen linken, also marxistischen Klassenstandpunkt einnimmt. Eine solche Tageszeitung kann aber unter den gegenwärtig herrschenden Bedingungen nur existieren, wenn möglichst viele von jenen, die eine solche Zeitung wollen, auch deren Finanzierung über Abonnements mittragen.

Dabei gibt es zwei große Schwierigkeiten: Zum einen wissen viele Menschen nicht, dass es dieses Angebot überhaupt gibt. Schon dieses Wissen zu verbreiten ist keine leichte Aufgabe – auch deshalb, weil mit verschiedenen Methoden (vom Totschweigen über Verleumdungen in Verfassungsschutzberichten bis hin zu Werbeverböten) verhindert werden soll, dass diese Zeitung bekannter wird. Zum anderen aber ist es gar nicht so einfach, all jene, die die *junge Welt* bereits kennen und schätzen, dazu zu bewegen, ein Abonnement abzuschließen. Wissen bedeutet eben noch lange nicht Bewusstsein.

Ideologische und materielle Angriffe

In diesen Tagen kommt hinzu, dass sich ideologische und materielle Angriffe auf die *junge Welt* häufen. Der aktuellste Vorstoß kommt von der Deutschen

Post AG: Entgegen der Ankündigung, die Zustellpreise für die *junge Welt* im Jahr 2019 um 2,8 Prozent zu erhöhen, fordert die Post kurzfristig einen Preisaufschlag von 28,5 Prozent und damit mindestens 90.000 Euro mehr für das laufende Jahr – bei immer schlechter werdender Dienstleistung. Auch über andere Faktoren wird daran gearbeitet, die Existenz von gedruckten überregionalen Tageszeitungen in Frage zu stellen: Überall wird ihrer Abschaffung das Wort geredet mit dem Versprechen, statt dessen mit einer dicken Wochenendausgabe all das zu bewerkstelligen, was früher ein täglich gedrucktes Produkt geleistet hat. Wir vom Verlag 8. Mai und *junge Welt* gehen davon aus, dass dieser Ansatz verdecken soll, dass bei den noch vorhandenen Tageszeitungsredaktionen das Personal weiter stark reduziert, unter der Woche nur noch Häppchenjournalismus und am Wochenende vor allem aufgeblähtes Geseier präsentiert wird. Die tägliche Aufklärungsfunktion geht verloren, bestehende Verhältnisse können noch besser verschleiert werden. Wir kämpfen dafür, dass die *junge Welt* auch weiterhin täglich fundierten klassenkämpferischen Journalismus erarbeiten und in gedruckter wie digitaler Form zur Verfügung stellen kann. Die dafür notwendigen materiellen Aufwendungen werden aber auch weiterhin steigen (wie das Beispiel Deutsche Post AG zeigt). Damit die *junge Welt* weiterarbeiten kann, braucht ihr Verlag dringend Mehreinnahmen.

Aufklärung - jeden Tag

Da wir uns nicht von Stiftungen, Parteien, Konzernen oder Kirchen abhängig machen werden, können wir die nötigen Aufwendungen nur über Abonnements finanzieren. Damit aber die Höhe des Preises für das einzelne Abo nicht viele Menschen von der Nutzung ausschließt, gehen wir drei Wege: Erstens gibt es bei uns drei Preiskategorien, so dass jeder nach seinen Möglichkeiten auswählen kann: Besserverdienende zahlen mehr als den Normalpreis und unterstützen so die günstigeren Sozialabos. Zweitens kommen auch wir an Preiserhöhungen nicht vorbei – die sollen aber moderat ausfallen. Drittens wird uns das nur gelingen, wenn wir den Bestand an bezahlten Abonnements beständig erweitern.

Ganz praktisch stehen wir deshalb vor folgenden Aufgaben: Um die Preiserhöhung, die für den 1. Juni 2019 geplant ist, möglichst niedrig ausfallen zu lassen und damit wir unsere Arbeit trotz aller Widerstände, Angriffe und Probleme fortsetzen können, müssen wir im Jahr 2019 insgesamt 1.100 Onlineabos und 2.350 Printabonnements für die *junge Welt* gewinnen – einen Großteil davon bereits im ersten Halbjahr.

Kampfziele für 2019

Diese Ziele können wir nur mit Ihrer Unterstützung erreichen. Dafür gibt es viele Möglichkeiten.

– Abonnieren Sie oder verschenken Sie ein Abo! Zum Beispiel das dreimonatige Revolutionsabo für 60 Euro, das nur noch dieses Wochenende gebucht werden kann.

– Werben Sie mindestens ein Abonnement im Freundes- und Bekanntenkreis!

- Steigen Sie auf eine höhere Preisklasse um!
- Werden Sie Mitglied in unserer Genossenschaft (oder zeichnen Sie weitere Anteile)!
- Beteiligen Sie sich an einer regionalen *jW*-Unterstützergruppe oder gründen Sie selber eine!
- Füllen Sie Ihren Unterstützerzettel aus (teilen Sie uns bitte mit, mit welchen Beiträgen Sie uns helfen wollen)!
- Nutzen Sie unsere Infostände auf der Rosa-Luxemburg-Konferenz und im Rahmen der Luxemburg-Liebknecht-Ehrung, um Ihren konkreten Beitrag mit uns abzustimmen.

Dietmar Koschmieder (Geschäftsführung Verlag 8. Mai)

Stefan Huth (Chefredakteur *junge Welt*)

Simon Zeise (Vorsitzender LPG *junge Welt* eG)

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/347426>