

junge Welt unter Druck

Nicht nur politisch steht die *junge Welt* unter Druck, auch wirtschaftlich kommen auf den Verlag 8. Mai seit Mitte November neue Herausforderungen zu. Die Deutsche Post AG kündigte zu diesem Zeitpunkt eine exorbitante Preissteigerung für den Vertrieb der Tageszeitung an: Um 28 Prozent soll sich die Zustellung verteuern, ursprünglich war eine Erhöhung um 2,8 Prozent angekündigt worden. Mehrausgaben von etwa 90.000 Euro pro Jahr gefährden die weitere Existenz der Zeitung. Jonas Pohle, Vertriebsleiter des Verlages, Dietmar Koschmieder, Geschäftsführer, und Ingo Hohmann vom Aktionsbüro informieren auf der Bühne der XXIV. Internationalen Rosa-Luxemburg-Konferenz über diese prekäre ökonomische Lage. »Wir sind die einzige Zeitung, die in den letzten 20 Jahren ihre Auflage stabilisiert und auch positiv entwickelt hat«, betont Koschmieder. Es gelte, Online- und Printabos zu gewinnen. »Abonniert die *junge Welt!*« fordert er die Besucherinnen und Besucher der Konferenz auf. Nur so kann *junge Welt* auf Dauer weiterhin bestehen. (mme)

<https://www.jungewelt.de/blogs/rlk2019/347436>