

Gedruckte Zeitung am Ende?

Wir bitten die Leserinnen und Leser der jungen Welt, mit uns mit Probeabonnements dagegen anzukämpfen

Der Abgesang auf das Format gedruckte Tageszeitungen im Allgemeinen und die Angriffe auf die Tageszeitung *junge Welt* im Speziellen nehmen weiter zu. Ausgerechnet die *Taz* orakelte vor einem halben Jahr, dass es die überregionale täglich gedruckte Zeitung nicht mehr lange geben wird. Vor einigen Tagen hat Hochschulprofessor Klaus Meier ausgerechnet, dass in 14 Jahren die letzte gedruckte Regionalzeitung erscheinen wird. Eines der Kernprobleme: Große Medienhäuser wie Springer, Funke oder DuMont wollen sich vom Geschäft mit gedruckten Tageszeitungen verabschieden. Sie machen Zeitungen, um Profite zu erwirtschaften – und genau das wird immer schwieriger. Ebenfalls profitorientierte Dienstleister wie die Deutsche Post AG kontern solche Entwicklungen mit unverschämten Preissteigerungen – für die Zustellung der *jungen Welt* fordert sie beispielsweise trotz anderer Absprachen mal eben über 90.000 Euro zusätzlich – nicht einmalig, sondern jedes Jahr! »Isch over!« kommentierte das ein Leser.

Von wegen! Wir kämpfen darum, dass es die *junge Welt* auch in Zukunft auf Papier geben wird. Wir halten die gedruckte Tageszeitung (gerne in Kombination mit der digitalen *jW*-Ausgabe) für ein wichtiges Instrument der Aufklärung. In Zeiten, in denen sich rechte Ideologen offenbar grenzenlos ausbreiten können, wird ein solches Produkt dringender denn je benötigt. Die veränderten Rahmenbedingungen in der Branche sowie politische Zuspitzungen und Angriffe erschweren uns die Arbeit allerdings erheblich – die *junge Welt* kann nur dann weiterexistieren, wenn sie auch künftig die verkaufte Auflage (Abos gedruckter wie digitaler Ausgabe, Kioskverkauf) steigern kann.

Genau dies ist aber nur möglich, wenn wir ständig den Bekanntheitsgrad der *jungen Welt* erhöhen und immer mehr Menschen finden, die sich ein Abo leisten. Deshalb verteilen wir auch in diesem Jahr rund um den 1. Mai 100.000 gedruckte Zeitungen zusätzlich zur regulären Auflage. Deshalb wollen wir im Monat Mai mit einer Kioskkampagne Präsenz und Verkauf der Zeitung im Einzelhandel deutlich steigern. Damit dies gelingt, brauchen wir zunächst eine möglichst hohe Anzahl von Probeabobestellungen. Unsere Erfahrung sagt: Wenn es gelingt, in den nächsten Tagen viele Probeleser zu gewinnen, endet deren Probeabo Ende April, Anfang Mai. Einige werden die *junge Welt* danach abonnieren, andere die Zeitung am Kiosk kaufen. Wir sorgen mit unseren Vertriebspartnern dafür, dass die *junge Welt* im Mai verstärkt im Einzelhandel zu finden sein wird. Deshalb unsere Bitte an Sie: Helfen Sie uns ganz konkret, möglichst viele Probeleser an die *junge Welt* heranzuführen! Werben Sie in den nächsten zwei bis drei Wochen mindestens einen Probeleser! Erklären Sie einem Freund, einem Bekannten die Vorteile der Zeitung – nicht ohne den Hinweis, dass dies über ein faires Angebot überprüft werden kann: Mit einem

kostenlosen Probeabo, das nicht abbestellt werden muss, weil es automatisch endet! Nutzen Sie den nebenstehenden Coupon! Jedes Probeabo zählt!

**Dietmar Koschmieder (Geschäftsführung Verlag 8. Mai),
Stefan Huth (Chefredaktion junge Welt),
Simon Zeise (Vorstand LPG junge Welt eG)**

jungewelt.de/probeabo

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/352297>