

Corporate Identity

698 Abos? Nicht schlecht! Schaffen wir die 1000!

Der Berliner Maler und Grafiker Thomas J. Richter ist der jW eng verbunden. Seine thematischen Zeichnungen, die unsere Bemühungen um mehr Leserinnen und Leser unterstützen, schmücken an jedem Wochenende diese Seite und begleiten das Anliegen auch unter der Woche. Richter hat seine Visionen, was das denn ist, die junge Welt, und was daraus werden könnte, auf mehreren Blättern festgehalten.

»Echt« rot, darauf sind wir stolz. Diese Farbe wird von vielen ausschließlich für sich reklamiert, aber da sind wir toleranter. Allerdings nicht so sehr, daß wir es goutieren würden, wenn selbst die aktuelle Bundesregierung in völliger Verkehrung der Tatsachen von der bundesdeutschen Meinungs-AG als »rot-grün« deklariert wird.

Die Farbe rot als Corporate Identity reicht allerdings nicht aus. Zu verwaschen kommt sie manchmal politisch daher und außerdem ist es sicher nur eine Frage der Zeit, bis sich ein Konzern für eines seiner sogenannten Markenprodukte diese Farbe patentieren läßt. Vielleicht ist das auch der Grund, weshalb die Partei des Demokratischen Sozialismus in einer brandneuen Broschüre »Das Corporate Design der PDS« betont: Die wichtigste »Farbe« der PDS ist weiß.«

Darauf, daß wir klein sind, sind wir nicht unbedingt stolz. Aber es ist eine Tatsache. Jedenfalls im Vergleich zu allen anderen überregionalen Tageszeitungen trifft das zu. Klein heißt andererseits: »Da sind wir aber immer noch«. Größe ist ja immer relativ. Wieviele Abonnements sind in der vergangenen Woche dazugekommen? Das ist eine entscheidende Frage. Wachsen oder schrumpfen, leben oder sterben. So lautet eines der grundlegenden Gesetze im kapitalistischen Wirtschaftsleben. Dem können auch wir uns nicht entziehen. 26 neue Abonnenten fanden den Weg zur jW, sagen unsere Verlagsexperten. Das waren etwas weniger als die Woche zuvor, und das heißt auch, wir haben das interne Zwischenziel 700 Abos um zwei knapp verfehlt.

Schneller müssen wir werden, keine Frage, und noch mutiger. Auch wenn Divisionen von Rechtsanwälten im Auftrage ihrer Mandantschaft Unterlassungserklärung und Gegendarstellung bei Fuß stehen, um uns den Mut auszutreiben. Mutig genug, noch mehr Themen aufzugreifen, die in den bürgerlichen Medien untergebuttert werden, Dinge stets beim Klarnamen zu nennen und uns nicht auf die Codeworte der Medienindustrie (z.B: Reform) einzulassen. Wir nennen sowas beim Namen: Sozialabbau.

Verlag und Redaktion

<https://www.jungewelt.de/artikel/43029.corporate-identity.html>