

Tot oder totgeredet?

Tageszeitung junge Welt macht es vor: Mit gutem Journalismus zu fairen Preisen mehr gedruckte Zeitungen verkaufen

Von Kommunikation & Aktion

Print sei tot, schallt es beinahe einhellig aus der deutschen Medienlandschaft. Auf den ersten Blick gibt es einige Argumente, die dieser Aussage Recht geben. Längst verlagern sich die großen Zeitungsverlage – einhergehend mit drastischen Stellenkürzungen – auf digitale Angebote. Die Druckauflagen der großen Zeitungen befinden sich seit Jahren im Sinkflug. Die Erfahrung der Tageszeitung *junge Welt* ist jedoch eine andere. Im Gegensatz zum ganz überwiegenden Teil der Medien setzen wir und unsere Leserinnen und Leser weiterhin auf das gedruckte Produkt – und das, obwohl wir den Entwicklungen im Onlinebereich durchaus Rechnung tragen. Wir wissen, dass die Leseerfahrung einer gedruckten Zeitung eine andere und willkommene ist. Die Zahlen bestätigen diese Einschätzung. Die *junge Welt* ist eine der wenigen Zeitungen, deren Auflage im Printbereich trotz viel verkündetem Zeitungssterben steigt. Der Verkauf der *jW* am Kiosk entwickelt sich ebenfalls positiv. Auch deshalb wird unsere Zeitung seit gut zwei Monaten an einem weiteren Standort in Frankfurt am Main gedruckt. Wir wollen diese positive Entwicklung aufnehmen und bauen unser Angebot aus.

Dass wir uns für die gedruckte Zeitung stark machen, hat noch einen weiteren Grund: Für die *junge Welt* ist die Auslage am Kiosk oder in der Bahnhofsbuchhandlung von immenssem Wert, denn wir wollen Präsenz in der Öffentlichkeit zeigen. Die *junge Welt* am Kiosk wird so zum Werbemittel für ihre eigenen Inhalte. Damit wir an möglichst vielen Verkaufsstellen gesehen werden, sind wir auf die Unterstützung unserer Leserinnen und Leser angewiesen. Ist die *junge Welt* an Ihrem Lieblingskiosk noch nicht erhältlich? Sprechen Sie den Betreiber oder die Betreiberin darauf an, und erzählen Sie von der *jungen Welt*! Bitten Sie ihn oder sie, die *jW* in das Sortiment aufzunehmen! Es besteht außerdem die Möglichkeit, Aktionspakete mit Plakaten und ähnlichen Werbemitteln zu bestellen, die im Kiosk ausgehängt werden können. Um den Anreiz dafür zu stärken, führen wir bis 28. Mai einen Präsentationswettbewerb für den Handel durch, in dem die besten Bilder von gestalteten Ladenflächen prämiert werden. Viele gute Einsendungen haben uns schon erreicht. Wenden Sie sich ganz einfach an unser Aktionsbüro (aktionsbuero@jungewelt.de oder 030/53 63 55 10), um *jW*-Werbemittel für Ihren Lieblingskiosk zu bestellen.

Tragen Sie dazu bei, die *junge Welt* bekannter zu machen und nebenbei den Gerüchten vom Zeitungssterben zu widersprechen!

Sie kennen keinen Händler, der die *junge Welt* verkauft? Mit unserem »Kioskfinder« ([jungewelt.de/kiosk](https://www.jungewelt.de/kiosk)) lassen sich ganz einfach geeignete Verkaufsstellen entdecken.

<https://www.jungewelt.de/artikel/451160.junge-welt-am-kiosk-tot-oder-totgeredet.html>