

Auf verschiedene Arten verfügbar

Die Tageszeitung junge Welt wird auch weiterhin gedruckt erscheinen. Sie kann aber auch digital gelesen werden

Von Kommunikation & Aktion

Allein in den vergangenen Tagen stellten sich zwei gedruckte Medien zur Disposition. Das *ND*, früher *Neues Deutschland*, hat innerhalb eines Geschäftsjahres große Verluste eingefahren und nimmt dies zum Anlass, ab 1. August die Belieferung von Kiosken von montags bis freitags einzustellen. In Hamburg erwägt die *Morgenpost*, nur noch einmal pro Woche mit einer gedruckten Ausgabe zu erscheinen. Nur zwei Beispiele aus der Zeitungsbranche, die gerade dabei ist, sich selbst überflüssig zu machen.

Das Argument, dass das Publikum diese Form der Nachrichten nicht mehr wertzuschätzen wüsste, geht am Ziel vorbei. Wie sollen sie auch, müsste man umgekehrt fragen, wenn die Verleger und Herausgeber selbst nicht mehr von der Relevanz ihrer Erzeugnisse überzeugt sind? Ist das nicht vielmehr eine Frage des konkreten Nutzwertes der Zeitung? Wenn das Zeitungsmachen zu einem Gewerbe herabgesunken ist, mit dem Gewinne erzielt werden müssen, gilt auch hier nur noch die Profitlogik.

Aber auch die Tageszeitung *junge Welt* ist insofern in diese Logik eingebunden, dass auch sie die Kosten, die beim Herstellen und Verbreiten der Zeitung entstehen, durch entsprechende Einnahmen decken muss. Dazu geht sie inhaltlich und verlegerisch andere als die üblichen Wege: Die Anwendung marxistischer Erkenntniswerkzeuge zur Beschreibung der aktuellen Weltlage ist ihr Alleinstellungsmerkmal und macht sie unverzichtbar. Trotzdem braucht auch die *jW* für die Kostendeckung einen besonderen Schub bei den Digitalabos, dort liegen enorme Wachstumspotentiale. Gleichzeitig bleibt für die *jW* die gedruckte Zeitung ein Kulturgut, das es unbedingt zu erhalten gilt. Mal eben in einen Zeitungsladen zu gehen und sich (ohne Zugriff auf das Internet) über die Nachrichtenlage zu informieren, ist von unschätzbarem Wert. Für die Zeitungsmacher geben Fristen den Rahmen für die Entscheidung der Wichtigkeit von Geschehnissen vor, der beschränkte Raum zwingt zur Verdichtung der Beschreibungen und Argumente. Diese Stärken im Alltag zu nutzen, braucht aber Erfahrungen, über die viele heute nicht mehr verfügen und deshalb erst wieder erlernen müssen.

Eine gute Gelegenheit für solch ein Training ist das Sommerabo der Tageszeitung *junge Welt*. Über 75 Ausgaben (also knapp drei Monate lang) kann die Zeitung auf Herz und Nieren geprüft werden. Eine Ausgabe kostet so nur noch einen Euro. Und man kann Erfahrungen sammeln, wie man mit einem gedruckten Exemplar zurechtkommt. Falls das aber nicht passt, bieten wir ein Onlinetestabo an: Für 18 Euro können Sie drei Monate auf alle Inhalte der *jW*-

Webseiten zugreifen. Beide Abos enden nach dem Zeitraum automatisch und müssen nicht aktiv gekündigt werden. Mit diesem Zuschnitt eignen sie sich im übrigen auch hervorragend zum Verschenken, an Enkel oder Kinder. Oder warum nicht auch mal umgekehrt an Oma und Opa?

Bei allen Fragen zu Ihrem Abonnement erreichen Sie die Aboverwaltung unter 0 30/53 63 55 -80/-81/-82 oder per Mail an abo@jungewelt.de. Dort können Sie auch eines der Abos bestellen oder unter jungewelt.de/sommerabo (Aktionsabo print, 75 Ausgaben für 75 Euro) bzw. jungewelt.de/onlineaktion (Aktionsabo online, 18 Euro für drei Monate)

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/454445>