

Musks Medienwelt

Wie Sie mit einem jW-Abo einen konkreten Beitrag für Aufklärung und Medienkultur leisten können

Von Dietmar Koschmieder

Es haben sich schon viele Leserinnen und Leser gemeldet, die die aktuelle Aktion der Tageszeitung *junge Welt* ganz konkret unterstützen: Einige sind auf eine höhere Abopreisklasse umgestiegen, andere haben selbst ein Abo gebucht oder Freunde davon überzeugt, wie notwendig eine Tageszeitung mit klaren Standpunkten in diesen Zeiten ist. Denn wir leben in einer Welt, die anscheinend nur noch wenigen wie dem Multimilliardär Elon Musk gehört, der mit Mitteln aus der Portokasse riesige Medienunternehmen kauft und sie für seine Interessen zurichtet.

Wenn aber die Welt nur noch durch die Brille von Musk und Consorten wahrgenommen wird, liegt es nahe, dass die Interessen ihrer Lohnabhängigen keine Berücksichtigung finden. Weshalb zum Beispiel jedem Beschäftigten der Tesla-Werke ein Abonnement der Tageszeitung *junge Welt* wärmstens zu empfehlen ist. Sie kann aber auch für alle anderen eine wichtige Ergänzung zum täglichen Medieneintopf sein, dem man sich kaum zu entziehen vermag.

Elon Musk kann vielleicht auch deshalb Tageszeitungen wie die *junge Welt* nicht leiden. Am Freitag spottete er jedenfalls auf dem ihm persönlich gehörenden Portal X (bis vor kurzem noch Twitter) über Zeitungen auf Papier: »Die in Zeitungen abgedruckten Artikel sind im wahrsten Sinne des Wortes die Nachrichten von gestern«. Das stimmt schon deshalb nicht, weil natürlich die abgedruckten Artikel Nachrichten vom selben Tag, also vom Drucktag, sind. Allerdings braucht es einige Zeit, bis sie im Briefkasten landen oder am Kiosk verfügbar sind. Wenn es nur auf Schnelligkeit ankäme, könnte man darauf hinweisen, dass die Beiträge ja bereits am Drucktag überall im Netz verfügbar sind. Vielmehr aber kommt es auf die journalistische Qualität an – und ob erkennbar ist, wer welche Interessen vertritt. Klar kann jeder schnell was in die Tasten hauen und ins Netz kippen. Das aber, was die *junge Welt* täglich liefert, wurde im Kollektiv ausgewählt, diskutiert, überprüft. Und der Standpunkt, von dem aus die *jW* berichtet, analysiert und kommentiert, wird nicht verschwiegen. Auch deshalb gibt es in handwerklich aufwendig produzierten Medien meistens weniger Fake News – und wenn sie vorkommen, sind sie dort schneller erkennbar und nachvollziehbar zu korrigieren. Unsere Onlineausgabe profitiert hier eindeutig davon, dass sie auf den Grundlagen eines Printproduktes gemacht wird.

Wenn wir mit unserer aktuellen Kampagne 2.300 zusätzliche Print- und Onlineabos gewinnen wollen, geschieht das vor allem aus ökonomischen Gründen: Durch zusätzliche Einnahmen können wir flexibler auf

Kostensteigerungen reagieren und müssen diese nur zum Teil an die Abonnenten weitergeben. Wichtig ist aber auch: Mit jedem von Ihnen erworbenen Abonnement erweitern wir Reichweite und Bekanntheit der *jW*. Und nicht zuletzt leisten Sie damit einen wichtigen Beitrag für Aufklärung und Medienkultur.

Alle verfügbaren Aboarten mit Preisen finden Sie unter [jungewelt.de/abo](https://www.jungewelt.de/abo). Fragen Sie auch gern unter 030/53 63 55 82 oder abo@jungewelt.de nach Möglichkeiten, die *jW* zu abonnieren.

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/462094>