

»Wir müssen alles größer planen«

Der Verlag 8. Mai bereitet mit allen Kräften die XXIX. Internationale Rosa-Luxemburg-Konferenz vor. Ein Gespräch mit André Kutschki

Von Marc Bebenroth

Im Verlag 8. Mai, der auch diese Zeitung herausgibt, sind die Vorbereitungen für [die XXIX. Internationale Rosa-Luxemburg-Konferenz](#) in vollem Gange. Welches Ziel hat sich die Abteilung »Aktion und Kommunikation« für den 13. Januar 2024 gesetzt?

Möglichst viele Leute sollen jetzt von der Konferenz erfahren. Und im Vergleich zur diesjährigen Rosa-Luxemburg-Konferenz wollen wir 2024 1.000 Karten mehr verkauft haben.

Wie viele waren es bei der diesjährigen RLK?

Wir sind im Januar 2023 insgesamt auf etwas mehr als 3.000 gekommen.

4.000 sollen es also dieses Mal werden. Ist das ein ambitioniertes Ziel?

Das ist sogar ein sehr ambitioniertes Ziel, denn wir haben noch keine Veranstaltung in dieser Größenordnung auf die Beine gestellt. Hinzu kommt noch, dass das Berliner Tempodrom eine neue Spielstätte für uns ist.

Heißt das auch, dass ganz andere Werbeaktionen geplant werden müssen oder geht es vor allem darum, größer zu planen als bisher?

Alles müssen wir größer planen. Ein paar Erkenntnisse können wir aus den letzten Jahren übernehmen. Einiges müssen wir ganz neu denken. Was die Werbung betrifft, haben wir einige Erfahrungen. Wobei wir auch da Anpassungen machen mussten, weil wir zum Beispiel einige Werbeformen nicht mehr nutzen dürfen.

Welche Werbeformate sind davon betroffen?

Was nicht mehr geht, ist Radiowerbung. Bei kleineren Privatradios ist es noch möglich, dort erreichen wir aber nur einen kleinen Teil unserer Zielgruppe. Auch wurden uns so manche Werbeflächen gestrichen. Die Deutsche Bahn hatte uns schon vor Jahren nicht mehr als Werbekunden haben wollen. In Hamburg können wir mittlerweile auch nicht mehr auf Flächen der S-Bahn plakatieren. Einige Unis haben uns mit unserer Werbung abgelehnt.

Wird das in jedem Fall begründet?

Die meisten sagen einfach Nein. Hin und wieder haben wir Fälle, wo auf die Nennung der Verlag 8. Mai GmbH und von *junge Welt* im [Verfassungsschutzbericht](#) verwiesen wird.

Welcher materielle Aufwand steckt in der RLK-Bewerbung?

Wir haben uns mit der Straßenwerbung auf Berlin und die Orte beschränkt, die wir zum Einzugsbereich der Konferenz zählen. Das sind im Osten hauptsächlich Cottbus, Frankfurt (Oder), Dresden und Rostock. Hinzu kommen Städte, in denen wir ohnehin mit Werbung für *junge Welt* präsent sind – wie Leipzig, Hamburg, Frankfurt am Main. Uns steht ein Etat auf dem Niveau der vergangenen Jahre zur Verfügung, mit dem wir jetzt aber noch mehr Wirkung erzielen müssen.

Wie viele Plakate und Banner sind bereits verteilt worden?

Das kann ich gar nicht so genau sagen. Bei den Flyern, also Beilegern, die wir auch in anderen Zeitungen verteilen, sind wir momentan bei circa 100.000 Stück.

Bis zum 13. Januar sind es nur noch ein paar Wochen. Was heißt das für den Verlag?

Derzeit finden noch weitere Vorbereitungen statt, die relativ weit gediehen sind. Das wird sich dann in den ersten beiden Januarwochen gänzlich umdrehen. Dann wird es im Grunde nichts anderes mehr für uns geben als die Konferenz. Wir, also zwischen fünf und 15 Leute, machen das alles zusätzlich zu unseren regulären Aufgaben: Zeitung und Veranstaltungen machen und bewerben. Die RLK am 13. Januar wird vermutlich die größte, die wir je gemacht haben. Wir hoffen, das Tempodrom im angestrebten Umfang mit Besucherinnen und Besuchern sowie Gästen füllen zu können. Aber dafür braucht es jetzt noch viel Arbeit. Und auch mehr Unterstützung, zum Beispiel durch unsere Leserinnen und Leser.

Was können diese tun?

Wer jetzt schon fest plant, an der Konferenz teilzunehmen, sollte unbedingt anderen davon erzählen. Solche persönlichen Empfehlungen wirken immer am besten. Wer darüber hinaus helfen möchte, kann [in unserem Aktionsbüro Werbematerial bestellen](#): Flyer mit dem Auszug aus dem Programm, Plakate oder Aufkleber. Und natürlich: Ein Ticket kaufen und dabei sein!

André Kutschki leitet die Abteilung »Aktion und Kommunikation« im Verlag 8. Mai

Aktionsmaterial via E-Mail an aktionsbuero@jungewelt.de oder Telefon unter 030/53 63 55 - 10

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/465491>