

Einsicht in Notwendigkeit

jW-Kampagnenziel nicht erreicht. Wie es trotzdem weitergehen kann

Die Berechnungen stammen aus dem Herbst 2023: Damit wir uns - trotz enormer Preissteigerungen auf fast allen Ebenen - weiterhin vor allem um redaktionelle Aufgaben kümmern können, setzten wir auf eine Weiterentwicklung unserer Abobestände, die nach wie vor die entscheidende ökonomische Größe darstellen. Um mit der notwendigen Schwungmasse ins neue Jahr starten zu können, wollten wir bis Ende Januar 2.300 bezahlte Abonnements (kostenlose Probeabos werden hier nicht mitgezählt) und Umstiege auf höhere Preisklassen einwerben.

Dieses Ziel haben wir verfehlt. Zwar erreichten uns bis gestern 1685 Abobestellungen und Umstiege und damit knapp drei Viertel der Zielmarke. Es fehlen aber 615 Abos und Umstiege und damit (auf ein Jahr berechnet) wichtige Einnahmen (etwa 150.000 Euro) zur Finanzierung unserer Arbeit! Kurzfristig haben wir uns deshalb entschlossen, über einen zweiwöchigen Endspurt gemeinsam mit Ihnen diese Lücke wenigstens etwas zu schließen.

Was Sie tun können? Prüfen Sie doch bitte, ob Sie auf eine höhere Abopreisklasse umsteigen können. Oder abonnieren Sie zu ihrem Printabo zusätzlich das ermäßigte Digitalabo (oder umgekehrt). Spendieren Sie ein Abo im Freundes- und Bekanntenkreis, für eine soziale Einrichtung oder einem Inhaftierten. Jedes zusätzliche Abonnement hilft uns nicht nur ökonomisch, sondern trägt in diesen Zeiten auch dazu bei, den Vorhang aus Verschleierung, Verleumdung und Verdummung wenigstens etwas zur Seite zu schieben.

Insgesamt schlagen wir uns trotz alledem recht wacker! Im vierten Quartal 2023 haben wir noch nie so viele Zeitungen verkauft wie seit der Gründung der Verlag 8. Mai GmbH im Jahr 1995. Das liegt vor allem an den guten Einzelverkäufen am Kiosk und an der Steigerung der Onlineabos. Der Bestand an Printabos ist stabil, wächst also kaum. Damit sind wir besser als alle anderen überregionalen Tageszeitungen - aber das reicht trotzdem nicht! Denn Herstellung und Vertrieb der Printausgabe verteuern sich, die Zustellogistik wird gleichzeitig immer instabiler, obwohl wir mancherorts deutlich über 50 Prozent von den Nettoeinnahmen eines Sozialabos alleine für die Zustellung ausgeben müssen. Damit aber die Zeitung bezahlbar bleibt, setzen wir auf bescheidene Preiserhöhungen und wollen den anderen Teil der Mehrkosten über die Steigerung des Bestandes an bezahlten Print- und Onlineabos bestreiten.

Dabei soll es bleiben, auch wenn wir diesmal unser Ziel nicht erreicht haben. Jetzt geht es darum, die Zahl der noch fehlenden Abonnements (und Umstiege auf eine höhere Preisklasse) deutlich unter die 500er Marke zu drücken. Wir werden auch in den nächsten Monaten unser Bestes dafür geben, eine gute Zeitung zu machen. Und uns darum kümmern, dass diese noch stärker unter

die Menschen kommt. Ein wichtiger Weg, neue Leserinnen und Leser zu gewinnen, ist das Verteilen der Zeitung auf Demonstrationen. Denn es bleibt dabei: Nur wer den Nutzwert dieser Zeitung kennt, kann Einsicht in die Notwendigkeit eines Abonnements gewinnen.

Verlag, Redaktion und Genossenschaft *junge Welt*

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/469154>