

Neuer Rekord und doch zuwenig!

Junge Welt wendet sich an alle, die diese Zeitung regelmäßig lesen, aber noch immer kein Abo haben

Von Aktion und Kommunikation

In den vergangenen Monaten haben viele Menschen die *junge Welt* neu kennengelernt, vor allem durch unsere Print- und Onlineaktionsabos, aber auch durch den verstärkten Kauf der *jW* am Kiosk. Die letzte Woche im August war diejenige, in der wir seit der Gründung unseres Verlages vor fast 30 Jahren die meisten Zeitungen verkauft haben! Im Schnitt waren es 21.658 Exemplare pro Tag, darunter fast 900 befristete Digital- oder Printaktionsabos und rund 2.400 Käufe am Kiosk. Dazu kommen im Schnitt 21.600 Besucher pro Tag auf unserer Seite jungewelt.de und etwa 62.300 Aufrufe durchschnittlich pro Tag auf unseren Social-Media-Seiten (X, Facebook, Instagram). Viele Menschen nutzen also die Inhalte unserer Zeitung, aber lange nicht alle beteiligen sich an den entstehenden Kosten.

Dabei sind die Rückmeldungen, die wir von gelegentlichen Käufern und Internetlesern bekommen, eindeutig: Die *junge Welt* unterscheidet sich durch ihre friedensorientierte Blattlinie wohltuend von anderen Medien, sagen sie. Insbesondere die Berichterstattung über die Kriege in der Ukraine und in Palästina sei »differenzierter als in anderen Medien«. Das hat Gründe: Unsere Journalisten übernehmen nicht einfach die Darstellungen der Kriegsministerien und Propagandazentralen. Die Sichtweisen derer, die kein Teil der NATO sind oder sein wollen, finden besondere Berücksichtigung. Diese Zeitung sei deshalb unverzichtbar.

Über dieses Lob freuen wir uns, allerdings: Damit können wir weder die Miete für die Redaktionsräume, noch die Gehälter der Mitarbeiter oder Zeilengelder für die Freien bezahlen. Das funktioniert nur, wenn wir ausreichend Einnahmen aus unbefristeten Abonnements erwirtschaften. Deshalb richten wir unseren Fokus in den nächsten Wochen vor allem auf jene, die die Zeitung nutzen, aber noch immer kein Abo haben: Jetzt bist Du dran! Diese Zeitung wird nicht von Konzernen, Kirchen oder Parteien finanziert. Sondern von ihren Abonnenten.

Dafür stehen viele Bezugsmodelle zur Wahl. Online oder Print? Beide Varianten haben ihre Vorteile. Der eine ist viel unterwegs und informiert sich täglich über die *jW*-App, die andere liest die Zeitung zu Hause auf dem Sofa und schätzt das Gefühl, eine gedruckte Zeitung in den Händen zu halten. Einer der Gründe, weshalb wir an der echten Zeitung auf Papier festhalten. Gleichzeitig entwickeln wir unser digitales Angebot weiter: zum Beispiel mit der Einführung der *jW*-App Anfang 2024. Für das nächste Jahr planen wir ein umfassendes Redesign von jungewelt.de. Damit Du die Inhalte, die Dich interessieren, noch

einfacher finden kannst, schaffen wir eine moderne Onlineumgebung, die auch optisch etwas hermachen wird.

Wir wissen, dass die Bankkonten bei den Menschen hierzulande unterschiedlich gefüllt sind. Die Preisstruktur unserer Abos ist daran angepasst: Für diejenigen, die von einem kleinen Einkommen leben, bieten wir das Sozialabo (digital: 18,90 Euro, print: 36,90 Euro). Einen Einkommensnachweis fordern wir nicht ein, wir vertrauen auf Deine Selbsteinschätzung. Die Preise finanzieren sich über die Soliabos, die deshalb teurer als das Normalabo angeboten werden (digital: 39,90 Euro, print: 69,90 Euro). Alle anderen bitten wir, sich für ein Normalabo (digital: 28,90 Euro, print: 54,90 Euro) zu entscheiden.

Wir wollen bis Ende Januar 3.000 zusätzliche Abonnements für die Pressefreiheit gewinnen. Deshalb starten wir heute die Aktion »Jetzt bist Du dran«, auch weil wir von Dir, ja genau von Dir, ein unbefristetes jW-Abonnement haben wollen!

Alle Varianten und Preise findest Du unter [jungewelt.de/abo](https://www.jungewelt.de/abo). Unseren Aboservice erreichst Du telefonisch unter 0 30/ 53 63 55-80/-81/-82 oder via Mail unter abo@jungewelt.de

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/484724>