

Pressehandel schafft Relevanz

***junge Welt* startet Werbeaktion im Einzelhandel.**

Interview: Ein Gespräch mit Jonas Pohle

Ab der kommenden Woche wirbt die *junge Welt* für den Einzelverkauf der Zeitung. Was ist geplant?

Die *junge Welt* wirbt regelmäßig für den Kauf der Zeitung im Pressehandel, um neue Leserinnen und Leser zu gewinnen. Neben Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften und digitaler Werbung wird es in Berlin, Hamburg, Stuttgart und Leipzig auch Plakate im Stadtbild geben.

Warum gerade jetzt?

Die Regierung hat es angekündigt. Im Herbst stehen »Reformen« an, die einen Angriff auf den ohnehin schon gebeutelten Sozialstaat bedeuten. Hier bieten wir mit der *jW* ein wichtiges Informationsmedium an – mit Hintergründen, Analysen und Kommentaren. Mit unserem Slogan »Sie lügen wie gedruckt, wir drucken wie sie lügen« sprechen wir Alltagserfahrungen von vielen Menschen an.

Außerdem stellt die Tageszeitung *Taz* Mitte Oktober den Druck der täglichen Ausgabe ein und erscheint nur noch am Wochenende gedruckt. Das *ND* erscheint schon jetzt nicht mehr täglich auf Papier und ist nicht mehr am Kiosk erhältlich. Wir hingegen sehen in der gedruckten Tageszeitung ein wichtiges Kulturgut, das es zu erhalten gilt.

Welche Bedeutung hat der Pressehandel für die *junge Welt*?

Es ist der Ort, an dem viele Menschen die *junge Welt* entdecken. Eine Tageszeitung, die relevant sein will, braucht eine gute Präsenz im Einzelhandel. Warum sich hier *ND* und *Taz* zurückgezogen haben bzw. sich zurückziehen, ist für uns nicht nachvollziehbar. Obwohl wir eine relativ kleine Zeitung mit bescheidenen Möglichkeiten sind, gelingt es uns seit Jahren erfolgreich, die Verkäufe im Pressehandel zu steigern und an Relevanz zu gewinnen.

Wie können die Leserinnen und Leser die *junge Welt* unterstützen?

Sprechen Sie mit Freunden, Bekannten, Genossen und Kollegen. Weisen Sie auf die *junge Welt* hin. Gern können Sie auch Ihren Kiosk um die Ecke auf die *junge Welt* und die Aktion hinweisen und um eine gute Platzierung der *jW* bitten. Die *junge Welt* stellt Werbemittel für den Pressehandel zur Verfügung, unter anderem Türaufkleber mit dem Hinweis »Drücken«/»Ziehen« und Plakate in unterschiedlichen Formaten mit dem Hinweis »Hier erhältlich«. Hat Ihr Kiosk keine *junge Welt* im Angebot, kann der Händler die *jW* unkompliziert über seinen Großhändler beziehen.

Jonas Pohle war langjähriger Vertriebsleiter der *jW* und seit 2021 Geschäftsführer der AVZ GmbH, dem Abo- und Vertriebsdienstleister der *jungen Welt*

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/508773>