

Dort präsent sein, wo die Menschen sind

Anmerkungen zu den aktuellen Entwicklungen auf dem linken Zeitungsmarkt

Von Aktion und Kommunikation

Wie ist die Lage in der »Branche«, dem Medienmarkt in der BRD – speziell im traditionell linken Segment dieses Marktes? Die Zeichen stehen auf Rückzug, auch wenn dieser gern als fortschrittlich, ökologisch notwendig oder einfach als modern verklärt wird.

Doch zunächst ein Blick nach rechts, denn das Drama um die linke(re)n Medien wird erst in diesem Kontrast verständlich: Die Rechten bauen ihre Medienmacht gezielt aus, nicht nur online. Traditionszeitungen werden übernommen und umgekrempelt, die *Neue Zürcher Zeitung* zum Beispiel, die mittlerweile als eine Art AfD-Zentralorgan im deutschsprachigen Raum fungiert. Die dieser Tage neu am Markt plazierte *Ostdeutsche Allgemeine Zeitung* aus dem Hause des Verlegers Holger Friedrich (*Berliner Zeitung*) startet mit der programmatischen Ansage des neuen Chefredakteurs Dorian Baganz: »Bei der OAZ gibt es keine Brandmauern. Mit Mauern haben wir in Deutschland keine guten Erfahrungen gemacht.« Es gehört nicht viel Phantasie dazu, hier die ökonomische Strategie zu erkennen, mit der das neue Blatt ein Alleinstellungsmerkmal erhalten soll: entsprechende Berichterstattung über die AfD und ihr Milieu. Die *Berliner Zeitung* selbst macht das vor, und zwar mit zunehmender Schlagseite.

Ab April 2026 erscheint das *ND*, früher noch *Neues Deutschland*, als Tageszeitung rein digital. Gedruckt gibt es fortan nur noch die Wochenendausgabe. Diese Entwicklung folgt einer traurigen Logik. Zunächst flog die Tagesausgabe wochentags aus dem Einzelhandel. Dann erschien *ND – Der Tag* nur noch dreimal wöchentlich gedruckt. Jetzt das Ende des werktäglichen Drucks insgesamt. Jeder Schritt wurde begleitet von der gleichen Rhetorik: mutig, notwendig, zukunftsorientiert. Als hätte die Kapitulation vor den Verhältnissen irgend etwas mit Mut zu tun, als wäre Schrumpfen eine Strategie. Das *Neue Deutschland* bzw. das *ND* wird in diesem Jahr 80 Jahre alt, das Ende als gedruckte Tageszeitung ist freilich kein schönes Geschenk. Auch für uns nicht, denn der Verfall der Strukturen betrifft alle, auch die *jW*, die dieselben Lieferketten hat wie einst das *ND* – und die *Taz*.

Die *Taz* hat den Ausstieg bereits umgesetzt – im Gegensatz zum *ND* ohne wirkliche Not. Folgt der Rückzug des *ND* einem Sparzwang, hätte die *Taz* ursprünglich – der Ausstieg aus Print wurde jahrelang verkündet und vorbereitet, dann wieder verschoben und erneut in Angriff genommen – Ressourcen und Abonnenten genug gehabt, um weiterhin werktäglich gedruckt zu erscheinen. Seit Oktober letzten Jahres gibt es sie nur noch sonnabends auf

Papier, als sogenannte *Wochentaz*. Diese Veränderung taufte das Marketing in der Friedrichstraße dem Zeitgeist entsprechend »Seitenwende«. Damit ist die linke Presse in der BRD, täglich und gedruckt, auf eine einzige Zeitung reduziert: die *junge Welt*.

Das eine tun, ohne das andere zu lassen: Das macht die *junge Welt*. Mit einer gedruckten Tageszeitung und einem starken Auftritt online. Wer digital lesen möchte, dem sei unser Aktionsabo anempfohlen: 10 Wochen die *jW* online zu 10 Euro. Um das digitale Angebot kennenzulernen, auszuprobieren, vollen Zugriff auf alle Artikel und das Archiv zu erhalten, Lesegewohnheiten zu überprüfen. Und: Die *junge Welt* druckt weiter. Sechs Tage die Woche. Nicht weil es bequem wäre oder billig. Sondern weil eine Zeitung, die an der Seite der lohnabhängig Beschäftigten steht und Kriegspropaganda die Stirn bietet, genau dort präsent sein muss, wo die Menschen sind - nicht nur dort, wo Algorithmen sie hinleiten.

Auf der Leipziger Buchmesse werden wir am Donnerstag, den 19. März, um 11 Uhr am Stand der *jungen Welt* (Halle 5) eine Gesprächsrunde zur Lage des gedruckten Tageszeitungsgeschäfts mit dem *jW*-Geschäftsführer Jonas Pohle veranstalten - dazu sind Sie herzlich eingeladen.

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/518028>