

Korrektiv im Blätterwald

Die einzige linke Tageszeitung wirbt in einer Kampagne für den Kauf am Kiosk

Von Aktion und Kommunikation

Das Angebot in Zeitungsständen an Kiosken, Bahnhofsbuchhandlungen, Trafiken, Büdchen und Kaufhallen lichtet sich. Die Berliner *Tageszeitung* firmiert schon länger unter dem Namen *Taz* und erscheint seit Oktober vergangenen Jahres nur noch einmal in der Woche gedruckt. Das *ND* hat sich namentlich und inhaltlich vom Erbe der Tageszeitung *Neues Deutschland* entfernt und folgte zum 1. April dem Beispiel der *Taz*.

Druck- und Logistikkosten für die an sechs Tagen der Woche gedruckt erscheinende *junge Welt* steigen allgemein, aber auch durch den Ausstieg der Konkurrenz – wenn Lieferfahrzeuge nicht mehr drei, sondern nur noch eine Zeitung transportieren, zum Beispiel. Den Druck nicht einzustellen und sogar noch in das Layout zu investieren war eine sehr [bewusste Entscheidung](#). Die *jW* ist weiterhin auf Papier verfügbar. Bequem im Abonnement, aber auch an etlichen Kiosken in den deutschsprachigen Ländern: für Reisen, für Spontankäufe, für das einfache Kennenlernen der nunmehr einzigen gedruckten linken Tageszeitung im deutschsprachigen Raum.

Das wirtschaftliche Rückgrat der *jW* machen ihre Abonnentinnen und Abonnenten aus, doch Kioskverkäufe nehmen in letzter Zeit – im Gegensatz zum Branchentrend – zu: Zeichen der Relevanz einer weit verfügbaren linken Zeitung. Bevor das große Rätselraten beginnt: Der Zuspruch muss etwas mit den Inhalten zu tun haben. Die einzige Tageszeitung, die darstellt, wie die Revolution auf Kuba verteidigt wird, und das auch medial unterstützt. Die widersprüchlichen Erscheinungen der neuesten Wirtschaftsreformen kritisch begleitet. Die zeigt, wo die Milliarden aus den »Sondervermögen« nicht ankommen (Infrastruktur, Gesundheit, Bildung, Soziales) und wohin sie statt dessen gehen (Militär und Kriegsgerät). Die *junge Welt* behält dabei eine klare politische Linie, den Bezug zu den arbeitenden Menschen und die Unabhängigkeit vom Kapital.

Wenn diese Eigenschaften für Sie bei einem Medium unverzichtbar sind, dann greifen Sie öfter einmal im Einzelhandel zur Tageszeitung *junge Welt*. Sollten Sie diese nicht in der Auslage finden, dann sprechen Sie den Besitzer des Geschäfts an. Für diesen ist es kein Problem, die *junge Welt* über das Grosso zu beziehen. Wenn Sie diesen Schritt nicht gehen möchten, aber doch ganz gern die *jW* bei sich um die Ecke kaufen wollen, sprechen Sie mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vom [Aboservice](#) oder füllen Sie das [Onlineformular](#) aus.

Sollten Sie Abonnentin oder Abonnent sein und jemanden kennen, für den ein unabhängiges kritisches Medium ebenfalls unverzichtbar sein könnte,

empfehlen Sie den Kauf am Kiosk weiter. Damit wird nicht nur die Pressevielfalt unterstützt, es hängen auch immer noch viele hunderttausend Arbeitsplätze am täglichen Verkauf von Printmedien. Und Meinungsfreiheit wird eben auch am Späti, Büdchen oder Kiosk verteidigt.

Die *junge Welt* ist ein kleines Blatt gegen die Medienkonzentration. Von Werbekunden und Konzerninteressen unabhängig ist sie mittlerweile die einzige gedruckte linke Tageszeitung in der BRD. Die nun gestartete Werbeaktion für den Kauf am Kiosk folgt einem klaren Konzept: Sichtbarkeit, auch im Handel. Diese schafft Reichweite, die *jW* findet so regelmäßig neue Leserinnen und Leser. Denn nur so kann die *junge Welt* das bleiben, was sie ist: ein kleines Korrektiv im Blätterwald. Sichtbar, greifbar, unverzichtbar.

→ Liebe Leserinnen und Leser, sollten Sie die *junge Welt* in ihren Kampagnen unterstützen wollen, freut sich das *jW*-Aktionsbüro auf Ihren Anruf (0 30/53 63 55-10) oder E-Mail (aktionsbuero@jungewelt.de). Wir senden Ihnen gerne - Material zur Bewerbung der Tageszeitung *junge Welt* zu.

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/528935>