

Nützliche Nachrichten

Immer seltener anzutreffen an den Kiosken dieser Republik: Nachrichten mit Substanz

Von Aktion und Kommunikation

Wenn die Leute Raider nicht kaufen, dann nennen wir es eben Twix. So oder so ähnlich gehen Marketingprofis an Produkte ran, die ihren Zweck nicht erfüllen. Massenhaft Profit abwerfen. Und wem der schokoumhüllte Magenverkleber nichts sagt, hat nach Ansicht der Wald-und-Wiesen-Statistiker auch noch nie eine gedruckte Zeitung in freier Wildbahn gesehen.

Die letzten Zahlen des Auflagen-TÜV der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) besagen zum einen, dass die Verkäufe aller dort erfassten überregionalen Tageszeitungen einbrechen (*junge Welt* vom 12.9.2026). Sie stellen aber zugleich fest, dass die Zahl der Onlineabos bei den meisten Zeitungen wächst. Nicht veröffentlicht, aber es steht zu vermuten, müssten dementsprechend die Verkäufe von gedruckten Zeitungen im Abo wie auch am Kiosk noch rasanter verfallen. Was also tun? An der Marke arbeiten, genauer: an der digitalen Marke. It's the Warenästhetik, stupid, nicht der Gebrauchswert. Sobald Zeitungen ihre Druckausgaben einstellen, stellt Janina Mütze, Chefin vom Meinungsforschungsunternehmen Civey, folgendes fest: »Doch diese Treue hängt zu oft noch am gedruckten Papier, nicht an der digitalen Marke. Wenn Verlage es im Digitalen nicht schaffen, ein attraktives und gleichwertiges Angebot aufzubauen, bricht die Bindung, sobald das Papier wegfällt.« (*Turi2* vom 11.9.2026)

Was übersieht sie? Viele Menschen bleiben dem Trägermedium treu und nicht der Publikation, im Osten sogar ein wenig mehr als im Westen – ein weiteres Ergebnis ihrer Untersuchung. Was diese Entscheidung aber überhaupt erst möglich macht, ist die Austauschbarkeit der Inhalte der einzelnen Medien. Wenn sich die Leserinnen und Leser in ihrer Zeitung nicht mit ihren Alltagssorgen wiederfinden oder sich gar noch belehrt und bevormundet fühlen, fällt der Wechsel leicht.

Die Tageszeitung *junge Welt* wird nicht von der IVW geprüft, kann aber seit Jahren ihre Auflage stabil halten und arbeitet kostendeckend. Sie berichtet auch vor Ort über politische und soziale Bewegungen – dort, wo diese aktiv sind. Für Aktive ist diese Stimme unverzichtbar. Treue zur Marke entsteht durch die Überzeugungskraft ihrer Inhalte. Viele Menschen werden an den Zeitungsständen im Land auf unsere Zeitung aufmerksam, wo die *junge Welt* noch eines der wenigen ausgelegten Blätter, vor allem aber die einzige gedruckte linke Tageszeitung ist. Dafür tut sie auch was. Probieren Sie es aus! Lassen auch Sie sich von ihren unverzichtbaren Inhalten überzeugen – kaufen Sie doch mal am Kiosk!

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/530087>