

# **Abos für die Amortisation**

## **Auch nach Ende der Gutscheinaktion durch Umwandlung der Testabos in Vollabos die Linke stärken**

Heute beenden wir die Gutscheinaktion. Immerhin 9898 dreiwöchige Probeabonnements der jungen Welt wurden bestellt. Dabei waren wieder viele Gutscheine, die aktive Leserinnen und Leser für Bekannte, Freunde und Nachbarn ausgefüllt haben, in der Hoffnung, daß sie sich für ein Abo interessieren könnten. Aber das Gros der Bestellungen kam diesmal von Neugierigen, die entweder mal schauen wollten, was aus dem ehemaligen Zentralorgan der FDJ so geworden ist. Oder aber die junge Welt nur vom Hörensagen kannten und nun mal selbst einen Blick darauf werfen wollten. Für andere wiederum war die junge Welt völlig unbekannt: Sowas gibt es also auch? Die Bestätigung folgte in Form einer frischen jungen Welt – drei Wochen lang werktäglich, kostenlos und unverbindlich.

Naja, kostenlos ist eigentlich falsch: Zwar entstanden dem Interessierten keinerlei Kosten (falls er sich nicht freiwillig an den Kosten beteiligte), für die junge Welt sind knapp 10000 Probeabos jedoch ein erheblicher Kostenfaktor, immerhin wurden rund 180000 Zeitungen gedruckt und ausgeliefert. Durch Spenden und Kostenbeteiligungen erhielten wir rund 7400 Euro, das reichte aber nicht einmal, um die Briefe an die Testabonnenten zu bezahlen. Aber dank auch der vielen Testabos konnten wir das Interesse und den Bekanntheitsgrad der Zeitung erhöhen und den Verkauf der jungen Welt am Kiosk steigern. Ökonomisch besonders wichtig ist der Umstand, daß in den letzten Monaten den Bestand an bezahlten Abonnements weiter gestiegen ist – entgegen der Trends in der Tageszeitungsbranche.

Aber ganz so simpel, wie manche Leser meinen, ist es nun halt auch wieder nicht. So schreibt uns Rosa Gölitzer aus Berlin, daß man doch einfach vom vorhandenen Amortisationsfonds (also jene Einnahmen, die man für Neu- bzw. Ersatzanschaffungen zurücklegt) gut die Hälfte immer wieder für Werbung ausgeben könnte, denn das sei schließlich »Geld, das Brieftauben nicht unverwandt ist – und stets zurückkommt!« Und da es ja (nach den bisherigen Erfahrungen der jungen Welt) drei bis fünf Monate dauere, bis der zusätzlich in die Zirkulation geworfene Geldbetrag wieder in die Umsatzkasse zurückflösse, glaubt Rosa Gölitzer, daß zum rechten Zeitpunkt der Amortisationsfonds für diese Zwecke wieder gefüllt sei. Leider ist die Theorie nicht immer die Praxis, und volkswirtschaftliche Überlegungen decken sich nicht immer mit den betriebswirtschaftlichen Praxis. Zum Beispiel kamen bei dieser Aktion in der ersten Runde nicht so viele zusätzliche Abonnements zustande, wie wir es erhofft hatten. Das liegt vor allem daran, daß wir mit unserer Vorgängerkampagne (Festlesewochen: 10 zum 10.) jene Leserinnen und Leser erreichten, die schon lange mit dem Gedanken spielten, die junge Welt zu abonnieren. Zudem wurden damals die meisten Testabos direkt von unseren Leserinnen und Lesern

für Dritte bestellt. Diese Testleser waren hinterher eher bereit, zu abonnieren als die aktuellen Testleser, die aus Neugier selbst den Gutschein ausgefüllt hatten. Erwartet hatten wir das eigentlich genau umgekehrt. Das mit dem Amortisieren dauert also länger. Und solange zu wenig Geld in der Kasse ist, bleibt es halt zu wenig, egal, wie man es theoretisch umschreibt. Da hilft selbst der vermeintliche Rückgriff auf Marx nicht viel.

Richtig bleibt aber, daß das Testabo ein wichtiges Mittel ist, um neue Leserinnen und Leser zu gewinnen. Deshalb bieten wir es auch weiterhin an, auch wenn die Gutscheinaktion nun zu Ende geht. Wir werden den Testaboschein in aktuellen Ausgaben der jungen Welt abdrucken, zudem ist er ständig in unserer Internetausgabe verfügbar. Selbst die Gutscheinkarten können Sie nach wie vor bei uns bestellen. Nutzen Sie diese Gelegenheit also auch weiterhin, um in Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis für die junge Welt zu werben.

Damit das mit der Amortisation besser klappt, wird bereits an der nächsten Aktion gebastelt. Wir wollen in der Aboentwicklung einen deutlichen Schritt vorankommen, um uns ökonomisch zu stabilisieren und den Einfluß der jungen Welt zu erweitern. Mit den letzten beiden Aktionen haben wir gute Vorarbeit geleistet. Ohne die Unterstützung unserer Leserinnen und Leser bei der nächsten Aktion werden wir dieses Ziel jedoch nicht schaffen. Wir bitten um weitere Ideen und Anregungen, damit wir diese in unsere nächste Abo-Kampagnenplanung einfließen lassen können. Doch zunächst wollen wir uns ganz herzlich bei allen, die sich an der Gutscheinkampagne beteiligt haben, bedanken. Und all jenen, die sich nach dem Testabo noch nicht dazu durchringen konnten, ein richtiges Abo abzuschließen, wünschen wir, daß sie aus dem Flirt eine feste und lange Beziehung werden lassen.

**Verlag, Redaktion, Genossenschaft**

*<https://www.jungewelt.de/artikel/75906.abos-für-die-amortisation.html>*