

Wir haben erst angefangen

Die Tageszeitung junge Welt kann dank massiver Unterstützung ihrer Leserinnen und Leser Erfolge verbuchen und weiterentwickelt werden

Auch wenn die Hammerkampagne noch nicht zu Ende ist, wollen wir zum Jahresende eine erste Bilanz ziehen. Ganz werden wir wohl unser Ziel, im Jahr des 60.Geburtstages 60 mal 60, also 3600 Abonnements (und Umsteiger auf eine höhere Preisklasse zu gewinnen) nicht erreichen. Aber immerhin haben wir im Jahr 2007 insgesamt 2515 Print- und Internetabos (und Umsteiger) hinzugewinnen können (inklusive der Weihnachtsabos). In bezug auf die wichtigste ökonomische Größe ist das für die junge Welt eines der erfolgreichsten Jahre seit dem Ende der DDR. Bemerkenswert ist dabei die Entwicklung im Internet: Während die meisten Tageszeitungen wieder davon abkommen, ihre Inhalte im Netz gegen Abogebühren anzubieten, werden immer mehr jW-Internetabos bestellt. Kaum eine andere Zeitung ist in diesem Bereich so erfolgreich wie die junge Welt. Mittlerweile beteiligen sich die Internetleserinnen und -leser bedeutend an den Kosten der Zeitungserstellung. Auch die anderen Kennziffern können sich sehen lassen: Beispielsweise zweistellige Zuwachsraten im Kioskverkauf - nun schon im dritten Jahr in Folge. Die meisten überregionalen Tageszeitungen müssen hier seit Jahren Rückgänge verbuchen. Dieser Trend gilt auch für das Anzeigenaufkommen: Im Gegensatz zu vielen anderen konnten wir im Jahr 2007 die Einnahmen weiter verbessern (und zwar ohne Berücksichtigung der Austauschgeschäfte), soviel wie noch nie seit 1995. Auch die Entwicklung unserer Genossenschaft kann sich sehen lassen: 108 neue Genossinnen und Genossen haben 152 Anteile gezeichnet, 16 Genossinnen und Genossen haben ihre Anteile um insgesamt 25 erhöht, so daß die Genossenschaft um insgesamt 177 Anteile gestärkt wurde. Nur das Jahr 2005 war besser (mit insgesamt 183 gezeichneten Anteilen).

Hinter diesen erfolgreichen ökonomischen Zahlen stehen jahrelange harte Arbeit der Belegschaft und massive Unterstützung unserer Aktivitäten durch Leserinnen und Leser dieser Zeitung. Sie sind aber auch Ausdruck der wachsenden Akzeptanz und von zunehmendem Interesse am Produkt junge Welt. Die Unzufriedenheit mit den bestehenden gesellschaftlichen Verhältnissen und deren oft beschönigenden und verschleiernenden Widerspiegelung in vielen Medien führen zur Suche nach Alternativen. Dabei stößt man allerdings nicht automatisch auf die junge Welt: Es sind unsere Leserinnen und Leser, die Unzufriedene auf diese Zeitung aufmerksam machen. Manchmal braucht es viele Monate, bis aus solchen Kontakten ein Abonnement wird. Manchmal klappt es aber schon innerhalb weniger Tage. So hat unsere Autorin Gitta Düperthal drei Probeabos eingeworben - es wurden drei Vollabos daraus. Wichtig ist die Kontinuität des Einsatzes - egal, ob man als Einzelkämpfer oder Leserinitiative unterwegs ist. Hilfreich sind dabei auch immer originelle Ideen.

Die Leserini in Karlsruhe lädt zur Lesung von Rosa-Luxemburg-Texten ein und informiert dabei auch über die gleichnamige Konferenz und deren Veranstalter, die Tageszeitung junge Welt. Die Nürnberger Initiative lädt zu lateinamerikanischen Abenden ein, mit Essen und Infos zur Lage dieser Region und zu der Zeitung, die besonders intensiv darüber berichtet. So nebenbei werden dabei auch 500 Euro eingenommen, die wiederum als Probeabospenden der jW zur Verfügung gestellt werden. Aber schon das einfache Verteilen der jungen Welt an Hochschulen, bei Demonstrationen und Veranstaltungen hilft, auf diese Zeitung hinzuweisen.

Trotz aller Erfolge sollten wir nüchtern betrachten, daß wir am Anfang stehen. Mit 17000 täglich verkauften Zeitungen bleiben wir die kleinste überregionale Tageszeitung, bleiben unsere ökonomischen Sorgen und Nöte. Mit einer kleinen und schlecht bezahlten Belegschaft machen wir nicht nur täglich eine brauchbare Zeitung, kümmern uns um deren Vertrieb, verteidigen uns gegen zahlreiche politische und juristische Angriffe, wir engagieren uns auch auf Veranstaltungen und Buchmessen, betreiben eine Ladengalerie mit Veranstaltungsprogramm und sorgen jährlich für eine besondere Ausgabe der jungen Welt – die bestens besuchte Rosa-Luxemburg-Konferenz. Aber mit aktiven Leserinnen und Lesern im Rücken und doch recht erfolgreichen Zahlen läßt sich das alles auf jeden Fall besser meistern.

Mit herzlichem Dank und den besten Wünschen für das neue Jahr

Dietmar Koschmieder, Geschäftsführung; Arnold Schölzel, Chefredaktion;
Roland Dörre, Genossenschaft; Peter Borak, Verlag 8. Mai GmbH
<https://www.jungewelt.de/artikel/98167.wir-haben-erst-angefangen.html>