

Jetzt drei Wochen gratis* lesen:

Zeitung für Malocher, nicht für Millionäre.



* Und hier das Kleingedruckte:

Kostenlos! Unverbindlich! Endet automatisch! Muss nicht abbestellt werden! Einfach zum jW-Kennenlernen!

Hier bestellen!

Ja, ich will die Tageszeitung *junge Welt* drei Wochen kostenlos lesen.

Das Abo endet automatisch. Belieferung in die Schweiz und Österreich zu gleichen Konditionen, aber für zwei Wochen.

Frau Herr

Vorname _____

Name _____

Straße/Nr. _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

E-Mail _____

Ja, ich bin damit einverstanden, dass Sie mich zwecks einer Leserbefragung zur Qualität der Zeitung, der Zustellung und zur Fortführung des Abonnements kontaktieren. Der Verlag garantiert, dass die Daten ausschließlich zur Kundenbetreuung genutzt werden. Das Einverständnis kann ich jederzeit widerrufen (per E-Mail: abo@jungewelt.de oder per Post: Verlag 8. Mai GmbH, Aboservice, Torstraße 6, 10119 Berlin). Dies bestätige ich mit meiner Unterschrift.

Datum/Unterschrift _____

Die Belieferung beginnt ab dem nächstmöglichen Montag oder ab Montag, den _____ 2017

Coupon einsenden an:
Verlag 8. Mai GmbH, Torstr. 6, 10119 Berlin, oder faxen an die 0 30/53 63 55-48.

Sie können das Probeabo auch bestellen unter www.jungewelt.de/probeabo Abo-Telefon: 0 30/53 63 55-50

Terror mit System

Warum der Dortmunder Bombenleger das kleinere Übel ist, viele Medien dies aber gerne übersehen

Wegen ein paar Millionen Gewinn an der Börse zündet einer in Dortmund eine Bombe, um eine Fußballmannschaft auszulöschen. Selbst bürgerlichen Medien fällt dazu die Redewendung aus Karl Marx' »Kapital« ein, nach der für den Titelgeber bei der Aussicht auf extra hohen Profit kein Verbrechen mehr existiert, das es nicht riskiert, selbst wenn dafür der Galgen droht. Das gilt allerdings nicht nur für den oder die Täter, die zu diesem Zweck das Team von Borussia Dortmund in die Luft sprengen wollten, sondern noch viel mehr für die Kapitalistenklasse insgesamt. Nur dass dieser ganz andere Machtmittel zur Verfügung stehen und sie diese viel systematischer einsetzen. Und dabei nicht nur einen Bus voller Menschen, sondern gleich die Existenz Tausender, ja von Millionen Menschen bedroht – und vernichtet. Sie nutzt dazu Kriege, Bomben, Folter als direkte Werkzeuge, aber auch indirekte wie Hunger, Krankheit und Armut. Warum aber nehmen viele Menschen, die sich über das Verbrechen in Dortmund empören, diese anderen, viel größeren stillschweigend in Kauf?

Das hat auch etwas mit den Medien zu tun. In ihnen werden Einzelverbrechen angeklagt, aber verbrecherische Systeme meistens nicht. Das liegt am Standpunkt, den ihre Protagonisten einnehmen: Sie halten es in der Regel für völlig normal, ja erstrebenswert, dass Politik für eine optimale Profitmaximierung zu sorgen hat. Grund sind



Der Dortmunder Mannschaftsbus nach dem Anschlag (11.4.)

die Eigentumsverhältnisse: Die Medien vertreten in der Regel nicht nur die Standpunkte der Reichen – sie gehören ihnen auch oder stehen unter ihrem Einfluss. Trotzdem behaupten sie von sich, objektiv und überparteilich zu sein.

Die *junge Welt* nimmt nicht nur eine andere Position ein – sie benennt diese auch. Unsere Zeitung wird gemacht für Menschen, die nichts (oder kaum mehr) besitzen als ihre Arbeitskraft. Jedenfalls keine Produktionsmittel in größerem Stil. Sie berichtet und analysiert, ausgehend von deren Standpunkt und Interesse. Verkürzt gesagt: *junge Welt* ist eine Zeitung für Malocher, nicht für Millionäre.

Wir müssen uns schon selber darum kümmern, dass möglichst viele Menschen von der Existenz einer solchen Zeitung erfahren. Dazu brauchen wir

die Unterstützung unserer Leserinnen und Leser. Viele von ihnen verteilen rund um den diesjährigen 1. Mai die Tageszeitung *junge Welt* vor Ort auf Kundgebungen, bei Demonstrationen und in Fußgängerzonen. Auf der Titelseite dieser Ausgabe ist auch ein Gutschein aufgedruckt, der überall im Lande am Kiosk gegen eine weitere *junge Welt* eingetauscht werden kann. Darüber hinaus werden Probeabos eingesammelt – denn wie sich unser klarer Standpunkt auf die Berichterstattung auswirkt, kann man am besten erleben, wenn man sich die *junge Welt* drei Wochen lang kostenlos nach Hause schicken lässt. Auch Sie können sich an der Aktion beteiligen, indem Sie jemanden dafür gewinnen, den nebenstehenden Coupon auszufüllen.

Verlag, Redaktion, Genossenschaft

Praxiskurs für jW-Aktivist:innen

Teil 3 (und Schluss): Probeabolisten optimal nutzen. Mit kostenlosen Probeabos beweisen wir, dass *junge Welt* eine notwendige Zeitung ist

Die Ausgangslage: Wir haben einen Passanten, Kollegen, Demoteilnehmer für ein dreiwöchiges Probeabo interessieren können. Jetzt kommt es darauf an, dass die Probeaboliste korrekt ausgefüllt wird. Was ist daran schon kompliziert, es sind ja alle Felder vorgegeben, mag mancher denken. Die Praxis zeigt aber, dass unsere Unterstützer auch hier Erfahrungen für ein optimales Ergebnis weiterzugeben haben.

Zunächst sollte auf den Kopfteil der Probeaboliste hingewiesen werden. Da steht: »Kostenlos, verlängert sich nicht, muss nicht abbestellt werden!« Bitte mit Nachdruck vorlesen und mit Finger oder Kugelschreiber darauf zeigen. »Dafür wird unterschrieben, mehr nicht!« erklärt der Unterstützer. Das stärkt das Vertrauen des Interessenten (bei vielen anderen Probeabos fängt man ungewollt ein richtiges Abo ein, wenn man nicht rechtzeitig widerspricht). Ohne große Pause sollte nun der Hinweis kommen, dass ein Verlagsmitarbeiter der *jungen Welt* zum Ende der Laufzeit anrufen

wird. Und zwar noch bevor der Interessent mit dem Ausfüllen beginnt. Wird der Interessent erst beim Schreiben auf die Wichtigkeit der Telefonnummer hingewiesen, kann das Misstrauen auslösen. Womöglich nimmt er von seinem Vorhaben wieder Abstand, streicht seine bisherigen Angaben durch, und wir haben eine herrlich verpfuschte Liste. Dieser Moment ist also sehr wichtig, aber wie erfolgt die Ansprache optimal? Bewährt hat sich: »Einen einzigen Ärger gibt es«, oder alternativ: »Eine einzige Gegenleistung hätten wir dann doch gerne.« Schon wird Mensch hellhörig und aufmerksam und denkt, wie überall kommt jetzt der Haken. Die meisten entspannen sich aber sofort wieder, wenn sie erfahren: »In der dritten Woche kommt ein Anruf.« Dabei geht es um zwei Fragen: Hat die Zustellung geklappt, und wie ist die Zeitung inhaltlich angekommen? Das brauchen wir für unsere Auswertung. Die *jW* sucht Leser, aber keine Kunden. Wenn jeder Aktivist nach diesem Grundsatz handelt, dann wird das sehr schnell verstanden.

Aus dem Interessierten wird ein Leser, womöglich auch ein Abonnent und im günstigsten Falle ein Mitstreiter. Das aber entscheidet er selber.

Auch das Ausfüllen einer profanen Liste kann also eine zutiefst politische Aufgabe sein. Übrigens ist es von Vorteil, wenn gleich in der ersten Zeile alle Spalten ohne Ausnahme ausgefüllt sind. Dadurch wird eine positive Grundhaltung bei den anderen Unterzeichnern erreicht, und sie orientieren sich an der Vorgabe. Zudem kann unser Standpersonal auf den mustergültigen Eintrag hinweisen.

Die Probeabolisten und anderes Werbematerial werden all jenen, die sich an unserer 1.-Mai-Kampagne beteiligen, in der nächsten Woche zugeschickt. Ideal wäre, wenn jeder 1.-Mai-Besteller mindestens eine ausgefüllte Liste mit sieben Probeabonnenten zurückschickt. Alle anderen können sich gerne eine Probeaboliste von unserer Aktionsseite herunterladen (www.jungewelt.de/aktion/aktion-downloads.php).

Ingo Höhmann

<p>DIE TAGESZEITUNG junge Welt</p> <p>Herausgeberin: Linke Presse Verlags- Förderungs- und Beteiligungsgenossenschaft <i>junge Welt</i> e.G. (Infos unter www.jungewelt.de/lpg). Die überregionale Tageszeitung <i>junge Welt</i> erscheint in der Verlag 8. Mai GmbH. Adresse von Genossenschaft, Verlag und Redaktion: Torstraße 6, 10119 Berlin. Geschäftsführung: Dietmar Koschmieder, Peter Borak (stellv.) Chefredaktion: Stefan Huth (V.i.S.d.P.), Arnold Schölzel (stellv.) Verlagsleiter: Andreas Hüllinghorst.</p>	<p>ZENTRALE: 030/53 63 55-0 AKTION: 030/53 63 55-10 ANZEIGEN: 030/53 63 55-38 ABOSERVICE: 030/53 63 55-81/82 LADENGALERIE: 030/53 63 55-56</p> <p>FAX: 030/53 63 55-44 E-MAIL: redaktion@jungewelt.de INTERNET: www.jungewelt.de facebook.com/jungewelt twitter.com/jungewelt</p>	<p>Redaktion (Ressortleitung, Durchwahl): Chef vom Dienst: Michael Merz (-13); Wirtschaft & Soziales: Klaus Fischer (-20); Außenpolitik: André Scheer (-70); Innenpolitik: Jana Frielinghaus (-31); Interview: Claudia Wrobel (-24); Feuilleton und Sport: Christof Meueler (-12); Thema: Daniel Bratanovic (-65); Leserpost: Lena Grünberg (-41/leserbriefe@jungewelt.de); Bildredaktion: Sabine Koschmieder-Peters (-40); Herstellung/Leitung/Layout: Michael Sommer (-45); Internet/Reportagen: Peter Steiniger (-32); Druck: Union Druckerei Berlin Verwaltung GmbH. Art-Nr. 601302/ISSN 041-9373, Storkower Str. 129, 10407 Berlin S + M Druckhaus GmbH, Otto-Hahn-Straße 44A, 63303 Dreieich</p>	<p>Marketing: Katja Klüßendorf (-16); Aktionsbüro: Ingo Höhmann (-50); Archiv/jW-Shop: Stefan Nitzsche (-37); Anzeigen: Silke Schubert (-38); Vertrieb/Aboservice: Jonas Pohle (-82); Ladengalerie: Michael Mäde (-56). Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos übernimmt die Redaktion keine Verantwortung. Abonnements, Adressänderungen und Reklamationen: Verlag 8. Mai GmbH, Torstraße 6, 10119 Berlin, Tel.: 030/53 63 55-81/82, Fax: -48. E-Mail: abo@jungewelt.de</p>	<p>Abopreise Print: Normalabo Inland mtl. 37,90 Euro; Sozialabo mtl. 27,90 Euro; Solidaritätsabo mtl. Euro 47,90; Abopreise Ausland (EU) wie Inland zzgl. 13,10 Euro/monat. Versandkostenzuschlag. Abopreise online: Normalabo Inland mtl. 16,90 Euro; Sozialabo mtl. 10,90 Euro; Solidaritätsabo mtl. 21,90 Euro; Onlineabo für Printabonnenten mtl. 5,00 Euro; für Abonnenten der Wochenendausgabe mtl. 7,00 Euro Bankverbindung: Postbank, BIC: PBNKDE33 Abokonto: IBAN: DE70 1001 0010 0634 8541 07 Anzeigekonto: IBAN: DE81 1001 0010 0695 4951 08 Shop/Spendenkonto: IBAN: DE50 1001 0010 0695 6821 00.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------