

# Checkliste Probeabos gewinnen – UZ stärken



## Sagen, was ist!

Der Parteivorstand hat die UZ-Werbekampagne „Sagen, was ist! UZ und DKP stärken! **1.000 Probeabos – 250 Vollabos** für die UZ“ beschlossen. Im Zeitraum von **Januar bis September** sind alle DKP-Gruppen dazu aufgerufen, ihre Öffentlichkeitsarbeit auf die Unterstützung der UZ zu konzentrieren und in der Partei und ihrem Umfeld für die UZ zu werben.

Wir nutzen die Friedensaktionsorientierung für die Stärkung der UZ und wollen in diesem Zeitraum 1.000 Probe-Abos (Print und online) und 250 Vollabos (Print und online, auch 3 Monatsabos) einwerben. Dafür gibt es eine Reihe von Werbematerialien mit dem Slogan „UZ – Sagen, was ist.“ Alle Gruppen sollten sich **jetzt mit dem Beschluss und den dazu gehörigen Materialien beschäftigen**, damit wir bereits im Januar zum Kampagnenstart erste Erfahrungen und Ergebnisse sammeln können, um dann Richtung März zum internationalen Frauentag in die offensive Werbung für neue Leserinnen und Leser der UZ einsteigen zu können.

Diese Checkliste soll euch bei den Diskussionen und Planungen helfen. Die Punkte solltet ihr gemeinsam auf einer Schwerpunktsitzung zur Arbeit mit der UZ diskutieren:

## 1. UZ kennen, um werben zu können

Am besten startet ihr ganz von vorne und beschäftigt euch noch einmal in der Gruppe damit, was die UZ eigentlich ist und welchen Nutzen sie hat. Dabei solltet ihr auf folgende Punkte eingehen:

- Die UZ ist mehr als die wöchentliche Zeitung im Briefkasten. Der Internetauftritt ist neu gestaltet und es gibt einen UZ-Blog, der die Berichterstattung der UZ nahezu täglich ergänzt. Es macht durchaus Sinn, sich das gemeinsam anzusehen.
- Was bietet das Online-Abo und wie funktioniert es?
- Welche Rubriken gibt es in der UZ, was sind ihre Schwerpunkte, wer macht die Zeitung und welche Autoren schreiben regelmäßig?
- Hartfacts - Verbreitung, Preise, Abo-Möglichkeiten & Bestellung von Aktionsexemplaren

## 2. Ausgangslage und Zielstellungen diskutieren

Diskutiert in der Gruppe, wie ihr mit der UZ umgeht und welche Rolle sie auf euren Gruppenabenden spielt bzw. spielen könnte.

- Nutzt ihr regelmäßig UZ-Artikel für eine aktuelle halbe Stunde oder die Bildungsarbeit? Werden Leseempfehlungen ausgetauscht? Wenn nicht, warum nicht?
- Wer hat in der Gruppe noch kein Abo? Warum nicht und wie können wir das schnell ändern (mindestens ein Probeabo abschließen)? Wer hat in der Gruppe ein Kombi-Abo, also zusätzlich zum Print-Abo auch ein Online-Abo? Wer kann „umsteigen“?
- Wie läuft die Abo-Werbung bisher? Ist die UZ bei euren Infoständen und Aktionen dabei? Gibt es Sympathisanten und Freunde, die regelmäßig mit der UZ oder UZ-Artikeln versorgt werden?
- Wie liefen die letzten Verteilungen/Verkäufe? Wie präsentiert ihr die UZ am Infostand, bei Veranstaltungen und Aktionen? Hat eure Gruppe zum Beispiel schon ein Roll-Up für die UZ-Werbung?
- Gibt es Verantwortliche, die die UZ-Werbung und -Bestellung als ihre Aufgabe sehen?

Um erfolgreich Probeabos im Umfeld gewinnen zu können, ist es wichtig das Umfeld zu kennen und die Frage zu diskutieren „**Wo** kann **wer** durch **welche Themen** für ein UZ-Abo gewonnen werden?“

- Gibt es besondere Interessen bei Freunden und Sympathisanten, welche Themen waren in Gesprächen zuletzt wichtig, wo ist ihr Lebensschwerpunkt?
- Wie können SDAJ-Mitglieder und Bündnispartner gewonnen werden?
- Gibt es Ideen für ein Geschenk-Abo, zum Beispiel für Freunde oder Genossen, die sich das Abo nicht leisten können?
- Gibt es Zentren, Cafés oder Kneipen an denen die UZ ausgelegt werden kann?
- Welche Veranstaltungen stehen an, wo wir mit der UZ hingehen wollen?

### 3. Fahrplan erarbeiten

Um die Zielstellungen zu erreichen, sollte aus diesen Diskussionen ein Kampagnenfahrplan entwickelt werden. Dieser hilft den Überblick und die Ziele im Auge zu behalten. Dabei sollten folgende Punkte unbedingt beachtet werden:

- Aktionstage
  - LLL
  - Internationaler Frauentag am 8. März
  - Ostermärsche/Friedensaktivitäten
  - Internationaler Kampftag am 1. Mai
  - Aktionen zum Tag der Befreiung vom Faschismus am 8./9. Mai
  - SDAJ-Pfingstcamps vom 22.-25. Mai
  - Fiesta Moncada 26. Juli
  - Hiroshima 6. August
  - 17. August 70 Jahre KPD Verbot
  - UZ-Pressesfest/Friedenstag vom 28.-30. August
  - Antikriegstag 01. September
- Aktionsverteilung planen und rechtzeitig Aktionsexemplare bestellen
- Zielzahlen aufstellen und Liste mit potentiellen UZ-Leserinnen/Lesern erstellen (MBNA auswerten, SDAJ-Mitglieder, Bündnispartner...)
- UZ-Werbematerialien bestellen und nutzen
- Feedback diskutieren und an UZ geben

### 4. Los geht's... viel Erfolg!

Wenn ihr Fragen habt, wendet euch bitte an:

CommPress Verlag GmbH, Hoffnungstraße 18, 45127 Essen, [www.unsere-zeit.de](http://www.unsere-zeit.de)

**Kampagnen-Hotline Tabea Becker**

**Telefon 0201 17788930, [kampagne@unsere-zeit.de](mailto:kampagne@unsere-zeit.de)**