

Berlin, den 9. März 2015

## Pressemitteilung

### **taz.de mit neuem Abomodell: 20.000 taz.zahl-ich-Abos!**

Die taz geht seit ihrer Gründung einen besonderen Weg. Nie abhängig vom Anzeigengeschäft und deshalb auch nicht getroffen vom Rückgang der Anzeigenerlöse, war und ist die taz in ihrer Unabhängigkeit abhängig von der Community, von den AbonnentInnen und GenossInnen, die seit mehr als 35 Jahren die taz tragen. Dieses Modell übertragen wir ins Internet.

Die Inhalte der taz gibt es im Netz auf taz.de kostenfrei – für alle. Wie finanziert sich Journalismus im Netz, wenn er ohne Paywall frei zugänglich ist? Mit dem neuen taz.de-Abomodell: Mit nur 5 Euro im Monat können User dazu beitragen, Qualitätsjournalismus online für alle frei zugänglich zu erhalten. Die taz-Community solidarisch und aus Überzeugung – auch im Netz.

Wir glauben, dass es genug Menschen gibt, die bereit sind, monatlich 5 Euro für ein Online-Abo zu geben. taz-Geschäftsführer Karl-Heinz Ruch: "Bald zweitausend unserer digitalen Unterstützer zahlen inzwischen regelmäßig einen durchschnittlichen Betrag von 60 Euro im Jahr für taz.de. Sie haben von sich aus den Weg gefunden, den wir nun gehen wollen. Wir haben uns in der taz gefragt: Warum sollen es nicht mehr werden, die regelmäßig für taz.de zahlen? Unser Angebot heißt: Abo. Wir wollen noch in diesem Jahr 20.000 AbonnentInnen, die 60 Euro pro Jahr für taz.de nach dem bereits gut eingeführten Muster von **taz.zahl ich** zahlen. Das zu schaffen, wäre ein schönes Zeichen für einen unabhängigen Journalismus im Netz." Schon 2011 hatte sich die taz mit **taz.zahl ich** für ein freiwilliges Bezahlmodell entschieden und hat damit bis heute 325.000 Euro durch freiwillige Beiträge von taz-Lesern generiert. Den größten Anteil machen dabei die AbonnentInnen aus, die regelmäßig einen Beitrag zahlen.

„Mit dem Erfolg des sozialen Netzes sind die Leserinnen und Leser noch dichter an ihre Zeitung gerückt. Sie lesen, kommentieren und verbreiten unmittelbar die Texte, die sie besonders mögen, und natürlich auch solche, die sie besonders ärgern“, sagen die taz.de-Chefs Daniél Kretschmar und Rieke Havertz und fordern die User auf: „Erzählen Sie, warum es uns gibt, wofür wir stehen und warum wir zusammengehören.“

Mit der Kampagne **taz.bin ich** lenkt die taz die Aufmerksamkeit darauf, dass unabhängiger Qualitätsjournalismus einen hohen Wert hat und bezahlt werden muss - im Internet, als ePaper, als Zeitung. Karl-Heinz Ruch betont noch einen anderen Aspekt der aktuellen Krise des Journalismus: Öffentlich-rechtliche Rundfunk- und Fernsehprogramme erfüllen dieselben Funktionen wie die freie Presse, die Presse genießt aber nicht deren Privilegien. "Bisher gibt es keinen gemeinnützigen Weg zur Finanzierung von Journalismus, die taz wird sich dafür engagieren, solche Wege zu finden."

In der taz von heute und auf taz.de: Artikel und Reportagen zum freiwilligen Bezahlen im Internet, zur Paywall und Pay-Wahl, eine Reportage aus der Kommune und ein Gastbeitrag von Stefan Plöchinger, Digitalchef der Süddeutschen Zeitung, zu seinem Verhältnis zur taz und warum er **taz.zahl ich** empfiehlt.

Amtsgericht  
Berlin-Charlottenburg  
92 HRB 14545

Geschäftsführer  
Karl-Heinz Ruch

Bankverbindungen  
Berliner Volksbank e.G.  
BLZ 100 900 00  
Konto 5662798039

Postbank Berlin  
BLZ 100 100 10  
Konto 27673100

Nachfragen an Karl-Heinz Ruch [kalle@taz.de](mailto:kalle@taz.de), Tel. 030-259 02-212 und Rieke Havertz, [havertz@taz.de](mailto:havertz@taz.de), Tel. 030-259 02 403.

Hier können Sie die Sonderseiten in der taz vom 9. März abrufen: [www.taz.de/binich](http://www.taz.de/binich)

Weitere Informationen zur Kampagne und zum Bezahlmodell taz.zahl ich finden Sie hier:

[www.taz.de/binich](http://www.taz.de/binich), [www.taz.de/tzi](http://www.taz.de/tzi) und [www.taz.de/tazzahlich](http://www.taz.de/tazzahlich)