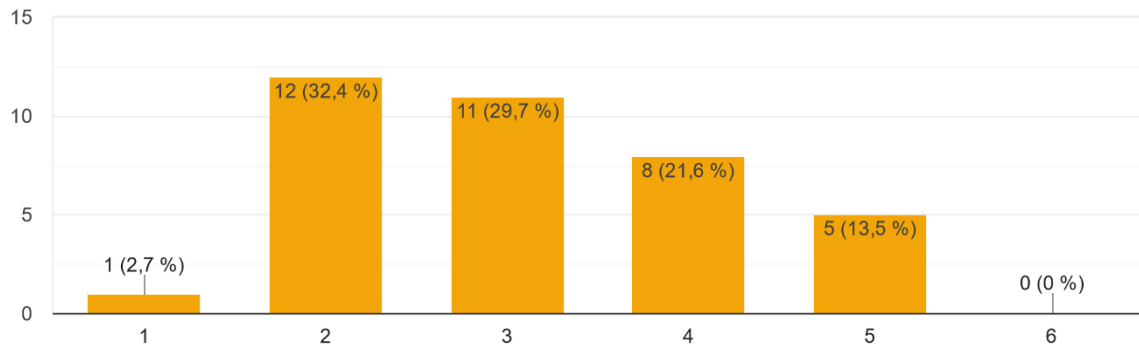


ANTWORT 1

Wie beurteilen Sie Ihre aktuelle, persönliche Situation als Reisejournalist:in bzw. als im Reisejournalismus Tätiger auf einer Skala von 1 bis 6?

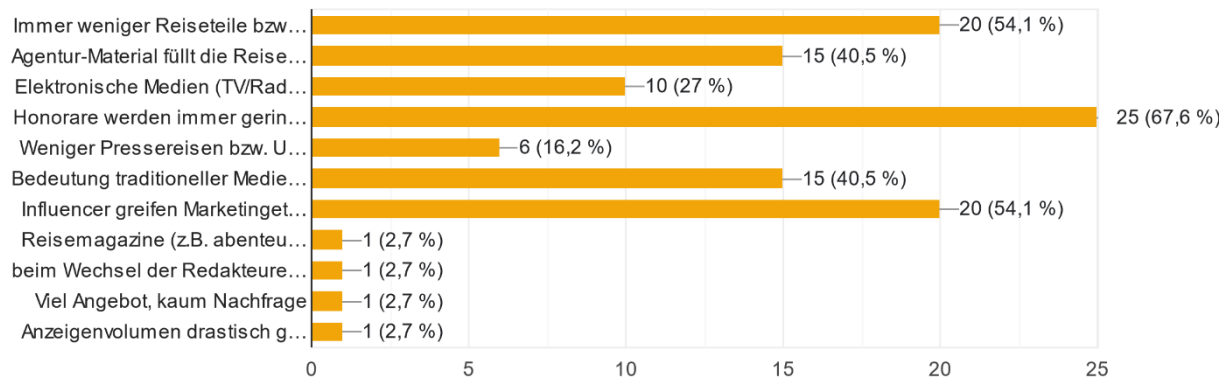
37 Antworten



ANTWORT 2

Was ist für Sie das größte Problem/Herausforderung für den Reisejournalismus?

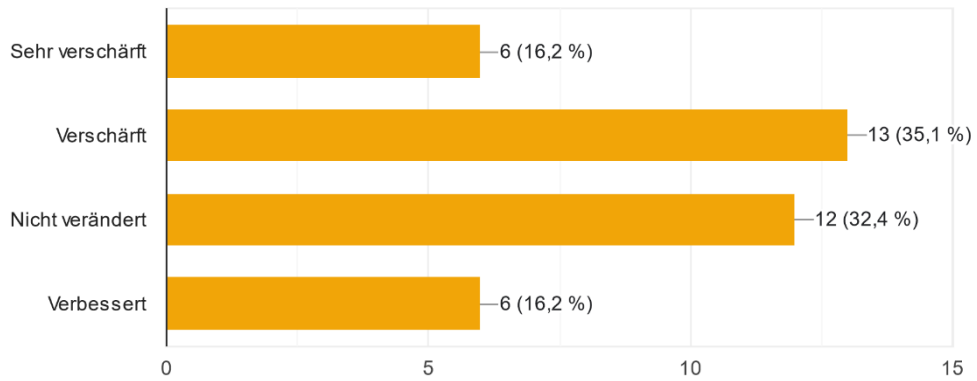
37 Antworten



ANTWORT 3

Hat die Corona-Pandemie für Sie persönlich die Situation/Entwicklungen

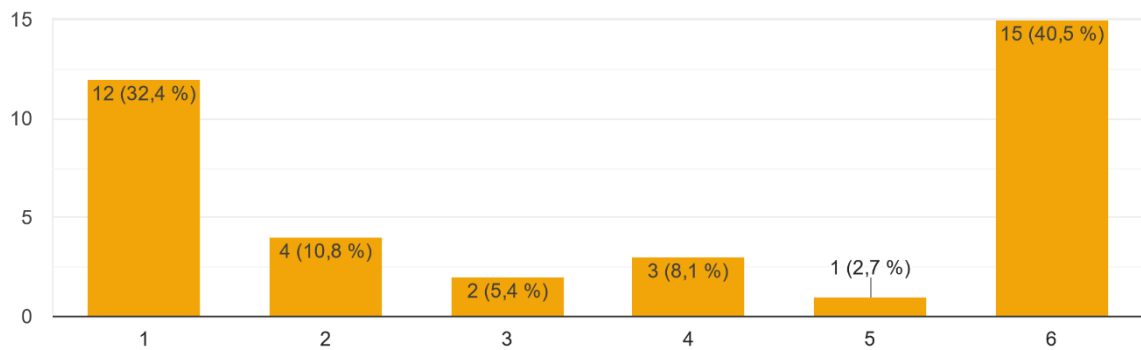
37 Antworten



ANTWORT 4

Welche dieser Aussagen treffen für Sie persönlich zu? Ich haben während der Pandemie staatliche Hilfe erhalten (z.B. Überbrückungshilfe, Kurzarbeitergeld)

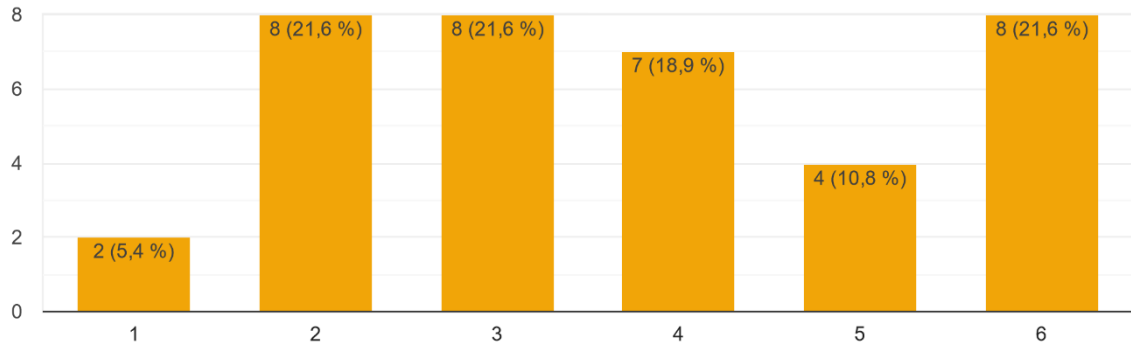
37 Antworten



ANTWORT 5

Während der Pandemie hat sich mein Themenmix und mein Kundenstamm verändert

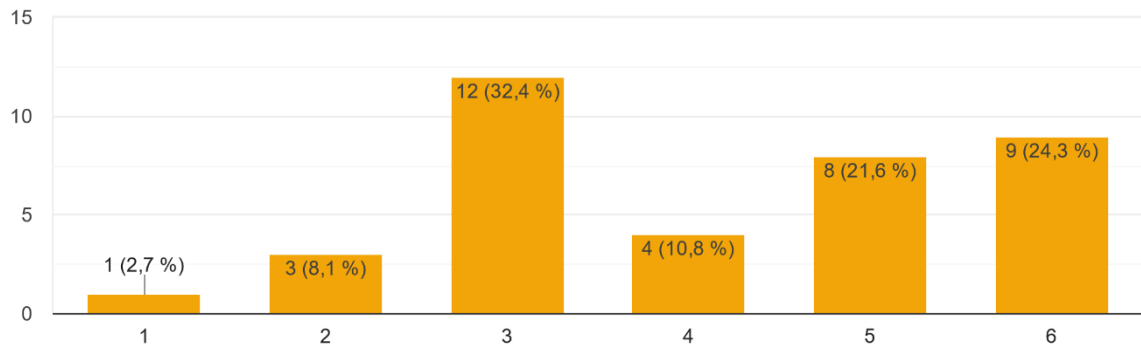
37 Antworten



ANTWORT 6

Die Pandemie hat meinen Themenmix und meinen Kundenkreis nachhaltig verändert

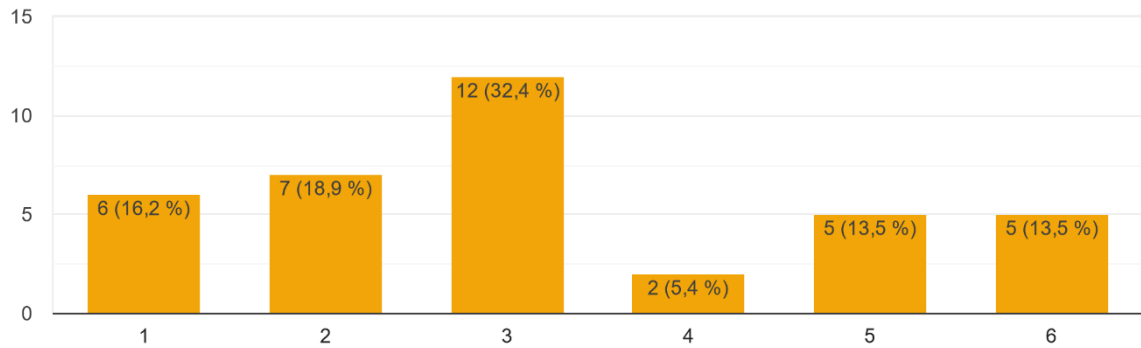
37 Antworten



ANTWORT 7

Mittlerweile herrscht wieder Business as usual

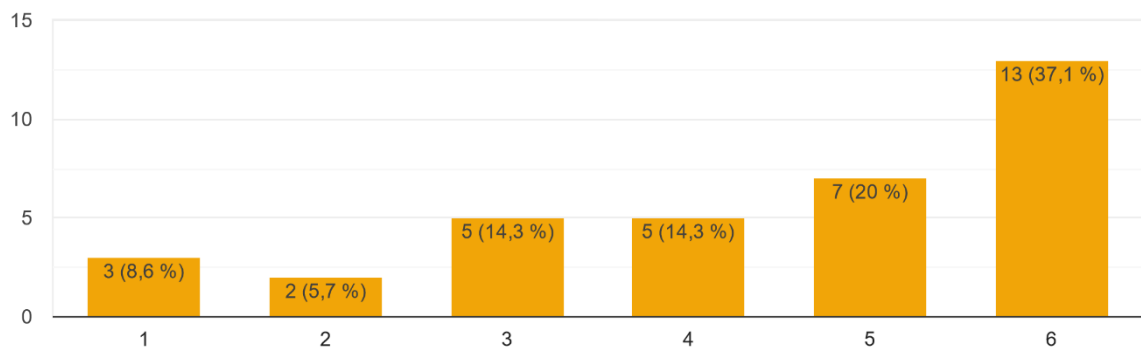
37 Antworten



ANTWORT 8

Ich kann von meiner Arbeit als Reisejournalist nicht leben und überlege, mich zu verändern.

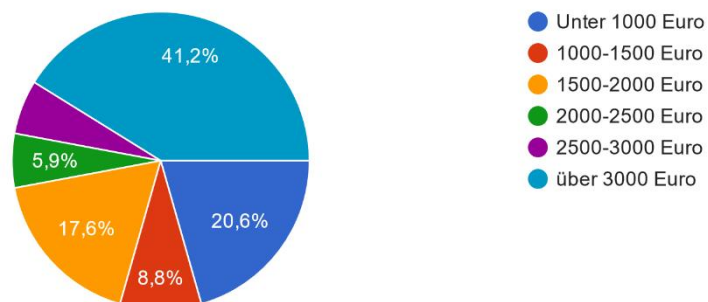
35 Antworten



ANTWORT 9

Was war Ihr monatliches Einkommen aus Reisejournalismus vor der Pandemie?

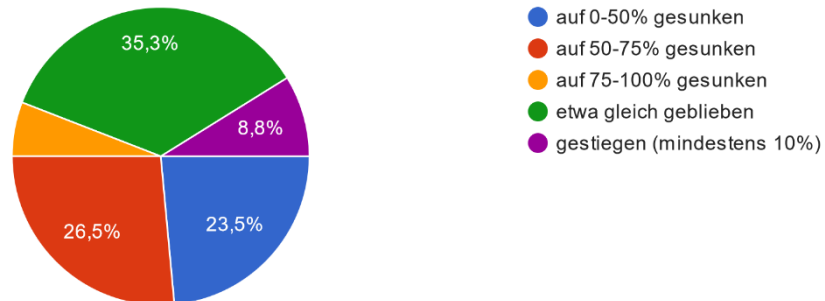
34 Antworten



ANTWORT 10

Wie ist Ihr monatliches Einkommen aktuell (im Vergleich zu oben)

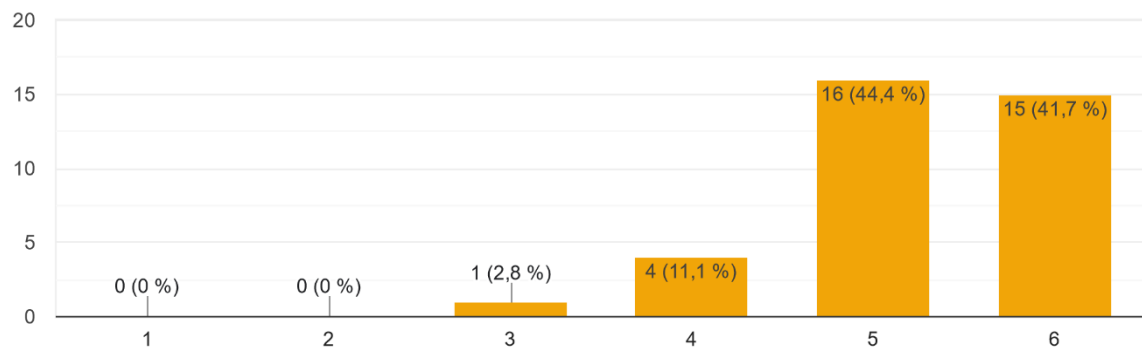
34 Antworten



ANTWORT 11

Welche Chancen sehen Sie für den Reisejournalismus als Berufszweig? Verlage werden Bedeutung „der Reise“ erkennen und für die finanzielle Ausstattung sorgen

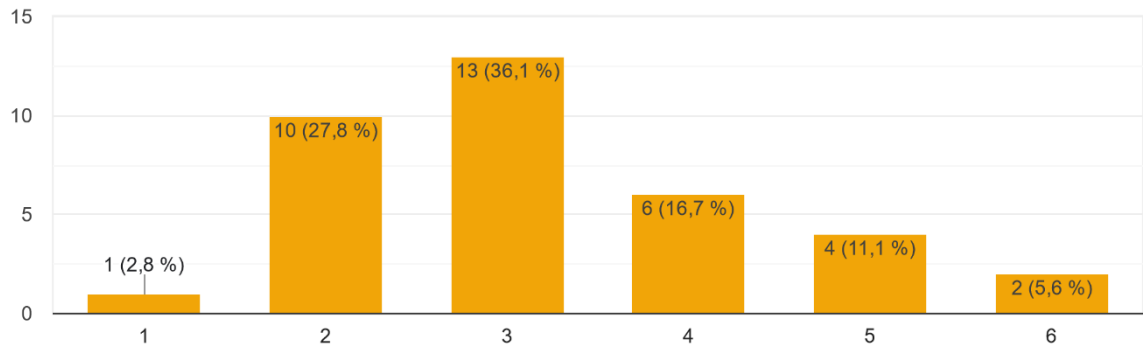
36 Antworten



ANTWORT 12

PR-Agenturen/Pressestellen werden wieder mehr unterstützen

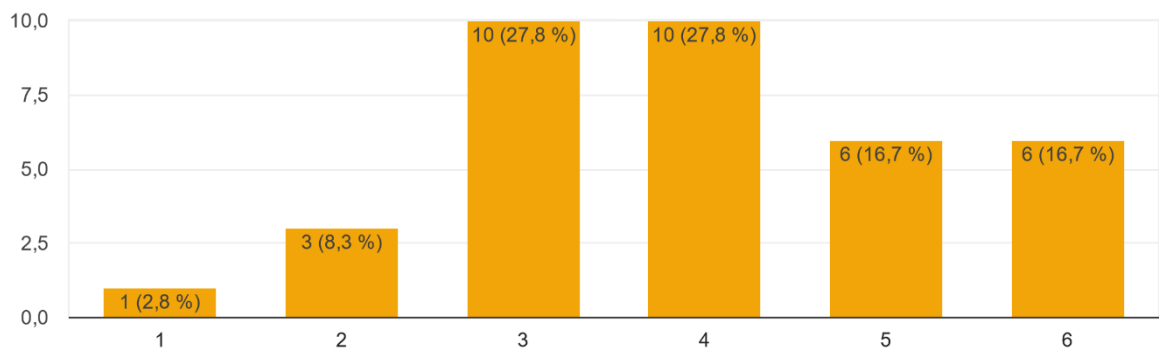
36 Antworten



ANTWORT 13

Anzeigenkunden werden zurückkehren und damit mehr Reiseseiten ermöglichen

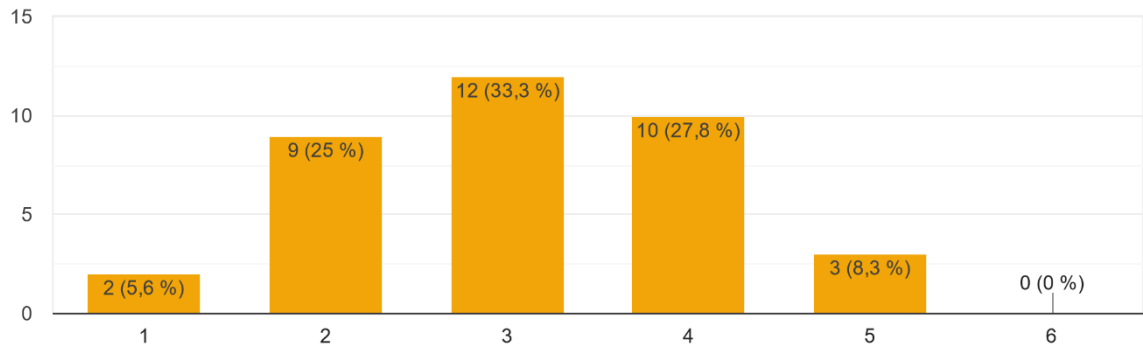
36 Antworten



ANTWORT 14

Wir werden neue Themen finden, die Leser begeistern

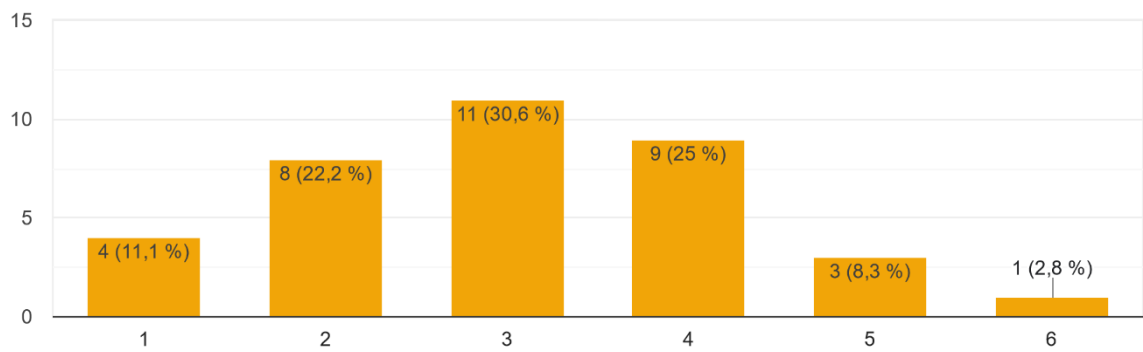
36 Antworten



ANTWORT 15

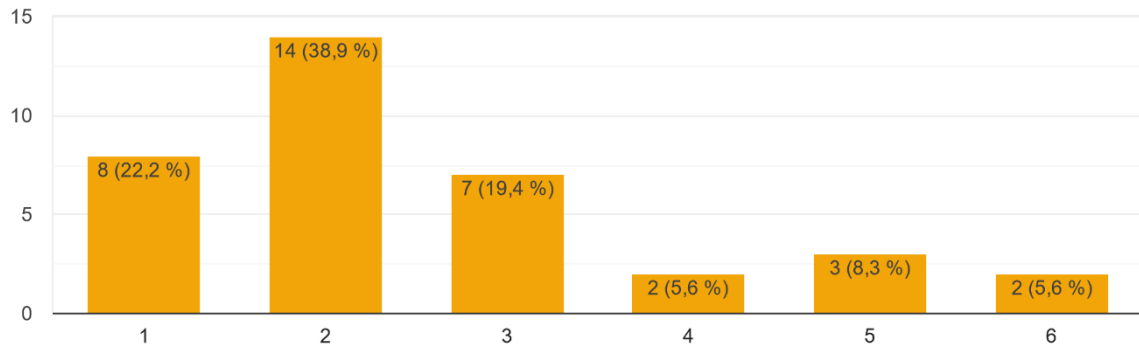
Wir werden neue „Abnehmer“ und neue Formen des Reisejournalismus finden

36 Antworten



ANTWORT 16

Das Thema Reise hat nur ressortübergreifend eine Chance (Wirtschaft, Umwelt, Lokales-Regionales, Lifestyle, Kultur, Geschichte)...er erweiterte Kenntnisse und Arbeitsweisen voraus
36 Antworten



ANTWORT 17

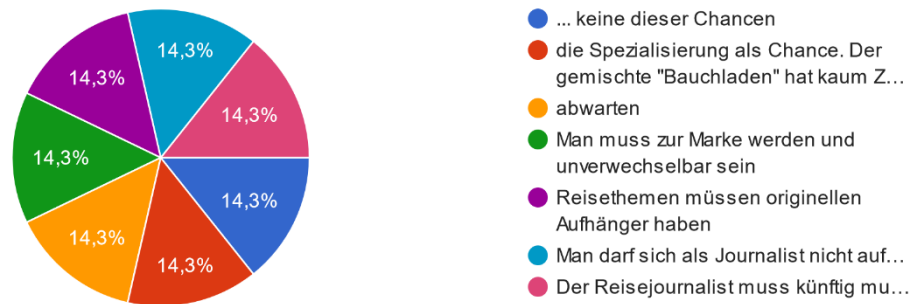
WEITERE ANTWORTEN zum THEMA

- PR-Textarbeit mag helfen, ist aber vermutlich nicht nachhaltig, da sich beide Bereiche auf die Dauer nur bedingt vereinbaren lassen
- Reiseberichte in Kunden- und/oder regional bezogenen Magazinen
- Redakteure sollten aufgeschlossener sein ungewöhnlichen Themen gegenüber
- Corporate Aufträge
- Zugspitze, originelle Themen, Themen, die Lesern Mehrwert bieten
- interessanten Blog, der Nische trifft, produzieren, oder auch mit Content-Agenturen kooperieren
- Webseiten von Reiseplattformen etc werden Content brauchen
- Nicht nur an den Reisetil denken. Viele der Themen, die über Reisen recherchiert werden, eignen sich auch für die Kultur, die Wirtschaft, die Wochenend-Magazine.

ANTWORT 18

ich sehe...

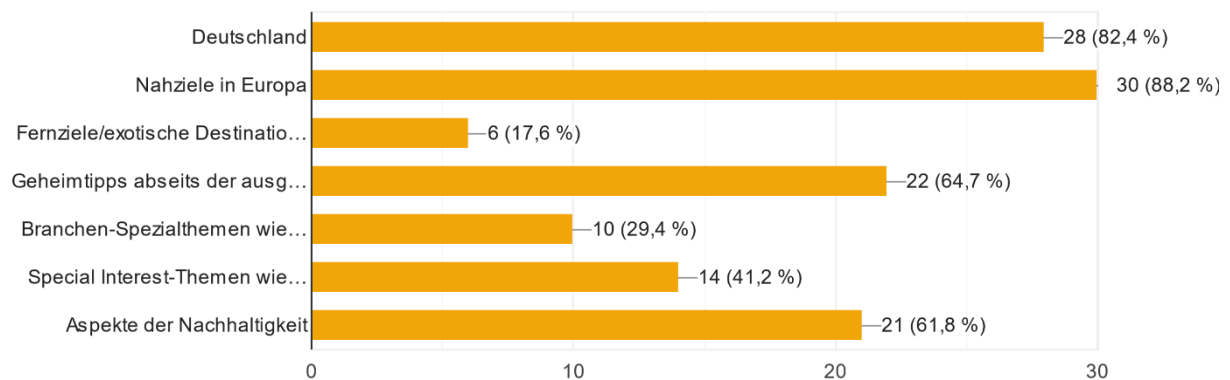
7 Antworten



ANTWORT 19

Werden diese Themen an Bedeutung gewinnen?

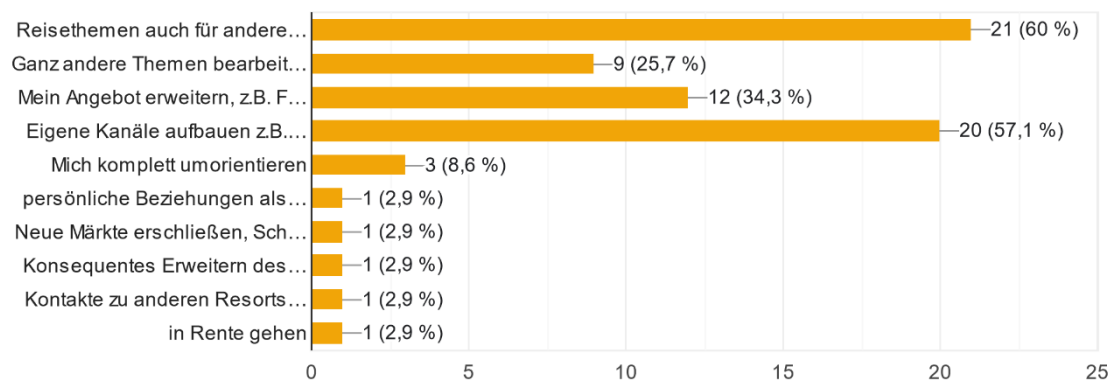
34 Antworten



ANTWORT 20

Diese Chancen sehen ich für mich ganz persönlich:

35 Antworten



ANTWORT 21

Was wäre Ihr Rat für junge Kolleg:innen: (*offene Frage*)

- Der RJ der Vergangenheit stirbt. Übergreifende Tätigkeit mit Spezialisierung mag Chancen haben.
- neben dem Reisejournalismus direkt auch einen anderen Job in einer völlig anderen Branche als 2. Standbein aufbauen. Es könnte ja mal nützlich sein...
- Nach Möglichkeit nach einem krisenfesteren Job Ausschau halten
- nicht nur auf Reisejournalismus fokussieren
- sich nicht auf Reisen spezialisieren
- Reisejournalismus nur als Hobby begreifen und mit gefragteren Sachen ihr Geld zu verdienen. Insbesondere sich nicht einreden zu lassen, dass es mit Selfpublishing schon gehen wird
- Reise nur als ein Thema von vielen zu sehen - oder sich zu spezialisieren
- Nicht auf Reisejournalismus kaprizieren. Besser mit zwei bis drei weiteren Standbeinen arbeiten.
- Online denken
- Netzwerken!! Persönliche Kontakte aufbauen und pflegen, sich spezialisieren, am wichtigsten ist das Thema, mit guten Themen ohne Scheu an viele Medien herantreten. Keine Antwort oder Absagen haben wenig Bedeutung, immer stoisch weiter anbieten. Anfragen kurz, freundlich und klar formulieren.
- Lass es bleiben, wenn du Geld verdienen willst. Mach es, wenn du für Reisen und Schreiben eine Leidenschaft hast, Zeit und Geld erübrigen kannst, dir ein starkes Netz aufzubauen, Kritik und Rückschläge resilient verarbeiten und dich als zuverlässige integre Persönlichkeit einbringen kannst.
- Mach was anderes
- Suchen Sie sich einen Brotberuf und werden Sie nicht Journalist.
- Definiere Dich als Journalist, der viel reist, nicht als Reisejournalist. Sofort siehst Du mehr Themen
- Sich nicht als klassischer Reisejournalist zu verstehen, der mal hier mal da auf Pressereise fährt. Gefragt ist vielmehr Spezialistentum hinweg. Dazu der Rat, sich nicht von Verlagen abhängig zu machen, sondern sich von Anfang an meinungsstark selbst zur Marke aufzubauen und entsprechend primär eigene Kanäle aufzubauen. So wird man als Autor dann auch für die "Verlage" plötzlich wieder interessant und kann auf wundersame Weise sogar seine Honorare selbst bestimmen.
- Breit, nein, besser noch: breitestmöglich aufstellen: viele Medien, viele Themen, aber auch viele Medienarten wie Print/Social/TV etc.
- Don't do it
- Stellen Sie sich breit auf und machen Sie sich bei den digitalen Medien kundig.
- Diversifizieren, ständige Weiterbildung, dran bleiben an Social Media
- suche Dir einen USP, eine Besonderheit, Nische, Expertise o.ä., was Dich weniger austauschbar/ersetzbar macht; baue Dir nachhaltig und langfristig einen Ruf auf, damit Du für ein bestimmtes Themengebiet oder bestimmte

Inhaltsarten bekannt und etabliert bist. Der klassische Bauchladen "ich mach' alles, was irgendwie Reise ist", wird immer weniger funktionieren.

- macht was anderes
- Auf Themen spezialisieren: zum Beispiel Wandern, Radfahren, Deutschland, Fernreisen etc. - Redakteuren fehlen gute Texte mit Expertise, die sich zum Beispiel in Printprodukten von der häufigen Belanglosigkeit vieler Geschichten abheben. Freie junge Kollegen und Kolleginnen sollten versuchen, ein monatliches Grundeinkommen abzusichern. Im besten Falle bei einem Verlag.
- Sucht Euch einen Job mit nachhaltigen Chancen
- Mit Leidenschaft an die Arbeit gehen, aber unbedingt einen Plan B haben oder diesen entwickeln.
- Nicht in den Printjournalismus zu gehen.
- Breiter aufstellen, viel Hintergrundwissen aneignen

ANTWORT 22

Was müssen wir für uns in der VDRJ leisten um zukunftsfähig zu werden / zu bleiben:

- Stärken von Solidarität, Ausbauen des Netzwerks, Zusammenarbeit mit Gewerkschaften
- stärkere Interessenvertretung für die (freien) Journalisten, statt sich den PR-Agenturen anzudienen.
- Netzwerke schaffen, als Interessenverband auftreten
- noch mehr Workshops anbieten, das Gespräch mit den Verantwortlichen in Reiseressorts bei digitalen Medien, bei Print und Sendern suchen. Das Modell "umsonst schreiben" noch viel stärker anprangern, involvierte Medien namentlich nennen
- uns gegenseitig zu helfen
- Was fragt ihr da mich? Wenn der Vdrj-Vorstand das selbst nicht weiss, ist das kein gutes Zeichen.
- Qualitäts-Diskussion. Nur ein Beispiel: es ist erschreckend, dass es noch nie ein Mitglied geschafft hat, einen Columbus-Print Preis zu erhalten. Viele im Journalistenkreis wurschteln medioker seit Jahren (Jahrzehnten) auf einem "I bin aa dabei"-Niveau herum, ohne wirklichen Antrieb, sich massiv in Themenfindung, Sprache und Dramaturgie zu verbessern..., und wundern sich dann, dass sie immer weniger gebraucht werden. Wunschtraum wäre es, die VDRJ wäre ein Gütesiegel (wie die Mitgliedschaft in der Deutschen Gesellschaft für Photographie). Aber wenn heute junge KollegINNen sich die Mitgliederliste und deren journalistischen Output anschauen, dann fragen sie sich zurecht, was soll ich von denen lernen können...? Grundübel des Journalistenkreises: er lebt überwiegend in der kleinen Blase des regionalen Print-Reisejournalismus und hat kein Interesse, sich neue Formen anzuschauen - oder zu respektieren, was teilweise für hervorragender Online, Radio und Film-Journalismus sich entwickelt hat, der von den Fertigkeiten und Anforderungen Universen über der eigenen Tätigkeit steht. Das eigene schwache Licht wird zum

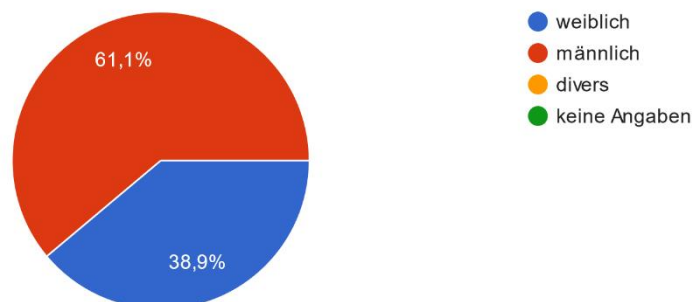
Zentrum der reisejournalistischen Welt erklärt. Deshalb ist die Vereinigung auch so unattraktiv für andere Medien.

- Mehr Solidarität, mehr Networking, mehr Aktivität, konstruktive und zielführende Diskussionen auch mit den Kollegen aus unserem PR-Kreis. GEMEINSAM statt EINSAM
- Professionelle Blogger berücksichtigen
- Offen, flexibel und jenseits aller Kategorien denken.
- Ich bin als Nichtmitglied leider zu wenig im Bilde
- peppiger sein; nicht zu viel und zu lange um den heißen Brei reden; mehr Kollegen für eine Mitgliedschaft gewinnen, weil diese Vorteile bringt
- eine Aufstellung finden, die nicht mehr allein am Reisejournalismus hängt
- Ich weiss es nicht.
- Mehr multi-medial denken. Influencer ernst nehmen und einbinden.
- mehr junge Leute für die Vereinigung interessieren und ihr Engagement schätzen
- weniger Formalismen und Alteingefahrenes, das Ressourcen bindet; mehr Austausch untereinander, Netzwerken, unterstützen und weniger Erwartungshaltung gegenüber "dem Verein" oder "dem Vorstand" gegenüber a la ADAC: "Was kriege ich für meinen Mitgliedsbeitrag?"
- zumindest mal in dieser Frage Kommafehler unterlassen
- Nicht so viel jammern, die Zeiten ändern sich. Und das war immer so.
- Mehr Engagement der Jungen/Mindset ändern, sprich: Die „guten, alten“ Zeiten kommen nicht zurück
- Noch enger zusammenarbeiten und die Kompetenzen nutzen, die wir in den eigenen Reihen haben.

Persönliche Angaben:

Persönliche Angaben:

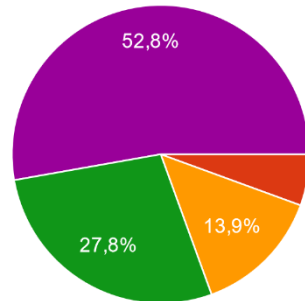
36 Antworten



Alter:

Alter

36 Antworten

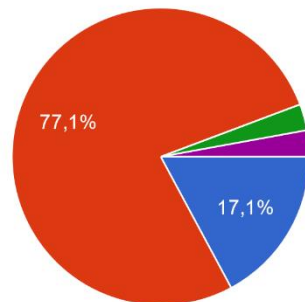


- Unter 30 Jahre
- 30-40 Jahre
- 40-50 Jahre
- 50-60 Jahre
- über 60 Jahre

Haupttätigkeit:

Haupttätigkeit

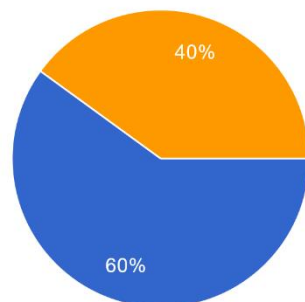
35 Antworten



- Redakteur:in
- Freie:r Journalist:in
- Blogger:in
- Blogger + Freier Journalist
- eigener Verlag als Einzelunternehmer

VDRJ-Mitglied?

35 Antworten



- Ja, Journalistenkreis
- Ja, PR-Kreis
- Nein