

VDRJ-UMFRAGE MIT ERGEBNISSEN

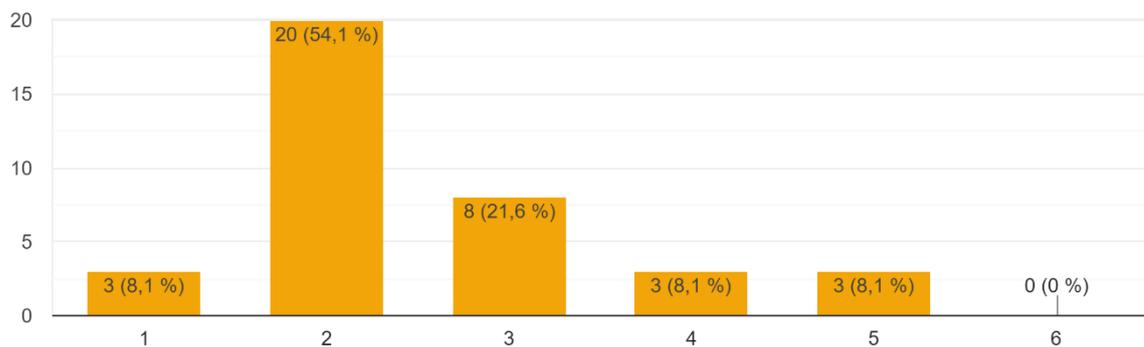
SITUATION DER TOURISTIK-PR: PROBLEME + CHANCEN

Die Vereinigung Deutscher Reisejournalisten VDRJ will mit dieser Umfrage erfahren, wie Sie bisher die Pandemie überstanden haben und welche Probleme und Chancen Sie für Ihre berufliche Zukunft in der Touristik-PR – sei es Pressestelle oder Agentur - sehen. Die Ergebnisse der Umfrage werden nur in zusammengefasster und anonymer Form zur Verfügung gestellt.

- 1. Wie beurteilen Sie Ihre aktuelle, persönliche Situation in der Touristik-PR auf einer Skala von 1 bis 6? 1= hervorragend, bin sehr zufrieden – 6 = sehr schlecht, bin äußerst unzufrieden**

Wie beurteilen Sie Ihre aktuelle, persönliche Situation in der Touristik-PR auf einer Skala von 1 bis 6?

37 Antworten

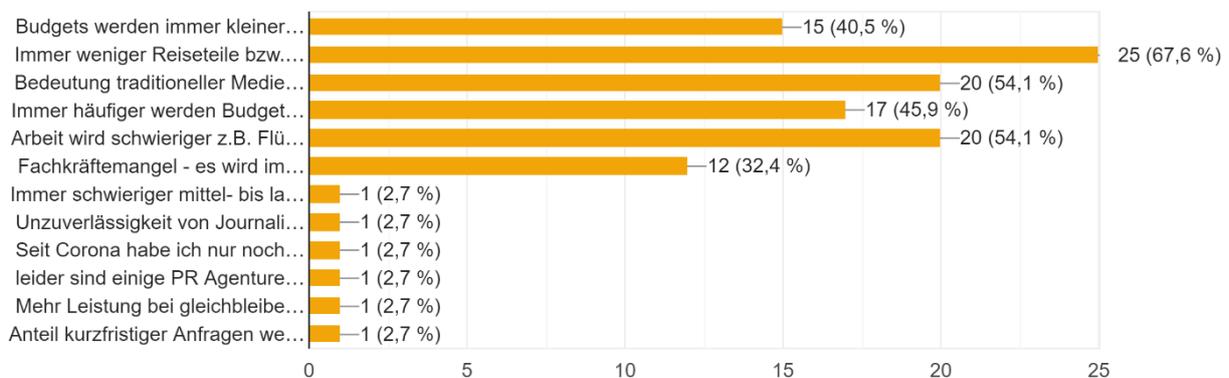


2. Was ist für Sie persönlich das größte Problem/Herausforderung in der Touristik-PR? (Mehrfachnennungen möglich)

- Budgets werden immer kleiner bzw. Honorare immer geringer
- Immer weniger Reisetage bzw. Reisetage werden immer kleiner und Elektronische Medien (TV/Radio) reduzieren Reisesendungen und Reiseberichterstattung
- Bedeutung traditioneller Medien als Informationsquelle schwindet
- Immer häufiger werden Budgets für Kooperationen benötigt z.B. mit Bloggern, Influencern
- Arbeit wird schwieriger z.B. Flüge und Kosten in der Destination teurer, Flugstreichungen – dies macht Pressereisen schwierig oder unmöglich
- Fachkräftemangel - es wird immer schwieriger qualifizierte Mitarbeiter:innen zu finden
- Andere Probleme – welche:

Was ist für Sie persönlich das größte Problem/Herausforderung in der Touristik-PR?
(Mehrfachnennungen möglich)

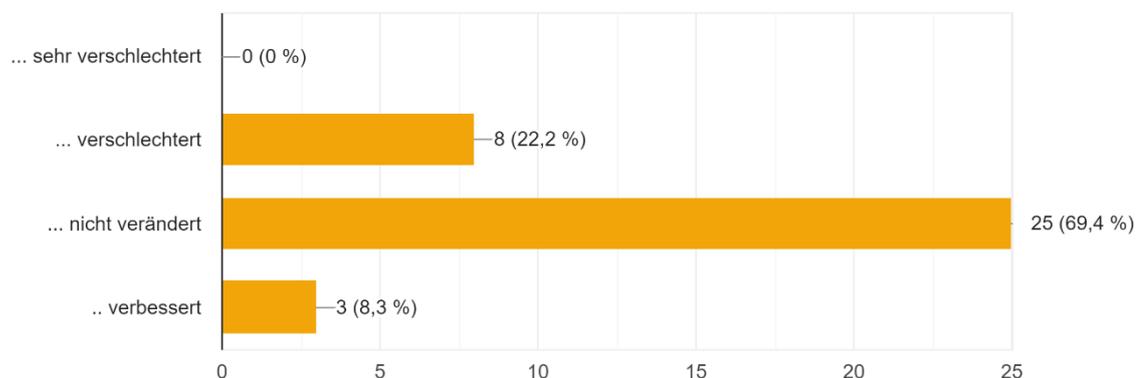
37 Antworten



3. Hat die Corona-Pandemie ihre persönliche, berufliche Situation

Hat die Corona-Pandemie ihre persönliche, berufliche Situation...

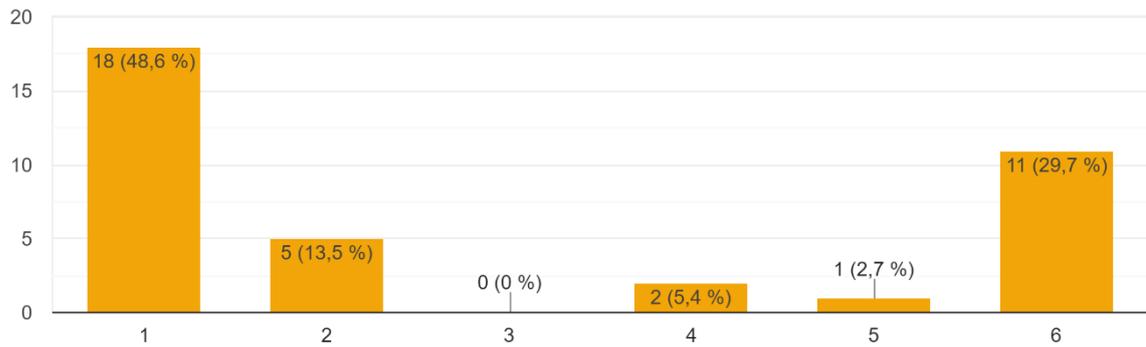
36 Antworten



4. Welche dieser Aussagen treffen für Sie persönlich zu? Skala von 1 bis 6? 1= trifft 100% zu bis 6 = trifft gar nicht zu

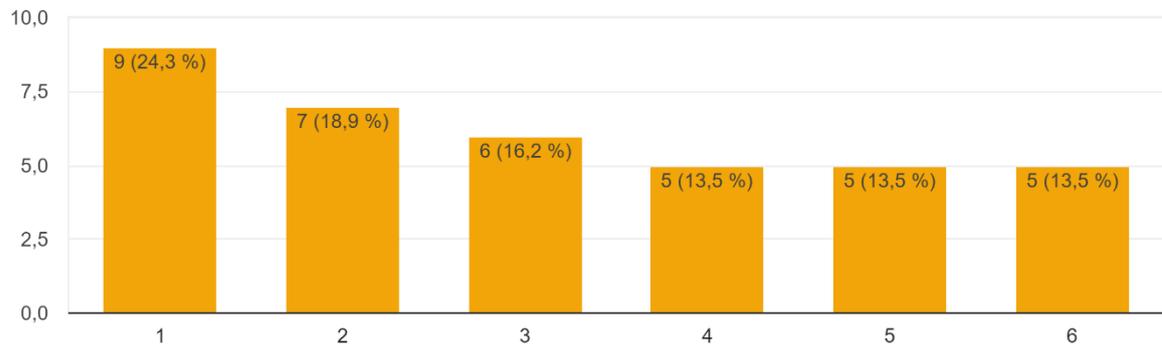
Welche dieser Aussagen treffen für Sie persönlich zu? Ich/Unser Unternehmen habe/hat während der Pandemie staatliche Hilfe erhalten (z.B. Überbrückungshilfe, Kurzarbeitergeld)

37 Antworten



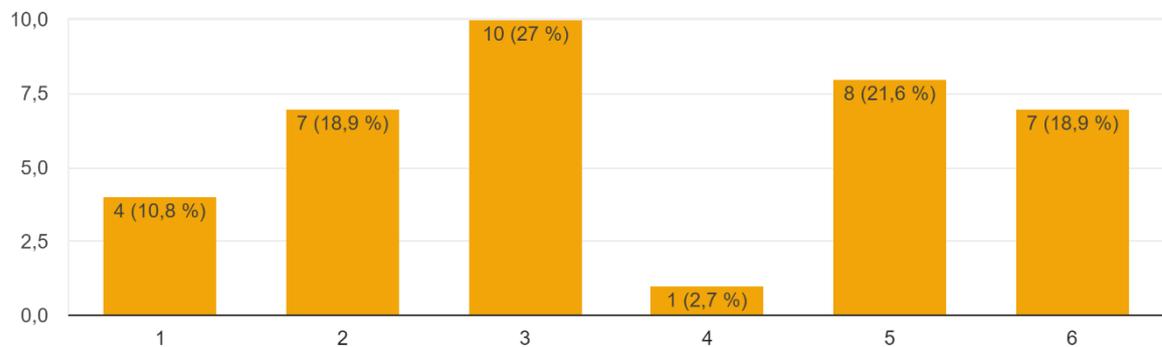
Während der Pandemie hat sich mein Arbeitsfeld verändert

37 Antworten



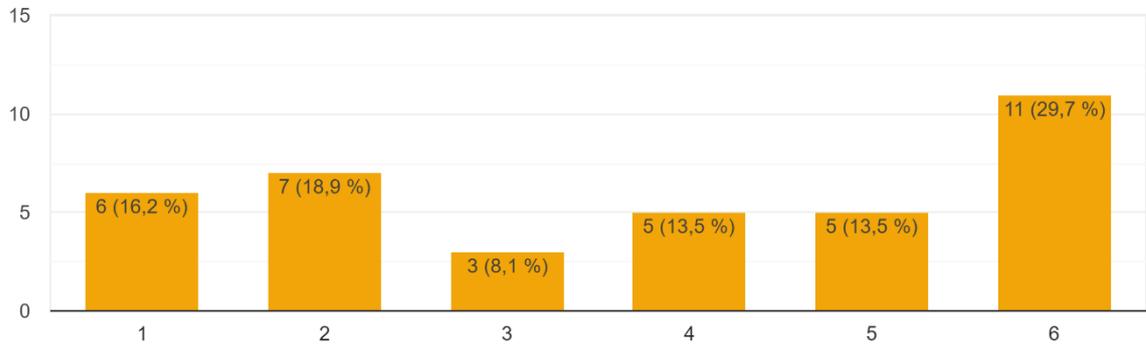
Die Pandemie hat mein Arbeitsfeld nachhaltig verändert

37 Antworten



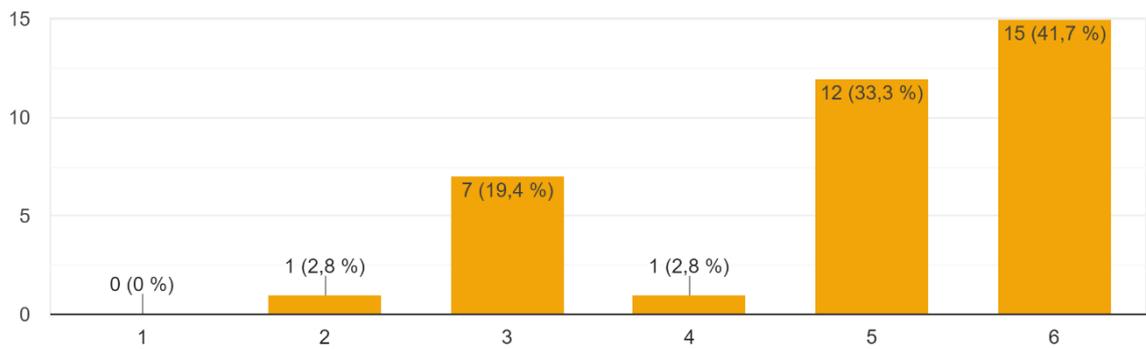
Während der Pandemie habe ich erheblich weniger verdient

37 Antworten



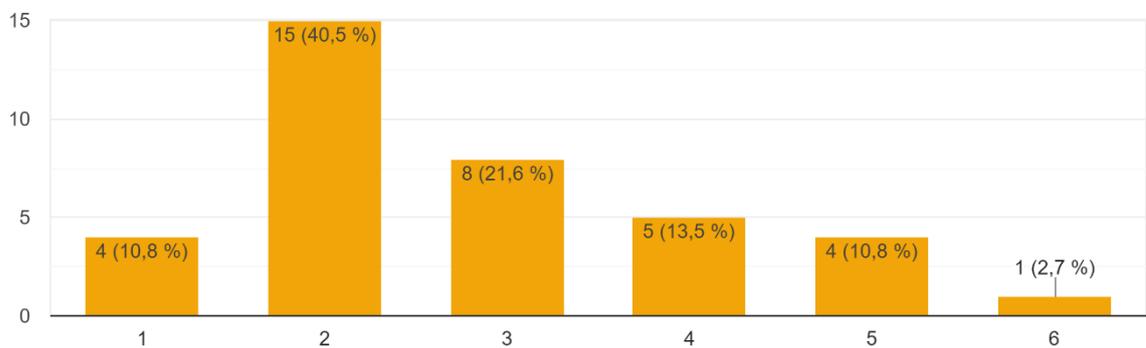
Durch die Pandemie werde ich auch zukünftig erheblich weniger verdienen

36 Antworten



Mittlerweile herrscht wieder Business as usual

37 Antworten

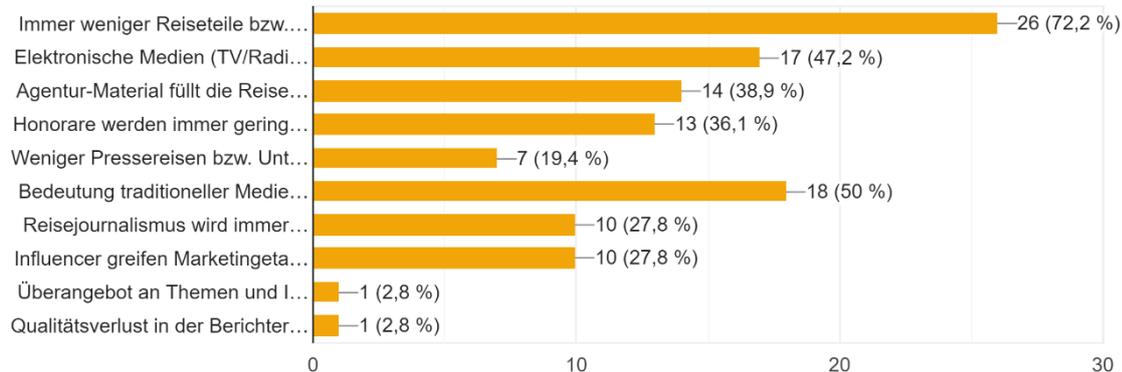


5. Was ist für Sie persönlich das größte Problem/Herausforderung im Reisejournalismus? (Mehrfachnennungen möglich)

- Immer weniger Reisetage bzw. Reisetage werden immer kleiner
- Elektronische Medien (TV/Radio) reduzieren Reisesendungen und Reiseberichterstattung
- Agentur-Material füllt die Reiseseiten – weniger Artikel werden selbst recherchiert oder angekauft
- Honorare werden immer geringer und Konditionen immer schlechter
- Weniger Pressefahrten bzw. Unterstützung bei Recherchen
- Bedeutung traditioneller Medien als Informationsquelle schwindet – immer wichtiger werden Online / Podcast / youtube sowie Blogger
- Reisejournalismus wird immer mehr online stattfinden. Traditionelle Vergütungen fallen weg.
- Influencer greifen Marketingetats ab (Aufgrund der Werbebotschaft und schicker Aufmachung werden sie von touristischen Dienstleistern immer stärker genutzt).
- Andere Probleme – welche:

Was ist für Sie persönlich das größte Problem/Herausforderung im Reisejournalismus?
(Mehrfachnennungen möglich)

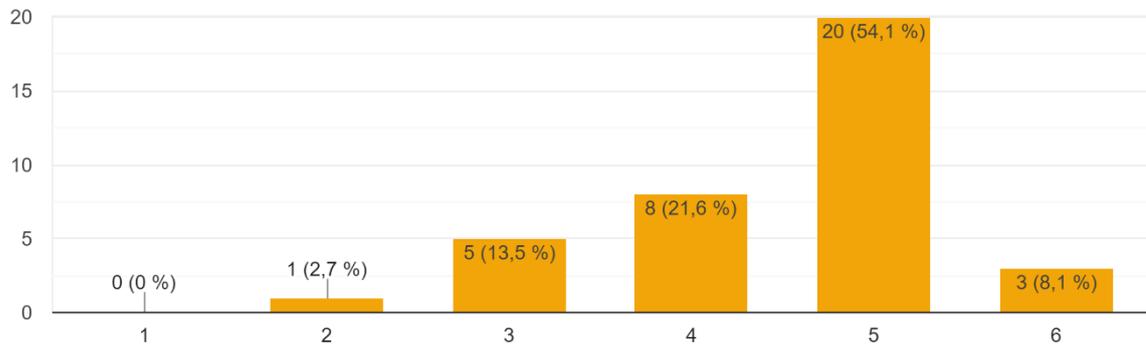
36 Antworten



**6. Welche Chancen sehen Sie für den Reisejournalismus als Berufszweig?
Skala von 1 bis 6? 1= trifft 100% zu bis 6 = trifft gar nicht zu**

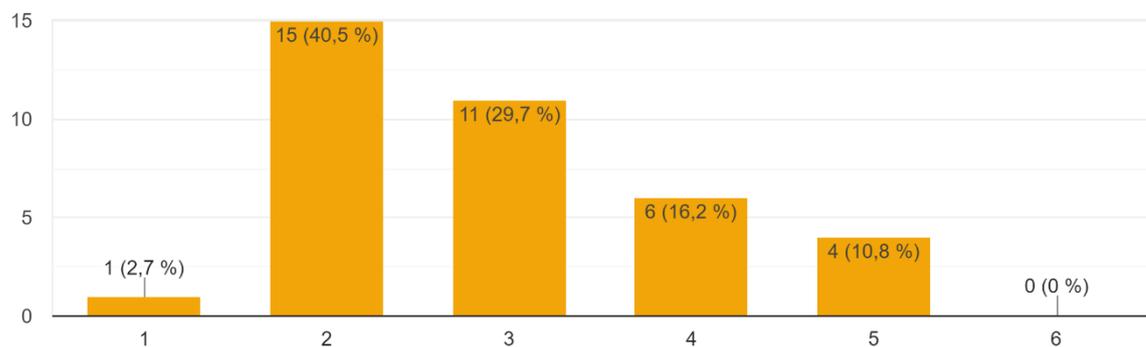
Welche Chancen sehen Sie für den Reisejournalismus als Berufszweig? Verlage werden Bedeutung „der Reise“ erkennen und für die finanzielle Ausstattung sorgen

37 Antworten



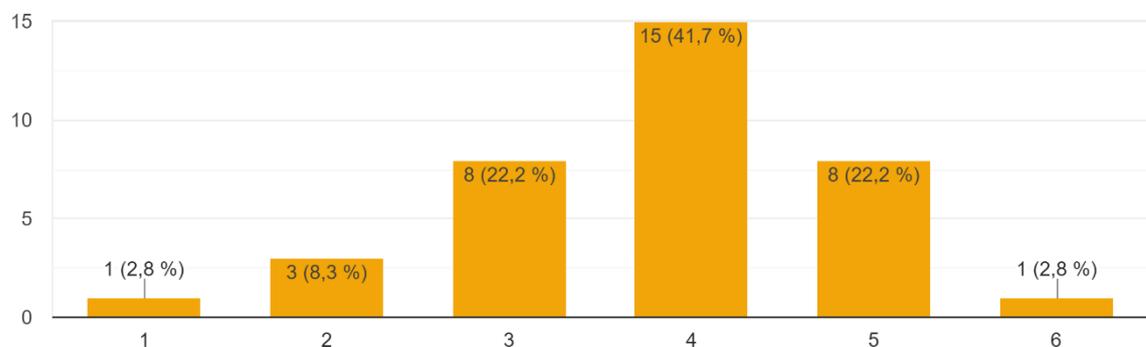
PR-Agenturen/Pressestellen werden wieder mehr unterstützen

37 Antworten



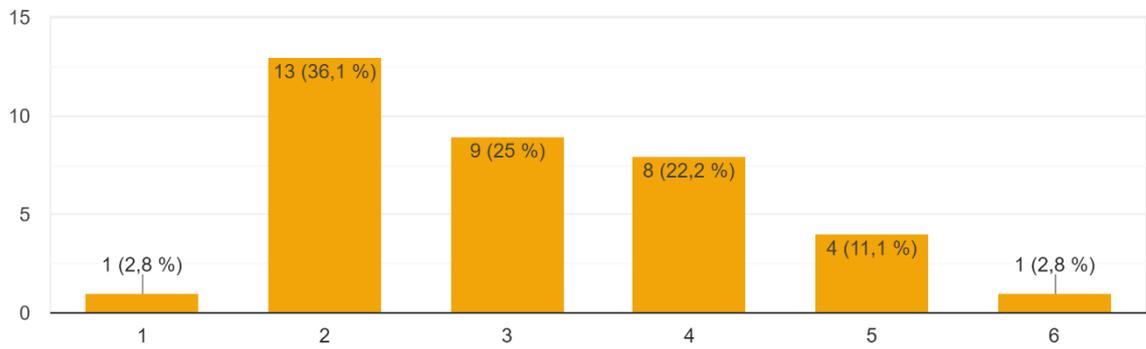
Anzeigenkunden werden zurückkehren und damit mehr Reiseseiten ermöglichen

36 Antworten



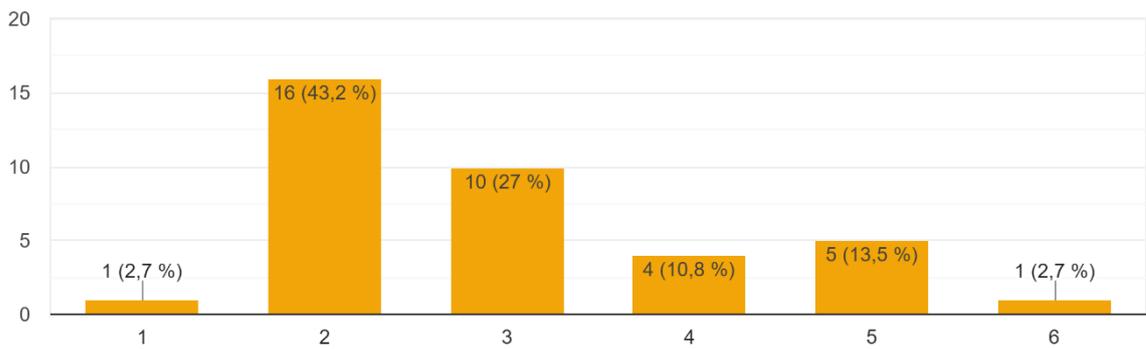
Journalisten werden neue/andere Themen finden, die Leser begeistern

36 Antworten



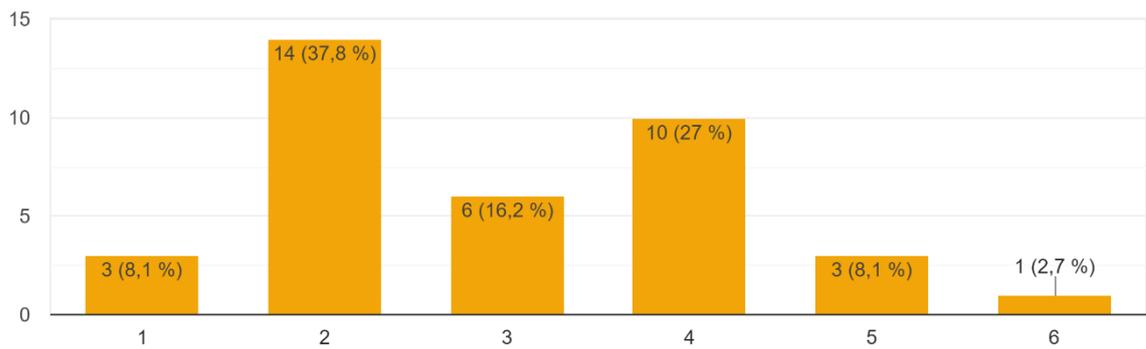
Journalisten werden neue „Abnehmer“ und neue Formen des Reisejournalismus finden

37 Antworten



Das Thema Reise wird ressortübergreifend wichtiger (z.B. Wirtschaft, Umwelt, Lokales-Regionales, Lifestyle, Kultur, Geschichte)

37 Antworten



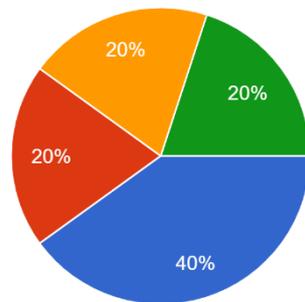
- **Andere Chancen**

5 Antworten

- individuelle Qualität setzt sich durch
- Rechercheisen für Freischaffende so gestalten, dass mehrere Geschichten aus eine Reise rauskommen
- Reisejournalisten planen selbstständiger und ggf. auch multimedialer
- Für uns hat die Krise enorm viel kreatives Potential gezeigt: große Anzahl an Buchprojekten (keine Reiseführer), dazu spannende Themen in der Printpresse. In der Summe weitaus mehr Anfragen als in ´normalen´ Zeiten, viele große Medien und sehr schnelle Rückläufe. Und: mehr Budget von der Zentrale. Es ist nicht alles schlecht.
- Das Betätigungsfeld wird breiter werden. Es reicht nicht mehr gut zu schreiben. Man muss dazu Fotografie und die Onlinewelt bedienen können.

ich sehe...

5 Antworten



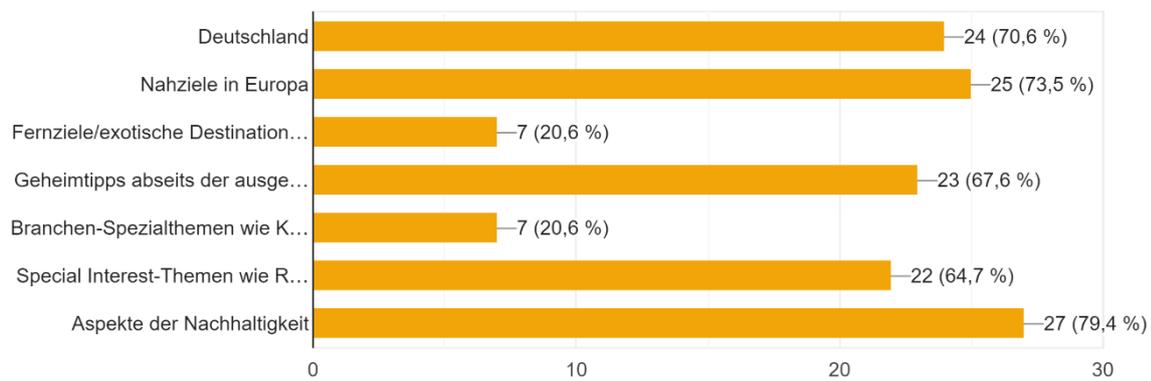
- ... keine dieser Chancen
- Leute googeln viel selbst bzw. nutzen Empfehlugen zu Reisezielen von Freunden
- vor allem geht der Anteil an klassischen (ausgebildeten) Reisejournalist zurück
- freie Arbeitsplätze - unbefristet

7. **Werden diese Themen journalistisch – und damit für die PR - an Bedeutung gewinnen oder verlieren?** (Optionen: Gewinnen – gleichbleiben – verlieren)

- Deutschland
- Nahziele in Europa
- Fernziele/exotische Destinationen
- Geheimtipps abseits der ausgetretenen Pfade
- Branchen-Spezialthemen wie Kreuzfahrt, Airlines, Hotels
- Special Interest-Themen wie Reisen mit Kindern, Reisen mit Haustieren
- Aspekte der Nachhaltigkeit

Werden diese Themen journalistisch – und damit für die PR - an Bedeutung gewinnen oder verlieren?

34 Antworten

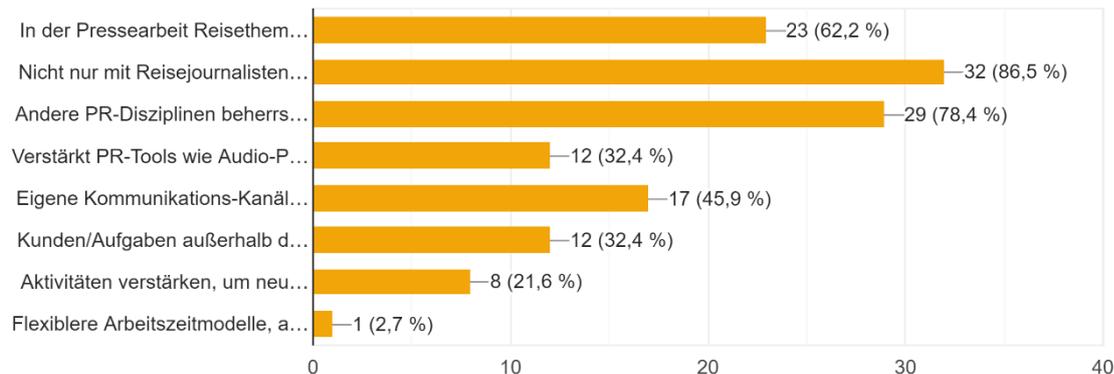


8. Diese Chancen und Entwicklungen sehe ich für mich ganz persönlich in der Touristik-PR: (Mehrfachnennungen möglich)

- In der Pressearbeit Reisetemen auch für andere Resorts aufbereiten z.B. Vermischtes/Buntes, Auto, Gesundheit
- Nicht nur mit Reisejournalisten arbeiten, sondern auch mit Medienvertretern aus Bereichen wie Lifestyle, Kultur, Lokales, Wirtschaft etc.
- Andere PR-Disziplinen beherrschen/anbieten z.B. Social Media, Events, Marketing-Services (also nicht klassische Pressearbeit)
- Verstärkt PR-Tools wie Audio-Preskits, Videos anbieten
- Eigene Kommunikations-Kanäle wie Blog, Podcasts entwickeln
- Kunden/Aufgaben außerhalb der Touristik für weitere Standbeine suchen
- Aktivitäten verstärken, um neue Mitarbeiter zu gewinnen
- Etwas ganz anderes:

Diese Chancen und Entwicklungen sehe ich für mich ganz persönlich in der Touristik-PR:
(Mehrfachnennungen möglich)

37 Antworten



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

9 Antworten

1. mehrere Standbeine entwickeln
2. Wenn ihr dafür brennt, bleibt "trotzdem" in der Branche.
3. zeigt mehr Mut und geht in die Welt,
4. digitalen fokus setzen. und viel lesen
5. Fokus auf Socual Media und Online
6. kreativ sein, ausgetretene Pfade verlassen, selbst professionell recherchieren, um neue Themen zu entwickeln,
7. proaktiv Themen/Ideen für eine Recherche anbieten und dabei offen für verschiedene Kanäle sein
8. Engagiert euch! Bildet euch eine Meinung und entscheidet. Wartet nicht ab, dass man euch sagt, was ihr zu tun habt, sondern entwickelt Eigeninitiative und treibt Projekte voran. Querdenken ist erlaubt.
9. Sich spezialisieren, kompetent für ein Gebiet , zB Luftfahrt, Kreuzfahrt sein

10. Was müssen wir für uns in der VDRJ leisten, um zukunftsfähig zu werden / zu bleiben: (offene Frage)

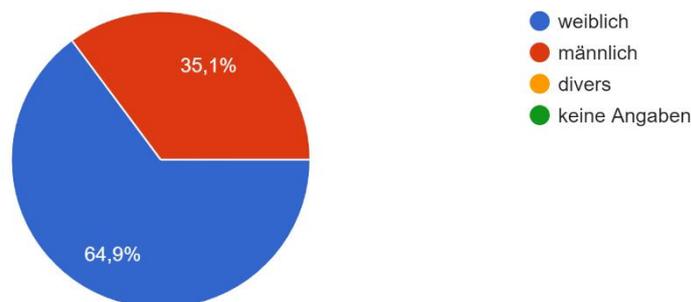
12 Antworten

1. Die großen Themen aufgreifen: Reisen muss nachhaltiger (und insgesamt weniger/bewusster) werden, wenn der Planet nicht vor die Hunde gehen soll. Schurkenstaaten sollten als Reiseziele tabu sein...
2. Mehr erfolgreiche Blogger und Influencer aktiv anschreiben und aufnehmen damit die PR Leute auch dazu Kontakte knüpfen können und alle von diesen neuen Feldern lernen können
3. mehr Eigen-PR
4. Mehr Mitarbeit der Mitglieder
5. eine passive mitgliedschaft für nicht mehr vollzeitbeschäftigte journalist*innen
6. Abhängigkeit zwischen Journalismus und Pressestellen klarer machen bzw Bindung zwischen beiden Seiten stärken
7. mehr junge Menschen gewinnen, attraktiv für junge Menschen werden
8. Die Vereinigung durch mehr Kontakt zum echten Netzwerk machen und die Schwächen des Journalistenkreises (Überalterung, berufliche Tätigkeit oft nicht klar bis fragwürdig..) aufzeigen und hier wieder mehr Professionalität zu erreichen
9. Zusammenarbeit mit Pressestellen deutscher Tourismusorganisationen; sich dem Thema widmen, wie es besser gelingt, deutsche Reiseziele in die Medien zu bringen und welche Unterstützung dabei Pressestellen touristischer Organisationen leisten können
10. Die ganzen Diskussionen müssten weit mehr die jüngere Generation in den Focus nehmen.
11. Wie können wir jüngere Menschen für unseren Verband begeistern? Manche immer wiederkehrende Diskussion vor allem der älteren Generation ist wenig hilfreich - zum Beispiel um das Printmagazin. Neue Formate ausprobieren, die mehr Diskussionen ermöglichen - Barcamps.

Persönliche Angaben:

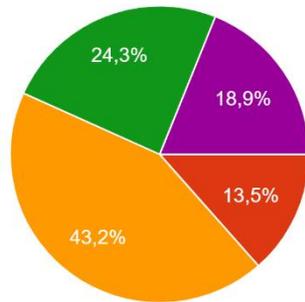
Persönliche Angaben:

37 Antworten



Alter

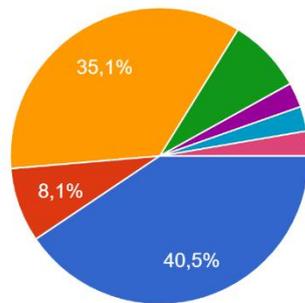
37 Antworten



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

Haupttätigkeit

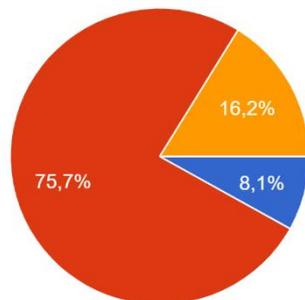
37 Antworten



- Agenturinhaber:in
- Agenturmitarbeiter:in
- Pressestelle Leiter:in
- Pressestelle Mitarbeiter:in
- Selbstständige PR-Beraterin
- Blogger und Journalist
- Redaktionsbüro

VDRJ-Mitglied?

37 Antworten



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

Dankeschön!