

---

# Medienkonzept der VDRJ

## Vorschlag des Vorstandes an die Mitglieder

Der Vorstand wurde von der HV 2021 gebeten, ein Konzept zu entwickeln, wie die Außenkommunikation der VDRJ an die interessierte (Fach)-Öffentlichkeit künftig aussehen soll.

Vor einer Empfehlung an die Mitglieder hat der Vorstand sich grundsätzlich Gedanken gemacht, welches Ziel dieser mediale Auftritt haben würde. Denn wie jedes Medienprodukt sich vor der Entstehung die grundsätzliche Frage stellen muss, welcher Markt, welche Zielgruppe, welche Nische erreicht werden soll für einen wirtschaftlichen Erfolg, so muss sich auch die VDRJ die Frage stellen, was will - zuvorderst - die touristische Branche von der VDRJ geliefert bekommen?

Braucht es in der Zukunft noch eine „Columbus-Magazin“-Fachredaktion, die, analog zum und ähnlich wie zum Beispiel das Magazin „Journalist:in“ des DJV Beiträge über reisejournalistische und touristische Themen publiziert? Egal, ob Print oder Online. Gibt es dafür eine Zielgruppe? Können wir diese überhaupt erreichen? Wie spezifisch müsste unsere Nische sein? Wie journalistisch kreativ und hochwertig müssten die Beiträge sein, damit die VDRJ (und ihre Mitglieder) auch als vorbildhaft empfunden würden idealerweise? Letztendlich: wie teuer ist es?

Der Vorstand sieht sich derzeit nicht in der Lage, diese Frage für die VDRJ zu beantworten: also die Notwendigkeit einer Fortführung des Magazin-Gedankens ( Online alleine/plus/oder Print)

Im Gegenteil: in den letzten beiden Jahren wurde ohne Hinterfragung der Fokus in der Diskussion einfach verengt auf die Frage: wer führt die jahrzehntelange Arbeit fort des bereits tradierten Außenauftritts der VDRJ? Und mit welchen Kosten bzw. welchem Budget?

Der Vorstand sieht das nicht als zielführend an. Denn so eine Diskussion würde dann weiter geführt ohne die zwingende, vorausgehende Entscheidung darüber, was und warum wir publizieren wollen.

Das wäre aber unerlässlich, um

- Mitglieder zu finden, die mitarbeiten wollen
- Themenpläne zu erarbeiten, die zum Kommunikations-Engagement der VDRJ passen
- Aufwand und Kosten zu kalkulieren
- Sponsoren zu finden für die Finanzierung

Gerade der letzte Punkt - die Refinanzierung - stellt die VDRJ derzeit vor die größte Herausforderung - eine, die angesichts unsicherer weiterer wirtschaftlicher Entwicklung der touristischen Industrie auch noch länger so bleiben dürfte.

In all der subjektiv geführten Diskussion, was wichtig und wünschenswert wäre bei einer VDRJ Publikation gibt es eigentlich nur einen Bereich, der unstrittig von allen als unerlässlich angesehen wird

### **Der Online-Auftritt der VDRJ mit allen Informationen über die Vereinigung, ihre Aktivitäten und ihre Mitglieder**

Der Vorstand empfiehlt also folgendes Vorgehen:

Erstes Ziel ist es jetzt, eine Webseite fortzuführen, die - auch besser SEO optimiert - mit perfektionierten Texten und Bildern den Besuchern die VDRJ ihre Struktur, ihre Ziele, Positionen, Papiere und Aktivitäten (wie zB. all die Columbus-Awards und Ehrenpreise) präsentiert. Zu diesem Zweck wird die bestehende Webseite ggf. etwas re-designet und von den übrigen reisejournalistischen Magazin-Inhalten entrümpelt - wenn sie keinen Empfehlungs-, oder Ratgeber-Charakter seitens der VDRJ als Berufsverband enthalten.

Auf der VDRJ-Webseite sollen die Mitglieder nicht nur mit ihren Kontaktdaten -wie bisher- sondern NEU auch mit einem Showcase ihrer ausgewählten journalistischen Arbeiten (resp Kunden im PR-Kreis) vorgestellt werden. (Wie bei der IMM Seite) Dies technisch idealerweise SEO-optimiert so, dass Google bei Eingabe eines Mitglieder-Namens den VDRJ Showcase sehr hoch in der Trefferliste anzeigt.

Ergänzend zu diesem Online-Auftritt der VDRJ im Netz soll die VDRJ in den Sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram und Twitter Arbeiten, die von Mitgliedern online gestellt wurden, noch einmal unter dem VDRJ-Account re-posten. Auch dies ist ein Bestandteil der Eigen-PR der VDRJ, nach außen zu zeigen, welche relevanten reisejournalistischen Beiträge ihre Mitglieder produzieren.

Für diese Arbeit wird - möglichst sofort - eine Kollegin / ein Kollege gesucht.

Das gefundene Mitglied soll sich inhaltlich und technisch (keine Programmierkenntnisse erforderlich, aber die Fähigkeit, Inhalte über das Wordpress-Backend einzupflegen) um die Aktualität der VDRJ-Webseite kümmern. Arbeitsaufwand wäre vor allem jedes Jahr im Februar, wo alle neuen Columbus-Ausgezeichneten mit ihren Werken und Zusatz-Informationen rechtzeitig vor der ITB online gestellt werden müssen. Des weiteren wird dieses VDRJ-Redaktions-Mitglied alle Social Media Accounts der VDRJ Mitglieder (die das möchten) screenen, und Publikationen ggf mit kleinem Begleit-Teaser unter dem Namen der VDRJ re-posten.

Für die kontinuierliche Betreuung dieses VDRJ-Online-Showcases wird eine monatliche Aufwandserstattung in Höhe der Aufwandserstattung der Mitglieder des geschäftsführenden Vorstandes gewährt.

Unabhängig von der kontinuierlichen redaktionellen Betreuung des Web-Auftritts wird der Vorstand Mittel freigeben für u.U. externe Spezialisten für ggf notwendige Programmieraufgaben an der Webseite bzw. deren SEO-Optimierung.

Die erforderlichen Mittel sind in einem Bereich, der aus dem Budget der VDRJ finanziert werden könnte.

Der Vorstand hofft, dass sich jetzt auch mit Hilfe dieser konkreten Job-Description eine Kollegin / ein Kollege findet, mit Lust auf diese wichtige Aufgabe.

Unabhängig von dieser Basis-Aufgabe, die auf jeden Fall erfüllt werden muss, steht es der Mitgliederversammlung natürlich frei, darüber zu diskutieren, ob es daneben noch ein publizistisches Ziel der VDRJ gibt - und wenn ja, warum.

Sollten die Mitglieder sich darüber einig werden, dass es neben dem Showcase auch einen publizistischen (Web) Auftritt der VDRJ geben müsse, dann sollten sich idealerweise aus den Reihen der Mitglieder Mitarbeiter/innen finden, die zunächst einmal diesen Wunsch mit - auf dieses Ziel abgestimmten - redaktionellen Muster-Konzepten realisieren. Auf der Grundlage dieser Konzepte lässt sich dann ermitteln, welche Kosten damit verbunden sind - und welche Re-Finanzierungsmodelle sich da anbieten. Auch das wäre dann wieder von der Mitgliederversammlung zu beschließen.

Unmittelbar bittet der Vorstand aus den Reihen der Mitglieder allerdings um Bewerbungen für die oben skizzierte Aufgabe der Pflege und Optimierung unseres Informations-Webauftritts über die VDRJ

Für den Vorstand  
2. Mai 2022 - jd