Unser Kontakt zu Redaktionen – Exposé

Als ich mit Reisezeit gestartet hatte, mochte ich zumindest in den lokalen Medien erscheinen. Damit war und bin ich nicht der Einzige. Beträchtlich verübe ich mit PR-Agenturen Wettbewerb. PR-Meldungen werden per E-Mail verschickt; ich erledigte das lange Zeit per Brief, doch ohne eine Rückmeldung. Redakteure schilderten mir mittlerweile ihre riesige Flut an PR, zu dessen Genre der Reisejournalismus zählt. Selbige empfahlen mir diesen Aufwand zu lassen.

Vielmehr sei es besser ein Exposé mit Ideen zu zuleiten und hier direkt den verantwortlichen Redakteur abzuholen. In letzter Zeit versuchte ich es mit einigen Themen. Oft fehlen den Redaktionen entsprechende Budgets, und heute sind die Honorare so tief, sodass es meistens eine Zweit- oder Drittverwertung dafür braucht.

Wie sieht so ein Exposé in der Regel aus?
Ein Beispiel, wonach gezielt ein Chefredakteur mit einer Zeitschrift für den Busverkehr angeschrieben wurde; bei Annahme nimmt der Wettbewerb diese Zeitschrift auf, nach und nach kann sich dessen Verfasser hinsichtlich *Verkehr und Infos* etablieren.

———————————————————————————-

Corona schlägt auf die Bustouristik
Eine Idee für ein Exposé,
sowohl für die Veröffentlichung im Print als auch Online, Vermarktungsrechte und Exklusivität sehe ich bei Ihnen.
Selbige Idee habe auch ich bereits in einem Beitrag skizziert.
www.reisezeit.ch/bustouristik-corona
Meine Arbeiten wären der Ausbau des Artikels;
– persönliche Interviews (5x)
– Gespräch mit einem Verband
– Autorisierung

– Artikel.
Danach könnten folgen:
– Ein Fragebogen für Ihre Leser
– Evtl. Fallstudie von einem Unternehmen, der dies gern riskiert.
Die rechtlichen Rahmenbedingungen sind extrem unsicher, dennoch denke ich, wie auch immer es rauskommt, das Thema und die Geschichte wird von den Lesern goutiert.
Danke für Ihre Rückmeldung bis 30.4.20.
———————————————————————————-
Von den Redakteuren kommt das grundsätzliche Einverständnis; der Umfang, der Veröffentlichungstermin, die Frage nach Bildern, das weiter Übliche. Es wird in die Verhandlung eingestiegen. Selbst wenn freie Journalisten prima eingeführt sind, braucht es vorab immer eine Verhandlung. Ein guter Artikel ist mit reichlich Arbeit verbunden. Persönlich schätze ich den Zeitaufwand auf mindestens fünf Stunden.