

Mit Druck an die Öffentlichkeit



Veröffentlichungen in einem Fachmagazin sind heute immer noch wichtig und steigern die Aufmerksamkeit für Sie und Ihre kreativen Werke. Wir zeigen Ihnen, wie Sie vorgehen können:

Der Weg zur Veröffentlichung in einem Fachmagazin

Gutes Selbstmarketing ist ein wesentlicher Baustein für den Erfolg als Fotograf. Neben den digitalen Kanälen spielen gedruckte Fachmagazine aus dem Segment der Fotografie immer noch eine wichtige Rolle. Allein in Deutschland gibt es ca. 15 Printobjekte im Bereich Fotografie mit einer durchschnittlichen Auflage von über 16.000 Exemplaren und einer monatlichen Stammlerschaft von ca. 35.000. Das ist ein erheblicher Kundenkreis mit spezifischem Interesse an Fotografie.

Eine Veröffentlichung in einem Fachmagazin zu bekommen, ist nicht ganz einfach, aber mit der richtigen Vorbereitung und Durchführung sollte es klappen.

Schritt 1: Klares Thema, eindeutiger Stil

Fokussieren Sie sich mit Ihren Bildern auf ein Thema. Stehen Sie für einen Stil, eine bestimmte Machart und hohe Qualität. Eine eindeutige Positionierung ist für die Entscheider bei den Fachmagazinen sehr wichtig.

Schritt 2: Das passende Magazin

Machen Sie sich klar, wen sie mit Ihren Arbeiten ansprechen wollen und suchen Sie sich die passenden Magazine zu Ihrem Thema heraus. Das Magazin „Profifoto“ zum Beispiel zielt auf Auftragsfotografen, die Zeitschrift „CHIP Foto Video“ hat dagegen einen deutlich breiteren Kundenstamm und verfügt über einen großen Praxisteil. Sollten Sie bei Ihren Fotos zum Beispiel großen Wert auf Post-Produktion und Photoshop legen, könnten für Sie Fotomagazine mit Praxisschwerpunkten interessante Kandidaten sein.

Schritt 3: Fürsprecher gewinnen

Wenn Sie die geeigneten Magazine gefunden haben, müssen Sie den richtigen Ansprechpartner finden. Im Regelfall ist das der Chefredakteur. Ihn müssen Sie überzeugen und zum Fürsprecher Ihrer Arbeiten machen. Am besten rufen Sie ihn persönlich an. Danach können Sie eine klare, kurze und präzise Mail schreiben, die er auch lesen wird.

Für die Präsentation Ihres Projektes nutzen Sie am besten einen digitalen „Presseraum“. Das ist eine Unterseite Ihrer Webpräsenz, die Sie nur mit diesem einen Projekt bestücken (Text, Bilder etc.). In der E-Mail können Sie dann einen Link zu Ihrem Presseraum angeben. Das ist besser und moderner als ein PDF mitzusenden.

Ein Beispiel für einen Online Presseraum: <https://erolgurian.wordpress.com/>



Wichtig: Machen Sie sich vorher bewusst, worin für das Magazin und seine Leser der Mehrwert Ihrer Arbeit liegt. Das ist neben der Qualität und einer klaren Positionierung entscheidend für Ihren Weg zur Veröffentlichung in einem Fachmagazin.

Mögliche Fotomagazine sind u.a.:

- COLORFOTO (WEKA Media Publishing GmbH)
- CHIP Foto Video (CHIP Communications GmbH)
- fotoMAGAZIN (JAHR TOP SPECIAL VERLAG GmbH & Co. KG)
- Profifoto (PF Publishing GmbH)
- FOTO HITS (BetterNet GmbH)
- DigitalPHOTO (falkemedia GmbH & Co. KG)
- fotoforum (fotoforum-Verlag e. K.)

Zahlreiche CALVENDO-Autoren haben uns bereits von ihren Erfolgen bei der Selbstvermarktung berichtet - wir freuen uns auch auf Ihr Feedback!

Schreiben Sie uns gerne an und zeigen Sie uns Ihre Veröffentlichungen:

marketing@calvendo.com