

MFM–Bildhonorare Workshop

Marktorientierte Honorargestaltung

24.September 2015 in München

Dirk Sendel MFM Vorsitzender

Wer oder was ist die MFM ? (Mittelstandsgemeinschaft Fotomarketing)

- ✓ Die MFM ist ein Arbeitskreis des BVPA, der marktübliche Honorare für Bildnutzungsrechte ermittelt.
- ✓ Es handelt sich bei den MFM-Bildhonoraren **nicht** um eine Preisliste, sondern um eine **Übersicht** marktüblicher Honorare.
- ✓ Jede natürliche oder juristische Person kann Mitglied werden, die eine Bildagentur oder ein Bildarchiv betreibt und einen Sitz oder eine Niederlassung in Deutschland hat.
- ✓ Der Arbeitskreis steht auch Nicht-BVPA-Mitgliedern offen.

Wer sind die Mitglieder der MFM?

- 1. Mittelständische Bildagenturen des BVPA**
- 2. Einzelne nicht organisierte Bildagenturen**
- 3. Deutscher Journalisten Verband (DJV)**
- 4. Dienstleistungsgewerkschaft Verd.i,
Fachgruppe Medien (dju)–ehemals IG Medien**
- 5. Fotografenvereinigung FreeLens**



Was die MFM–Bildhonorare nicht sind:

- ✘ -**Preisempfehlungen** für Bildanbieter
- ✘ -**Tarife** für die Vergütung von Bildnutzungsrechten
- ✘ -werden jährlich vom Arbeitskreis **beschlossen**
- ✘ -**verpflichtend**

**Die Broschüre „MFM-Bildhonorare“
ist eine jährlich neu ermittelte Übersicht der
marktüblichen Vergütungen für
Bildnutzungsrechte**

- ✓ Für Bildanbieter ein wertvoller **Orientierungsrahmen**
- ✓ Für Bildnutzer eine nützliche **Kalkulationshilfe** zur Etatplanung
- ✓ Wird bei Streitfällen von Gerichten als **Richtlinie** herangezogen
- ✓ Macht den komplexen Markt **transparenter**
- ✓ Ist für die Bildlieferanten **nicht verpflichtend**

Wie erfährt die MFM, welche Honorare am Markt üblich sind ?

- ✓ Durch Beobachtungen des Marktes und statistische Erfassung der marktüblichen Honorare und Konditionen
- ✓ Grundlage sind die jeweils im Vorjahr am Markt geforderten und im Allgemeinen erzielten Honorare, die in den Listen als Durchschnittswerte ausgewiesen werden
- ✓ Die ermittelten Daten werden von Honorarkommissionen, die sich ggf. in bestimmte Bereiche wie Presse, Buch und Werbung aufteilen, für die BILDHONORARE gesammelt und systematisch aufbereitet

Stärkung der Bildanbieter gegenüber den wirtschaftlich stärkeren Bildnutzern (Verlage, Medienunternehmen, etc.).

- ✓ Die MFM gibt Honorarübersichten jährlich aktualisiert heraus.
- ✓ Die MFM veranstaltet Workshops.
- ✓ Eine unabhängige Studie des Verlages Handelsblatt (Comprise-Studie) hat die MFM-Honorare im Jahre 1997 bestätigt.
- ✓ 1997 erkannte das Bundeskartellamt die MFM Bildhonorare als „Übersicht der marktübl. Vergütungen für Bildnutzungsrechte“ an.
- ✓ In zahlreichen Gerichtsurteilen werden die MFM-Bildhonorare zitiert und zur Urteilsfindung herangezogen.

Ziel:

Sie mit den marktüblichen und medienspezifischen Konditionen der Honorargestaltung vertraut zu machen.

- ✓ **Einführung in Systematik und Kalkulation der Bildhonorare**
- ✓ **Übungen mit praxisnahen Bsp. und Erarbeiten von Lösungen.**
- ✓ **Möglichkeit für Sie, zu allen Themen Fragen zu stellen.**

Inhaltsverzeichnis der MFM-Bildhonorare 2014

- ✓ **Erläuterung / Übersicht / Marktinformationen**
- ✓ **Allgemeine Konditionen**
- ✓ **Vergütung für die Einzelnutzung von Bildern**
- ✓ **Vergütung für die Pauschalnutzung von Bildern**
- ✓ **Sonstige Vergütungen / PR, Fotos, Pressemappen /Layout, Kundenpräsentationen, Entwicklungsredaktionen**
- ✓ **Auftragsproduktionen**
- ✓ **Service-Kosten**
- ✓ **Microstock, Midstock, Rights Ready Abonnements**
- ✓ **Glossar**
- ✓ **Bild-Honorar-Tarife**
- ✓ **Erläuterung zu Formaten**

Regeln für die Ermittlung von Honoraren für Einzelnutzungen:

Grundsätzlich:

- ✓ Nutzungsart (Medium)
- ✓ Nutzungsumfang (Abbildungsformat, Zeitraum, Auflage)
- ✓ Verbreitung
- ✓ Allgemeine Konditionen: S.13
- ✓ Spezifische Konditionen: Zuschläge/Nachlässe/Erweiterte u. zusätzliche Nutzungsrechte/Sonstiges

Unterteilung der Nutzungsmedien:

- ✓ **Journalistische/redaktionelle Produkte**
- ✓ **Handelsprodukte**
- ✓ **Werbe-/PR-/Corporate Publishing-Produkte**

Vorgehensweise:

**Medienbestimmung
mit anschließender
Honorarberechnung!**

(MFM-Bildhonorare 2015)



Aufgabe Tageszeitung:

- Abbildungsgröße: 4 spaltig
- Auflage 80.000
- zusätzlich: zeitgleiche App-Ausgabe (Auflage: 1.900)

Berechnung: Tageszeitung redaktionell (S.15/16)

1.) Print: Aufl. bis 100.000, Abb.-gr.: ab 4 spaltig	EUR	95,00
2.) App: Content Download bis 2.500	EUR	50,00
3) 50% Rabatt auf das günstigere Format bei gleichzeitige Nutzung	-EUR	25,00
	<hr/>	
Das Gesamthonorar beträgt	EUR	<u>120,00</u>

Nicht vergessen: Zuschläge/Nachlässe

>allgemeinen Konditionen S.13 z.B. : Modelaufschlag

Aufgabe Fernsehen:

- **Ausstrahlung eines Bildes in der ARD-Sendung Kontraste
Einblenddauer: 15 Sekunden**
- **zusätzlich wird die Nachrichtensendung innerhalb von 24
Stunden weitere 3 mal in der ARD ausgestrahlt**
- **Sendung ist auch noch 7 Tage in der ARD-Mediathek**

Berechnung: Fernsehen redaktionell (S.30)

1) Ausstrahlung TV, Vollprogramme	EUR	125,00
+50% für 3 zusätzl. Ausstrahlung innerhalb von 24 Stunden	<u>EUR</u>	<u>62,50</u>
	<u>EUR</u>	<u>187,50</u>

2) Bereitstellung Online für 7 Tage	EUR	60,00
-50% gleichzeitige Nutzung	<u>EUR</u>	<u>-30,00</u>
	<u>EUR</u>	<u>30,00</u>

Gesamthonorar **187,50 € + 30 € = 217,50 €**

Aufgabe

Webdesign einer Webseite eines Online-Shops:

- **Webseite soll in deutsch und englisch gebaut werden**
- **1 Motiv erscheint auf der Homepage und einer Unterseite**
- **Nutzungsdauer 2 Jahre**

Berechnung:

Webdesign einer Webseite/Online-Shop (S.59)

- bis 1500 Pixel längste Seite / Nutzungsdauer bis 3 Jahre
- Homepage (Startseite) EUR 695,00
- Unterseite (465,00 – 50%) EUR 232,50
- Zwischensumme EUR 927,50
- +50% Zuschl./Online-Shop EUR 463,75
- Das Gesamthonorar beträgt EUR 1391,25

Aufgabe Exponat in einem Museum:

Für eine einmalige Sonderausstellung wird das Nutzungsrecht für eine Fotografie als Exponat angefragt. Die Größe des Exponats beträgt 100cm x 195cm.

Die Ausstellung läuft vom 1.10.15 bis 1.2.2016 in Hamburg

Zusätzlich soll das Bild auch noch in einem DIN A4 Ausstellungskatalog abgebildet werden. Die Abbildungsgröße beträgt 10 cm x 19,5 cm, Platzierung Innenteil. Der Katalog soll eine Druckauflage von 10.000 Exemplaren haben.

Berechnung: Exponat in einem Museum (S.23/32)

1.) Exponat, einmaligen nationalen Ausstellung, bis 2 qm	EUR 205,00
2.) Abb. in einem Ausstellungskatalog, 10T Aufl., bis 1/2 S. innen	EUR 105,00
50% Nachlass wg. zeitgleiche Nutzung	<u>- EUR 52,50</u>
Das Gesamthonorar beträgt	EUR 257,50

Eventuelle Zuschläge beachten (S. 13, z.B. Luftaufnahmen +100%)

Aufgabe Zeitschrift:

Magazin „Christophorus“ von Porsche (kann dort bestellt bzw. abonniert werden)

- Verbreitung: Weltweit
- Heftgröße: DIN A4
- Abbildungsgröße: 1 / 1 Seite
- Auflage: 400.000
- Platzierung: Seite 20 Innen
- zusätzlich: 2 cm x 3 cm auf dem Titelblatt als Einklinker

Berechnung: Kundenzeitschrift (S.49) (Werbung/PR/Corporate Publishing)

1.) Print, Auflage bis 500T, bis 1 / 1 Seite	<u>EUR 480,00</u>
2.) (Titel Einklinker), Aufl. bis 500T, bis 1 / 16 S.	EUR 165,00
+ 100% für kleinformatige Abbildung auf Titel	<u>EUR 165,00</u>
- 50% Wiederholungsrabatt im selben Medium	- <u>EUR 165,00</u>
	<u>EUR 165,00</u>

1.) 1 /1 Seite Innenteil	EUR	480,00
2.) Wiederholung Titel klein	EUR	<u>165,00</u>
	EUR	<u>645,00</u>
3.) Weltrechte +150% Zuschlag	EUR	<u>967,50</u>
(S.13)	EUR	<u>1.612,50</u>

Das Gesamthonorar beträgt 1.612,50 EUR.

**Eine Werbeagentur schaltet für einen Kunden Anzeigen in
4 Zeitschriften und 3 Zeitungen**

Anzeigengröße: ½ S., Abbildungsgr.: 1 / 4 S., innen

Folgender Medienplan wird geliefert:

Zeitschrift „A“	Auflage 500.000	1 Schaltung
Zeitschrift „B“	Auflage 800.000	2 Schaltungen
Zeitschrift „C“	Auflage 450.000	2 Schaltungen
Zeitschrift „D“	Auflage 1,1 Mio.	1 Schaltung
Zeitung „A“	Auflage 200.000	3 Schaltungen
Zeitung „B“	Auflage 150.000	3 Schaltungen
Zeitung „C“	Auflage 100.000	2 Schaltungen

Berechnung: Anzeige (S.48)

Gesamtauflage aller Schaltungen: 5,35 Millionen, 7 Werbeträger

Aufl. bis 10 Mio., Abb.-gr.: bis 1 / 4 Seite	EUR	1.510,00
+ 25% Aufschlag für 7 Werbeträger	EUR	<u>377,50</u>

Das Gesamthonorar beträgt	EUR	<u>1.887,50</u>
---------------------------	-----	-----------------

Verkaufsstrategien

- Bereit sein für **Kompromisse**
- Nach dem **Budget** fragen
- **Limit** setzen und einhalten
- **Pauschalen** vereinbaren
- **Folgegeschäfte** berücksichtigen
- „**Aufrichtig**“ und **offen** sein

**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**

