

Sonderauswertung der CEPIC Studie 2007 für den deutschen Markt

im Auftrag des Bundesverbands der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V.

Professor Dr. Johannes Glückler
Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialgeographie
Universität Heidelberg
Geographisches Institut
Berliner Str. 48
69120 Heidelberg

Heidelberg, im November, 2008

The logo consists of the letters 'BVPA' in a bold, green, sans-serif font. The letters are closely spaced and have a slight shadow effect.

Bundesverband der
Pressebild-Agenturen
und Bildarchive e.V.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1/Frage 4: Welchen Status hat dieser Agenturstandort?	3
Tabelle 2/Frage 1: In welchem Jahr wurde diese Agentur gegründet?	3
Tabelle 3/Frage 3: In welcher Stadt befindet sich die Niederlassung?	3
Tabelle 4/Frage 5: Wie viele Mitarbeiter waren 2007 in dieser Agentur beschäftigt?	4
Tabelle 5/Frage 6: War diese Agentur im Jahr 2007 Mitglied eines nationalen Branchenverbandes?.....	4
Tabelle 6/Frage 7: Wie viele Bilder hatten Sie zum Ende des Jahres 2007 im Bestand?.....	5
Tabelle 7/Frage 8: Welchem Bildangebot ist Ihre Agentur primär zuzuordnen?	5
Tabelle 8/Frage 10: Aus welchen Quellen stammen die Bilder?.....	8
Tabelle 9/Frage 11: Wie viele Fotografen vertrat Ihre Agentur in 2007?.....	8
Tabelle 10/Frage 12: Wie viele Agenturen vertraten Sie im Inland in 2007?.....	9
Tabelle 11/Frage 13: Zuwachs des Bildbestands in 2007	9
Tabelle 12/Frage 13: Aus welchen Quellen stammen Ihre Bilder?	10
Tabelle 13/Frage 14: Durch wen wurden physische Fotos digitalisiert?	10
Tabelle 14/Frage 15: Durch wen wurden die Fotos beschriftet und verschlagwortet in 2007?10	
Tabelle 15/Frage 20: Wie viele Bilder haben Sie 2007 in den verschiedenen Lizenzmodellen verkauft? (Anzahl von Bildern).....	11
Tabelle 16/Frage 18: Über welche Absatzkanäle haben Sie 2007 Ihre Bilder verkauft?.....	11
Tabelle 17/Frage 18: Haben Sie Ihre Bilder ausschließlich über einen Absatzkanal verkauft?	11
Tabelle 18/Frage 17: Von wie vielen Partneragenturen wurde Ihre Agentur im Jahr 2007 vertreten?.....	12
Tabelle 19/Frage 16: Auf welchen Portalen haben Sie 2007 Bilder angeboten?.....	12
Tabelle 20/Frage 23: Bei welchen Messen haben Sie sich 2007 als Aussteller präsentiert? ...	12
Tabelle 21/Frage 23: Bei welchen Bildmessen haben Sie 2007 als Besucher teilgenommen? 13	
Tabelle 22/Frage 21: Haben Sie 2007 für Verkaufszwecke einen Bildkatalog produziert?	13
Tabelle 23/Frage 22: Planen Sie die Produktion eines Katalogs oder einer CD-ROM?.....	13
Tabelle 24/Frage 24: Wie hoch waren Ihre Bruttoumsätze 2007? (in Euro)	14
Tabelle 25/Frage 26: Wie setzte sich 2007 der Umsatz zusammen?	14
Tabelle 26/Frage 28: Anteil an Umsätzen außerhalb des Heimatmarkts 2007	14
Tabelle 27/Frage 28: Höhe und Anteil an Umsätzen außerhalb des Heimatmarkts 2007 in Euro	15
Tabelle 28/Frage 28: Welchen Anteil erzielten Sie 2007 über Partneragenturen? (in Euro)...	15
Tabelle 29/Frage 30: Welchen Anteil des Gesamtumsatzes erzielten Sie 2007 in folgenden Marktsegmenten (in Euro)?.....	16
Tabelle 30/Frage 30: Welchen Anteil des Gesamtumsatzes erzielten Sie 2007 in den unterschiedlichen Medien (in EUR)?	16

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1/Frage 9: Sind Sie auf ein bestimmtes Bildangebot spezialisiert?	6
Abbildung 2/Frage 9: Auf welche Gebiete ist Ihre Agentur spezialisiert?	7
Abbildung 3/Frage 31: Welche Erwartungen haben Sie für die Entwicklung des Gesamtumsatzes 2008?	17
Abbildung 4/Frage 33: Wie beabsichtigen Sie, sich in den nächsten fünf Jahren gegenüber internationalen Partnerschaften mit anderen Agenturen zu verhalten?.....	18
Abbildung 5/Frage 34: Welche der folgenden Strategien entspricht am ehesten Ihren Plänen für die nächsten fünf Jahre?	19
Abbildung 6/Frage 35: Welche Angebote beabsichtigen Sie in den kommenden fünf Jahren auszudehnen?	20

Allgemeine Unternehmensinformation

Tabelle 1/Frage 4: Welchen Status hat dieser Agenturstandort?

	Deutschland		Europa	
	n	Anteil	n	Anteil
Hauptsitz eines unabhängigen Unternehmens	69	89,6 %	199	86,2 %
Filiale eines heimischen Unternehmens	2	2,6 %	10	4,3 %
Filiale eines ausländischen Unternehmens	1	1,3 %	7	3,0 %
Sonstige	5	6,5 %	15	6,5 %

N Deutschland = 77, N Europa = 231 gültige Fälle

Tabelle 2/Frage 1: In welchem Jahr wurde diese Agentur gegründet?

	Deutschland		Europa	
	n	Anteil	n	Anteil
Seit 2000	29	42,0 %	71	35,9 %
1990 - 1999	20	29,0 %	56	28,3 %
1980 - 1989	9	13,0 %	39	19,7 %
1970 - 1979	4	5,8 %	15	7,6 %
1960 - 1969	1	1,4 %	5	2,5 %
Vor 1960	5	7,2 %	12	6,1 %

N Deutschland = 68, N Europa = 198 gültige Fälle

Tabelle 3/Frage 3: In welcher Stadt befindet sich die Niederlassung?

	n	Anteil	Kumulierter Anteil
Hamburg	14	20,3 %	20,3 %
Berlin	8	11,6 %	31,9 %
München	8	11,6 %	43,5 %
Frankfurt a. M.	4	5,8 %	49,3 %
Köln	3	4,3 %	53,6 %
Düsseldorf	3	4,3 %	57,9 %
Essen	2	2,9 %	60,8 %
Nürnberg	2	2,9 %	63,7 %
in anderen Städten	24	33,6 %	100,00 %

N = 68 gültige Fälle

Tabelle 4/Frage 5: Wie viele Mitarbeiter waren 2007 in dieser Agentur beschäftigt?

	Deutschland			Europa		
	Mittelwert	Median	Summe	Mittelwert	Median	Summe
Vollzeit	5,72	3,00	372	24,92	3,00	4.735
Teilzeit	3,02	1,00	196	2,35	1,00	446
Freelancer	4,57	1,00	297	3,15	0,00	599
FTE	7,23	3,5	470	26,09	3,00	4.958

N = 65 gültige Fälle

FTE = Full Time Equivalent. Zahl der Ganztagsäquivalenzen, d.h. Teilzeitkräfte gehen mit dem Faktor 0,5 in die Berechnung ein.

Tabelle 5/Frage 6: War diese Agentur im Jahr 2007 Mitglied eines nationalen Branchenverbandes?

	Deutschland		Europa	
	n	Anteil	n	Anteil
Keine Mitgliedschaft	30	45 %	61	32 %
BVPA e.V.	49	73 %	50	26 %
BAPLA	2	3 %	65	34 %
SNAPIG	0	0 %	21	11 %
BLF	0	0 %	17	9 %
SAB	0	0 %	8	4 %
SBF	0	0 %	6	3 %
NLimage	0	0 %	5	3 %
AEAPAF	0	0 %	3	2 %
FNAPPI	0	0 %	1	1 %

N Deutschland = 67, *N* Europa = 189 gültige Fälle, mehrfache Mitgliedschaften

Das Produkt: Bestand, Angebot und Bearbeitung von Bildern

Tabelle 6/Frage 7: Wie viele Bilder hatten Sie zum Ende des Jahres 2007 im Bestand?

	Deutschland				
	n > 0	Anteil	Mittelwert	Median	Summe
Physisch	44	66,7 %	674.270	100.000	29.667.900
Digital (rights-managed)	56	84,8 %	302.154	70.000	16.920.600
Digital (royalty-free)	24	36,4 %	325.959	50.000	7.823.018
Digital (micropayment)	4	6,1 %	27.350	4.000	109.400
Bildbestand gesamt	66	100,0 %	826.075	170.000	54.520.918

N = 66 gültige Fälle

	Europa				
	n > 0	Anteil	Mittelwert	Median	Summe
Physisch	129	67,2 %	919.875	98.000	118.663.868
Digital (rights-managed)	167	87,0 %	621.569	50.000	103.802.076
Digital (royalty-free)	69	35,9 %	426.563	45.000	29.432.823
Digital (micropayment)	8	4,2 %	157.488	28.000	1.259.900
Bildbestand gesamt	192	100,0 %	1.318.535	142.500	253.158.667

N = 192 gültige Fälle

Tabelle 7/Frage 8: Welchem Bildangebot ist Ihre Agentur primär zuzuordnen?

	Deutschland				
	n > 0	Anteil	Median	Voll spezialisiert	Anteil
Pressebilder	33	49 %	20 %	3	4,5 %
Universalbilder (stock photography)	50	74,6 %	68 %	12	17,9 %
Spezialbilder	40	59,7 %	65 %	8	11,9 %
Gekaufte Sammlungen/ Nachlässe	6	9 %	8 %	0	0 %

N = 67 gültige Fälle, Mehrfachantworten

	Europa				
	n > 0	Anteil	Median	Voll spezialisiert	Anteil
Pressebilder	83	43,5 %	40 %	7	3,7 %
Universalbilder (stock photography)	129	67,5 %	52 %	23	12,0 %
Spezialbilder	138	72,3 %	58 %	34	17,8 %
Gekaufte Sammlungen/ Nachlässe	40	20,9 %	30 %	4	2,1 %

N = 192 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Abbildung 1/Frage 9: Sind Sie auf ein bestimmtes Bildungsangebot spezialisiert?

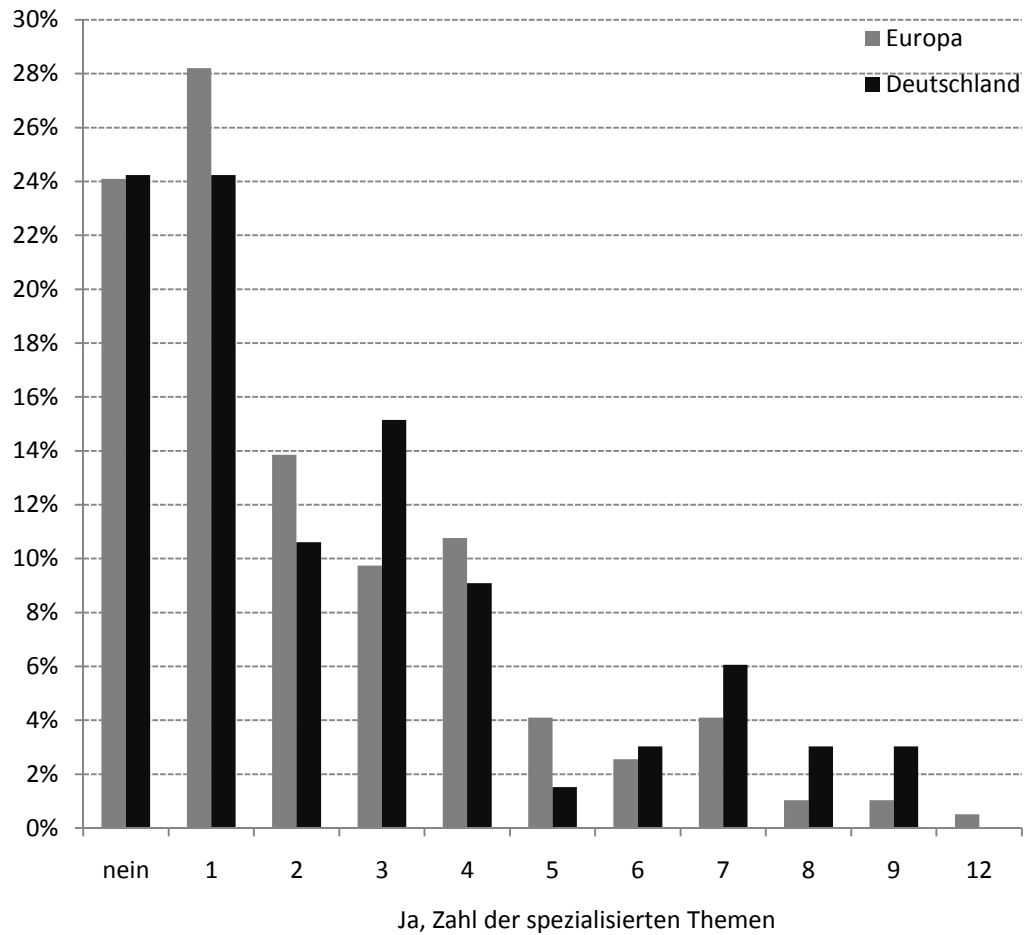


Abbildung 2/Frage 9: Auf welche Gebiete ist Ihre Agentur spezialisiert?

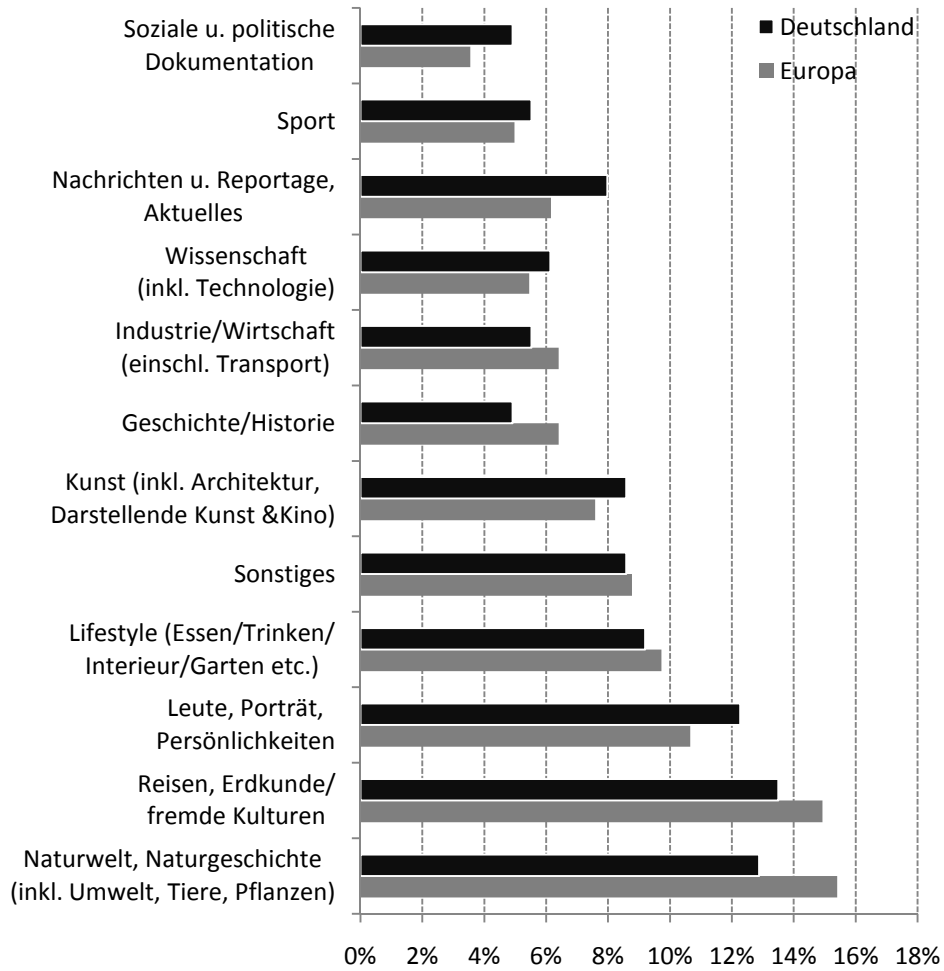


Tabelle 8/Frage 10: Aus welchen Quellen stammen die Bilder?

	Deutschland			
	n >0	Anteil	Mittelwert	Median
Fotografen	52	76,5 %	57 %	60 %
Partneragentur	31	45,6 %	38 %	30 %
Eigene Fotografen	39	57,4 %	61 %	70 %
Sammlungen/Nachlässe	11	16,2 %	25 %	10 %

N = 68 gültige Fälle

	Europa			
	n >0	Anteil	Mittelwert	Median
Fotografen	143	74 %	54 %	50 %
Partneragentur	89	46 %	47 %	40 %
Eigene Fotografen	121	62 %	59 %	70 %
Sammlungen/Nachlässe	28	14 %	20 %	10 %

N = 191 gültige Fälle

Tabelle 9/Frage 11: Wie viele Fotografen vertrat Ihre Agentur in 2007?

	Deutschland				
	n > 0	Anteil	Mittelwert	Median	Summe
In Deutschland	58	96,7 %	316	35	18.353
Europa	38	63,3 %	80	20	3.056
Nordamerika	22	36,7 %	11	10	250
Asien	12	20 %	4	4	51
Andere Regionen	13	21,7 %	4	3	48

N = 60 gültige Fälle, Mehrfachantworten

	Europa				
	n > 0	Anteil	Mittelwert	Median	Summe
Im Inland	157	96,9 %	161	26	25.310
Europa	97	59,9 %	72	12	6.988
Nordamerika	61	37,7 %	11	5	670
Asien	39	24,1 %	6	4	243
Andere Regionen	44	27,2 %	9	4	403

N = 162 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 10/Frage 12: Wie viele Agenturen vertraten Sie im Inland in 2007?

	Deutschland					
	n > 0	Mittelwert	Median	Maximum	Summe	Anteil
In Deutschland	30	5	3	25	162	76,9 %
Europa	34	12	7	60	394	87,2 %
Nordamerika	22	8	4	40	169	56,4 %
Asien	14	5	3	25	68	35,9 %
Andere Regionen	13	7	2	40	88	33,3 %

N = 39 gültige Fälle, Mehrfachantworten

	Europa					
	n > 0	Mittelwert	Median	Maximum	Summe	Anteil
Im Inland	66	5	2	66	358	16 %
Europa	86	13	8	80	1.109	50 %
Nordamerika	52	9	5	40	453	20 %
Asien	43	4	3	25	186	8 %
Andere Regionen	24	5	2	40	121	5 %

N = 104 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 11/Frage 13: Zuwachs des Bildbestands in 2007

	Deutschland			
	n >0	Mittelwert	Median	Total (Mio.)
Neu zum Bestand hinzugefügt	60	79.103	15.000	4,7
Von Fotografen erhalten	44	27.948	10.000	1,2
Von Partneragenturen erhalten	25	126.952	40.000	3,2
Selbst produziert	33	10.385	7.000	0,3

N = 60 gültige Fälle, Mehrfachantworten

	Europa			
	n >0	Mittelwert	Median	Gesamt (Mio.)
Neu zum Bestand hinzugefügt	168	174.664	10.000	30,6
Von Fotografen erhalten	115	33.061	7.500	3,8
Von Partneragenturen erhalten	70	358.833	47.500	25,1
Selbst produziert	98	16.795	3.000	1,7

N = 175 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 12/Frage 13: Aus welchen Quellen stammen Ihre Bilder?

Bilder erhalten von...	Deutschland				
	Voll spezialisiert	Anteil	Mittelwert	Median	Summe
Fotografen	8	13,3 %	76.750	11.000	614.000
Partneragenturen	1	1,7 %	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Selbst produziert	8	13,3 %	4.450	1.250	35.600

N = 60 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Bilder erhalten von...	Europa				
	Voll spezialisiert	Anteil	Mittelwert	Median	Summe
Fotografen	23	13,1 %	30.692	5.000	705.932
Partneragenturen	7	4,0 %	1.781.429	1.200.000	12.470.000
Selbst produziert	29	16,6 %	4.578	2.000	132.772

N = 175 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 13/Frage 14: Durch wen wurden physische Fotos digitalisiert?

	Deutschland			Europa		
	n > 0	Anteil	Median	n > 0	Anteil	Median
Im eigenen Haus	50	86,2 %	100 %	142	86,6 %	100 %
Extern im Inland	21	36,2 %	80 %	55	33,5 %	60 %
Extern im Ausland	5	8,6 %	20 %	23	14,0 %	50 %

N Deutschland = 58 gültige Fälle, N Europa = 164 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 14/Frage 15: Durch wen wurden die Fotos beschriftet und verschlagwortet in 2007?

	Deutschland			Europa		
	n > 0	Anteil	Median	n > 0	Anteil	Median
Fotograf/Partneragentur	32	48,5 %	50 %	100	52,4 %	53 %
Im eigenen Haus	57	86,4 %	100 %	155	81,2 %	100 %
Extern im Inland	5	7,6 %	65 %	12	6,3 %	60 %
Extern im Ausland	1	1,5 %	5 %	11	5,8 %	60 %

N Deutschland = 66 gültige Fälle, N Europa = 191 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Marketing und Vertrieb

Tabelle 15/Frage 20: Wie viele Bilder haben Sie 2007 in den verschiedenen Lizenzmodellen verkauft? (Anzahl von Bildern)

	Deutschland			
	n > 0	Mittelwert	Median	Summe
Rights-Managed	40	26.184	1.450	1.047.367
Royalty-Free	14	5.963	475	515.494

N = 43 gültige Fälle, Mehrfachantworten

	Europa			
	n > 0	Mittelwert	Median	Summe
Rights-Managed	97	14.712	1.500	1427.098
Royalty-Free	36	14.911	555	536.803

N = 107 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 16/Frage 18: Über welche Absatzkanäle haben Sie 2007 Ihre Bilder verkauft?

	Deutschland			Europa		
	n > 0	Median	Anteil	n > 0	Median	Anteil
Direkt an Kunden	61	70 %	95,3 %	179	80 %	95,7 %
Durch Partneragenturen	40	20 %	62,5 %	120	20 %	63,8 %
Durch Online Portale	38	20 %	59,4 %	82	20 %	44,3 %
Sonstige	6	5 %	9,4 %	18	5 %	9,7 %

N Deutschland = 64 gültige Fälle, N Europa = 185 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 17/Frage 18: Haben Sie Ihre Bilder ausschließlich über einen Absatzkanal verkauft?

	Deutschland			Europa		
	n > 0	Voll spezialisiert	Anteil	n > 0	Voll spezialisiert	Anteil
Direktverkäufe an Kunden	61	11	17,2 %	177	35	18,9 %
Über Partneragenturen	40	0	0 %	118	1	0,5 %
Durch Online Portale	38	2	3,1 %	82	3	1,6 %
Sonstige	6	0	0 %	18	0	0 %

N Deutschland = 64 gültige Fälle, N Europa = 185 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 18/Frage 17: Von wie vielen Partneragenturen wurde Ihre Agentur im Jahr 2007 vertreten?

	Deutschland				
	n	Mittelwert	Median	Summe	Anteil
In Deutschland	19	4	2	82	8 %
In Europa	38	16	9	604	56 %
In Nordamerika	26	4	2	114	11 %
In Asien	22	5	2,5	116	11 %
In anderen Weltregionen	18	9	4,5	159	15 %

N = 44 gültige Fälle, Mehrfachantworten

	Europa				
	n	Mittelwert	Median	Summe	Anteil
Im Inland	60	4	2	225	9 %
In Europa	106	13	9	1.381	58 %
In Nordamerika	72	3	2	236	10 %
In Asien	69	4	2	259	11 %
In anderen Weltregionen	48	6	3,5	294	12 %

N = 123 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 19/Frage 16: Auf welchen Portalen haben Sie 2007 Bilder angeboten?

	Deutschland		Europa	
	n	Anteil	n	Anteil
fotofinder.net	28	50 %	33	25,2 %
APIS	21	37,5 %	24	18,3 %
alamy.com	13	23,2 %	41	31,3 %
picturemaxx.net	10	17,9 %	12	9,2 %
photosearch.de	8	14,3 %	9	6,9 %
fotomarktplatz.de	6	10,7 %	6	4,6 %
gettyimages.com	3	5,4 %	13	9,9 %
picture-alliance.com	2	3,8 %	2	1,5 %
corbis.com	1	1,8 %	11	8,4 %

N Deutschland = 56, N Europa = 131 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 20/Frage 23: Bei welchen Messen haben Sie sich 2007 als Aussteller präsentiert?

	Deutschland		Europa	
	n > 0	Anteil	n > 0	Anteil
PICTA	15	75 %	17	22,7 %
Picture House	7	35 %	23	30,7 %
CEPIC	5	25 %	28	37,3 %
Update	3	15 %	3	4,0 %
BAPLA	0	0 %	14	18,7 %
Picture Buyers Fair	0	0 %	12	16,0 %
PACA	0	0 %	7	9,3 %
Visa Pour L'Image	0	0 %	4	5,3 %

N Deutschland = 20, N Europa = 75 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 21/Frage 23: Bei welchen Bildmessen haben Sie 2007 als Besucher teilgenommen?

	Deutschland		Europa	
	n > 0	Anteil	n > 0	Anteil
PICTA	12	50 %	15	17,6 %
CEPIC	11	45,8 %	35	41,2 %
Picture House	8	33,3 %	13	15,3 %
BAPLA	6	25 %	21	24,7 %
PACA	4	16,7 %	8	10,6 %
Visa Pour L'Image	3	12,5 %	8	9,4 %
Picture Buyers Fair	1	4,2 %	7	8,2 %
London Book Fair	0	0 %	11	12,9 %

N Deutschland = 24 , *N* Europa = 85 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 22/Frage 21: Haben Sie 2007 für Verkaufszwecke einen Bildkatalog produziert?

	Deutschland		Europa	
	n > 0	Anteil	n > 0	Anteil
Nein	57	87,7 %	166	88,3 %
CD-ROM	7	10,8 %	18	9,6 %
Gedruckter Katalog	3	4,6 %	13	6,9 %

N Deutschland = 65, *N* Europa = 188 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 23/Frage 22: Planen Sie die Produktion eines Katalogs oder einer CD-ROM?

2008	Deutschland		Europa	
	n > 0	Anteil	n > 0	Anteil
Ja	11	16,9 %	30	16,0 %
Nein	54	83,1 %	158	84,0 %

N Deutschland = 65, *N* Europa = 188 gültige Fälle, Mehrfachantworten

2009	Deutschland		Europa	
	n > 0	Anteil	n > 0	Anteil
Ja	13	21,7 %	37	20,8 %
Nein	47	78,3 %	141	79,2 %

N Deutschland = 60, *N* Europa = 178 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Geschäftsergebnisse: Umsätze 2007

Tabelle 24/Frage 24: Wie hoch waren Ihre Bruttoumsätze 2007? (in Euro)

	Deutschland	Europa
Summe Jahresumsätze	46.612.065	106.777.466
Mittelwert	913.962	821.365
Median	350.000	260.000

N Deutschland = 51, *N* Europa = 130 gültige Fälle

Tabelle 25/Frage 26: Wie setzte sich 2007 der Umsatz zusammen?

	Deutschland				
	n > 0	Mittelwert	Median	Summe	Anteil
RM Verkäufe	48	736.040	190.000	35.329.905	76 %
RF Verkäufe	17	566.882	160.000	9.637.000	21 %
Servicegebühren	28	46.381	27.250	1.298.660	3 %

N = 51 gültige Fälle, Mehrfachantworten

	Europa				
	n > 0	Mittelwert	Median	Summe	Anteil
RM Verkäufe	117	699.808	180.000	81.877.564	79 %
RF Verkäufe	48	374.923	118.500	17.996.315	17 %
Servicegebühren	53	79.599	27.250	4.218.734	4 %

N = 125 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 26/Frage 28: Anteil an Umsätzen außerhalb des Heimatmarkts 2007

	Deutschland			
	n > 0	Mittelwert	Median	Anteil
Europa	48	33 %	15 %	94 %
Nordamerika	11	17 %	10 %	22 %
Asien	9	6 %	5 %	18 %
Andere Regionen	3	7 %	5 %	6 %
Summe Anteil ausländische Verkäufe	48	39 %	15 %	94 %

N = 51 gültige Fälle, Mehrfachantworten

	Europa			
	n > 0	Mittelwert	Median	Anteil
Europa	150	37 %	15 %	75 %
Nordamerika	80	20 %	15 %	40 %
Asien	51	9 %	5 %	26 %
Andere Regionen	30	12 %	5 %	15 %
Summe Anteil ausländische Verkäufe	153	52 %	40 %	81 %

N = 161 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 27/Frage 28: Höhe und Anteil an Umsätzen außerhalb des Heimatmarkts 2007 in Euro

	Deutschland				
	n > 0	Mittelwert	Median	Summe	Anteil
Europa	40	203.660	81.750	8.146.380	63 %
Nordamerika	10	310.550	48.000	3.105.500	24 %
Asien	9	135.811	70.000	1.222.300	10 %
Andere Regionen	3	126.667	20.000	380.000	3 %
Summe ausländische Verkäufe	40	321.355	81.750	12.854.180	100 %

N = 40 gültige Fälle, Mehrfachantworten

	Europa				
	n > 0	Mittelwert	Median	Summe	Anteil
Europa	108	362.250	77.500	39.158.656	69 %
Nordamerika	52	171.310	47.500	8.908.116	16 %
Asien	39	128.379	37.500	5.006.770	9 %
Andere Regionen	22	149.516	32.050	3.289.354	6 %
Summe ausländische Verkäufe	109	517.091	112.500	56.362.896	100 %

N = 109 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 28/Frage 28: Welchen Anteil erzielten Sie 2007 über Partneragenturen? (in Euro)

	Deutschland				
	n > 0	Mittelwert	Median	Summe	Anteil
Ausländ. Umsätze					
Umsätze für ausländ. Partner	25	555.468	120.000	13.886.700	52 %
Eigene Umsätze durch ausländ. Partner	30	216.348	52.250	6.490.450	24 %
Inländ. Umsätze					
Umsätze für inländ. Partner	13	420.923	40.000	5.472.000	20 %
Eigene Umsätze durch inländ. Partner	8	115.188	65.000	921.500	3 %
Summe					
Summe Umsätze durch Partner	34	787.372	159.500	26.770.650	100 %

N = 34 gültige Fälle

	Europa				
	n > 0	Mittelwert	Median	Summe	Anteil
Ausländ. Umsätze					
Umsätze für ausländ. Partner	49	431.874	130.000	21.161.825	47 %
Eigene Umsätze durch ausländ. Partner	65	174.137	54.500	11.318.885	25 %
Inländ. Umsätze					
Umsätze für inländ. Partner	26	416.408	42.500	10.826.600	24 %
Eigene Umsätze durch inländ. Partner	21	87.065	40.500	1.828.357	4 %
Summe					
Summe Umsätze durch Partner	81	557.230	159.398	45.135.667	100 %

N = 81 gültige Fälle

Tabelle 29/Frage 30: Welchen Anteil des Gesamtumsatzes erzielten Sie 2007 in folgenden Marktsegmenten (in Euro)?

	Deutschland			
	n > 0	Mittelwert	Median	Summe
Redaktionell (Nachrichten, Verlage)	47	506.895	190.000	23.824.049
Werblich (Werbung, corporate)	43	395.741	80.000	17.016.853
Sonstige	23	137.094	20.000	3.153.163

N = 48 gültige Fälle, Mehrfachantworten

	Europa			
	n > 0	Mittelwert	Median	Summe
Redaktionell (Nachrichten, Verlage)	114	480.788	150.000	54.809.880
Werblich (Werbung, corporate)	99	373.497	80.000	36.976.164
Sonstige	57	183.480	28.609	10.458.343

N = 118 gültige Fälle, Mehrfachantworten

Tabelle 30/Frage 30: Welchen Anteil des Gesamtumsatzes erzielten Sie 2007 in den unterschiedlichen Medien (in EUR)?

	Deutschland				
	n > 0	Mittelwert	Median	Summe	Anteil am Verkauf
Tageszeitungen	36	147.496	40.000	5.309.860	15 %
Zeitschriften	43	335.097	109.000	14.409.180	41 %
Bücher	32	201.112	66.816	6.435.583	18 %
Werbung	39	164.789	60.000	6.426.767	18 %
Digitale Medien	23	41.698	23.500	959.050	3 %
Film/TV	13	53.684	37.500	697.900	2 %
Sonstige	18	42.957	20.488	773.227	2 %

N = 44 gültige Fälle

	Europa				
	n > 0	Mittelwert	Median	Summe	Anteil am Verkauf
Tageszeitungen	92	180.181	37.500	16.576.698	21 %
Zeitschriften	104	234.286	45.250	24.365.701	31 %
Bücher	88	141.198	60.000	12.425.461	16 %
Werbung	83	177.518	45.284	14.734.015	19 %
Digitale Medien	49	51.859	23.500	2.541.096	3 %
Film/TV	33	108.494	50.000	3.580.292	5 %
Sonstige	41	86.164	27.250	3.532.713	5 %

N = 112 gültige Fälle

Unternehmensstrategie und zukünftige Entwicklung

Abbildung 3/Frage 31: Welche Erwartungen haben Sie für die Entwicklung des Gesamtumsatzes 2008?

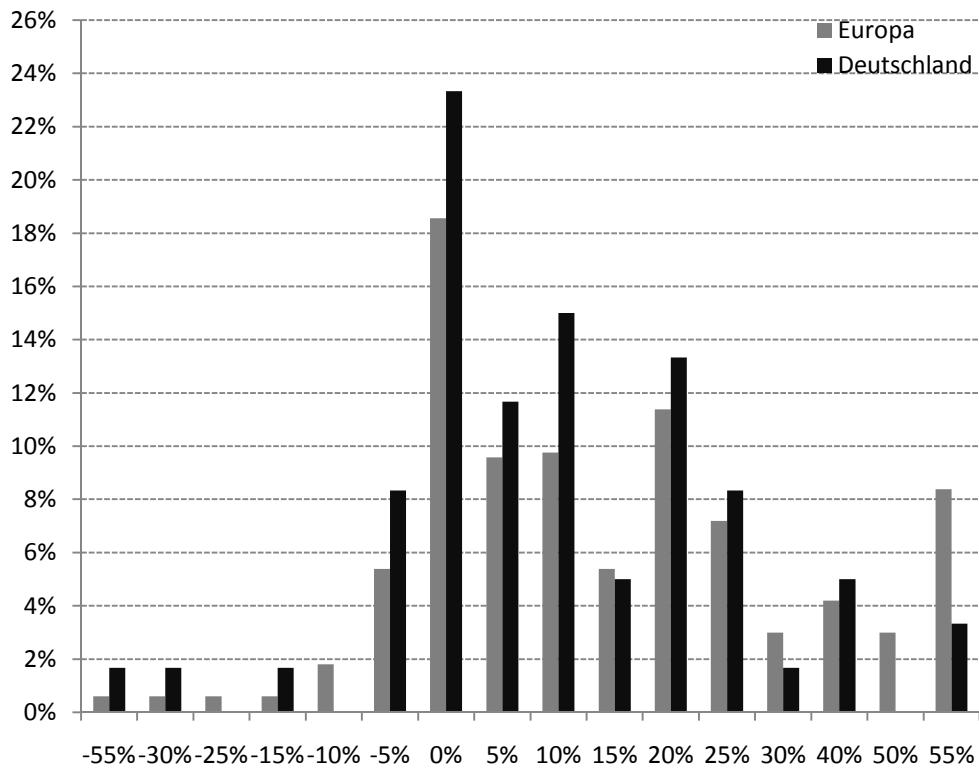


Abbildung 4/Frage 33: Wie beabsichtigen Sie, sich in den nächsten fünf Jahren gegenüber internationalen Partnerschaften mit anderen Agenturen zu verhalten?

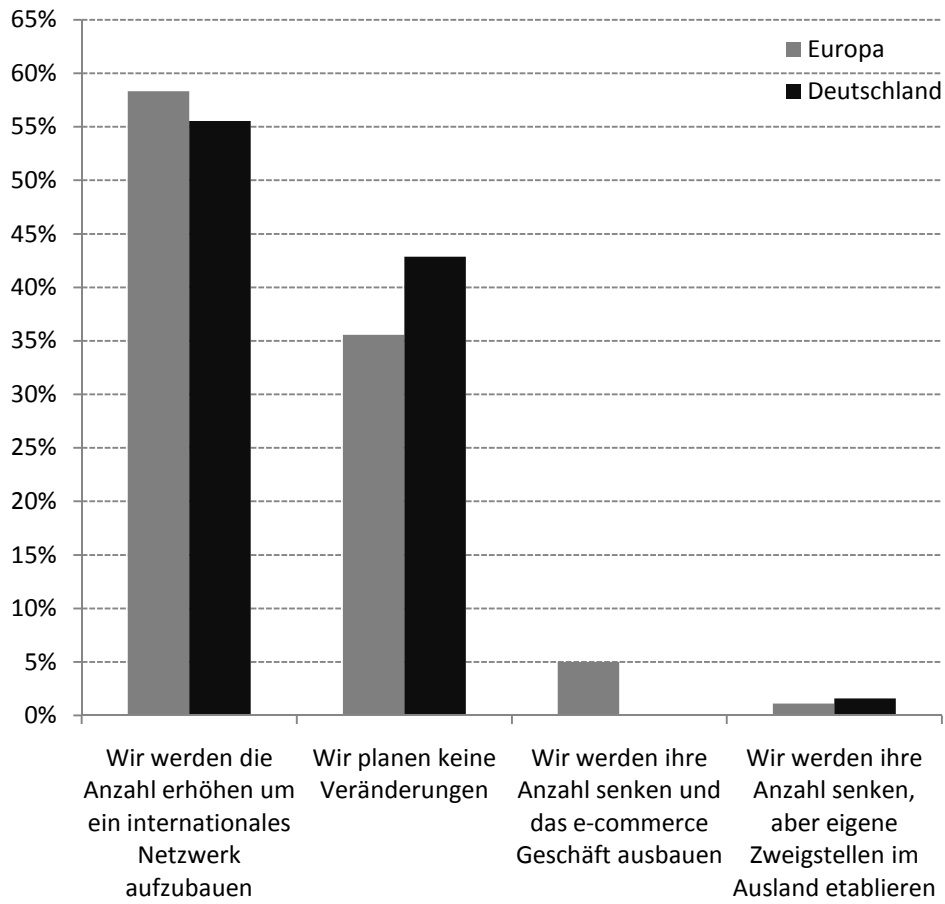


Abbildung 5/Frage 34: Welche der folgenden Strategien entspricht am ehesten Ihren Plänen für die nächsten fünf Jahre?

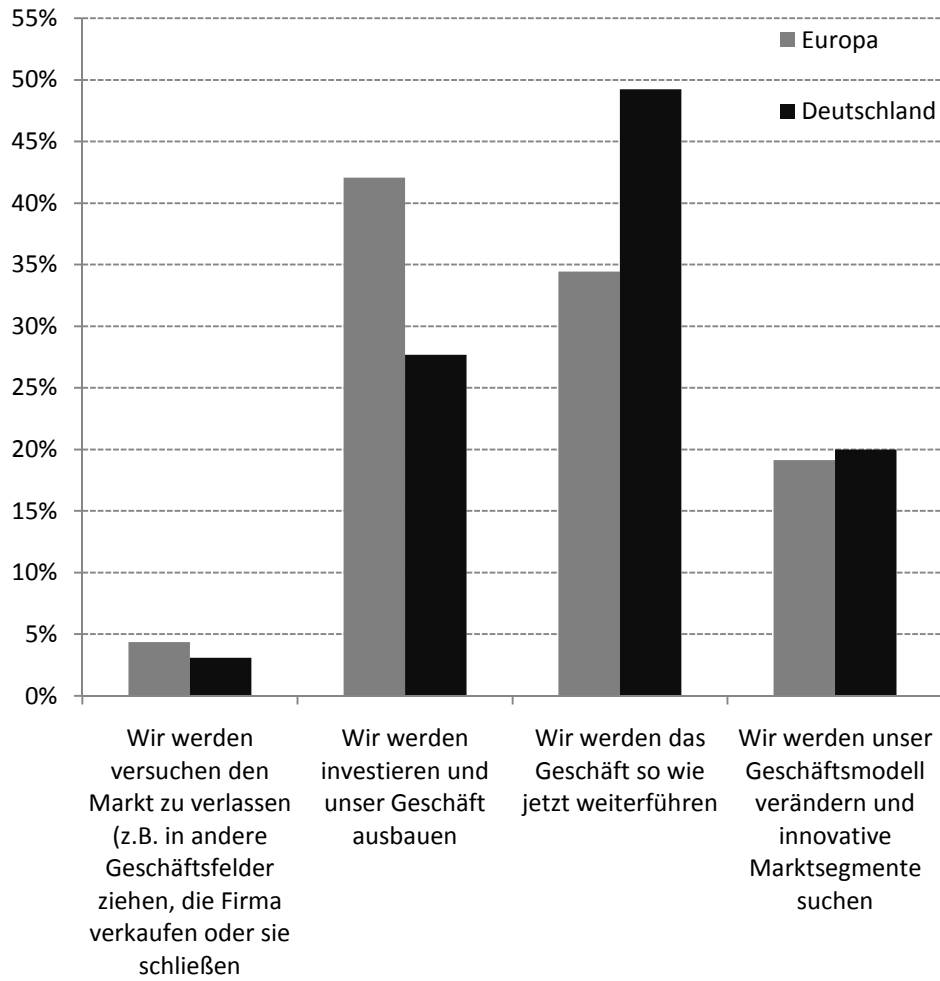


Abbildung 6/Frage 35: Welche Angebote beabsichtigen Sie in den kommenden fünf Jahren auszudehnen?

