

1. Erhebung der Untersuchungsgruppe

Zwischen dem 20. April und dem 15. Mai 2011 wurden alle 69 Mitglieder des BVPA und 440 weitere Unternehmen und Personen aus der Bilder- und Fotobranche via Email eingeladen, an der Umfrage des deutschen Bildermarkts teilzunehmen. Von den 509 befragten Unternehmen und Personen antworteten 77 (Rücklauf von ca. 15 Prozent). Insgesamt haben 29 Mitglieder des BVPA (Rücklauf von ca. 42 Prozent) und 47 Nicht-Mitglieder (Rücklauf von ca. 11 Prozent) den Fragebogen beantwortet. Ein Befragter äußerte sich nicht bzgl. der Mitgliedschaft im BVPA. 35 angeschriebene Personen bzw. Fotoagenturen bekundeten ihr Desinteresse an einer Teilnahme an der Befragung. Neun von den 440 Nicht-Mitgliedern waren via Email nicht erreichbar.

Die Befragung wurde über einen Online-Fragebogen durchgeführt und garantierte den Teilnehmern Anonymität. Rückschlüsse oder Zuordnungen von einzelnen Fragebögen zu den Unternehmen sind ausgeschlossen.

Nicht alle Fragen wurden vollständig beantwortet, was zum Teil zu Lücken in der Datenmenge führt.

2. Die Auswertung

Tabelle 1: Wie viele Mitarbeiter und Auszubildende beschäftigten Sie im Jahr 2010?

	N>0	Mittelwert* (Anzahl)	Median* (Anzahl)	Summe (Anzahl)
Summe Mitarbeiter	72	5,85	3,00	450,50
redaktionelle Mitarbeiter	64	3,85	2,00	296,25
redaktionelle AZUBI	9	0,18	0,00	14,00
kaufmännische Mitarbeiter	46	1,85	1,00	142,25
kaufmännische AZUBI	3	0,04	0,00	3,00

*Die Werte beziehen sich auf N=77 gültige Antworten.

Tabelle 2: Wie hoch war der Jahresumsatz Ihrer Agentur?

	N>0	Mittelwert* (€)	Median* (€)	Summe* (€)
Umsatz 2009	62	864.623,96	190.000,00	49.283.565,86
Umsatz 2010	65	833.665,71	160.000,00	47.518.945,68
Umsatzprognose 2011	63	900.617,65	135.000,00	51.335.206,00

*Die Werte beziehen sich auf N=57 gültige Antworten von Akteuren, welche vollständige Angaben zum Umsatz 2009, 2010 und eine Prognose für 2011 abgaben.

Tabelle 3: Wie setzt sich Ihr Umsatz im Jahr 2010 nach der Herkunft der Bilder zusammen?

	N>0	Mittelwert*	Median*
Umsatzanteil aus eigener Produktion	58	47,55 %	40,00 %
Umsatzanteil aus Verkäufen von freien Fotografen	52	29,74 %	15,00 %
Umsatzanteil mit Material von Partneragenturen	32	19,15 %	0,00 %
Umsatzanteil aus sonstigen Erlösen	18	3,56 %	0,00 %

*Die Werte beziehen sich auf N=77 gültige Antworten.

Tabelle 4: Wie setzt sich Ihr Umsatz im Jahr 2010 nach Produkten zusammen?

	N>0	Mittelwert*	Median*
Fotos, Rights Managed	67	83,01 %	95,00 %
Fotos, Royalty free	19	6,90 %	0,00 %
Fotos, Microstock	3	1,20 %	0,00 %
Videos, Rights Managed	5	0,32 %	0,00 %
Videos, Royalty free	2	0,04 %	0,00 %
Grafiken, Rights Managed	5	1,58 %	0,00 %
Grafiken, Royalty free	0	0,00 %	0,00 %
Servicekosten	28	4,73 %	0,00 %
Sonstiges	16	2,23 %	0,00 %

*Die Werte beziehen sich auf N=77 gültige Antworten.

Tabelle 5: Wie setzt sich Ihr Umsatz im Jahr 2010 nach Marktsegmenten zusammen?

	N>0	Mittelwert*	Median*
Editorial (Nachrichten, Verlage)	66	74,22 %	80,00 %
Creative (Werbung, Corporate)	54	21,21 %	10,00 %
Sonstiges	23	4,57 %	0,00 %

*Die Werte beziehen sich auf N=77 gültige Antworten.

Tabelle 6: Bitte machen Sie einige Angaben zu Größe, Wachstum und Absatz Ihres digitalen Bildbestands im Jahr 2010 - Gesamtbestand Anzahl Ende 2010

	N	N>0	Mittelwert* (Anzahl)	Median* (Anzahl)	Summe (Anzahl)
Fotos Rights managed	61	61	1.937.345,44	250.000	118.178.072
Fotos Royalty free	23	17	249.889,26	11.000	5.747.453
Fotos Microstock	15	2	62.000,00	0	930.000
Grafiken Rights managed	16	7	2.510,00	0	40.160
Grafiken Royalty free	13	1	769,23	0	10.000
Videos Rights managed	17	4	1.417,65	0	24.100
Videos Royalty free	15	3	2.864,20	0	42.963

* Die Werte beziehen sich auf N als Anzahl der gültigen Antworten.

Tabelle 7: Bitte machen Sie einige Angaben zu Größe, Wachstum und Absatz Ihres digitalen Bildbestands im Jahr 2010 - neu archiviert Anzahl in 2010

	N	N>0	Mittelwert* (Anzahl)	Median* (Anzahl)	Summe (Anzahl)
Fotos Rights managed	57	57	983.808,79	21.573	56.077.101
Fotos Royalty free	18	14	63.235,61	5.000	1.138.241
Fotos Microstock	10	9	2.000,00	0	20.000
Grafiken Rights managed	12	5	98,00	0	1.176
Grafiken Royalty free	9	0	0,00	0	0
Videos Rights managed	12	4	633,33	0	7.600
Videos Royalty free	10	2	230,00	0	2.300

* Die Werte beziehen sich auf N als Anzahl der gültigen Antworten.

Tabelle 8: Bitte machen Sie einige Angaben zu Größe, Wachstum und Absatz Ihres digitalen Bildbestands im Jahr 2010 - verkauft/lizenziert Anzahl 2010

	N	N>0	Mittelwert* (Anzahl)	Median* (Anzahl)	Summe (Anzahl)
Fotos Rights managed	42	39	16.174,81	1.950	679.342
Fotos Royalty free	16	12	3.019,75	150	48.316
Fotos Microstock	9	1	255,56	0	2.300
Grafiken Rights managed	10	4	423,50	0	4.235
Grafiken Royalty free	8	0	0,00	0	0
Videos Rights managed	11	3	7,27	0	80
Videos Royalty free	10	3	41,30	0	413

* Die Werte beziehen sich auf N als Anzahl der gültigen Antworten.

Tabelle 9: Wie viele Bilder stammen von Partneragenturen?

	N	N>0	Mittelwert* (Anzahl)	Median* (Anzahl)	Summe (Anzahl)
Gesamtzahl der Bilder von Partneragenturen 2010	60	27	483.420,93	0,00	29.005.256
Neu archivierte Bilder von Partneragenturen 2010	57	25	146.329,04	0,00	8.340.755

* Die Werte beziehen sich auf N als Anzahl der gültigen Antworten.

Tabelle 10: Von wie vielen Agenturen erhielten Sie im Jahre 2010 Bilder?

	N	N>0	Mittelwert* (Anzahl)	Median* (Anzahl)	Summe (Anzahl)
Anzahl der Agenturen in Deutschland	62	24	1,69	0,00	105
Anzahl der Agenturen im Ausland	61	27	10,66	0,00	650

* Die Werte beziehen sich auf N als Anzahl der gültigen Antworten.

Tabelle 11: Wie vielen Agenturen lieferten Sie im Jahre 2010 Bilder?

	N	N>0	Mittelwert* (Anzahl)	Median* (Anzahl)	Summe (Anzahl)
Anzahl der Agenturen in Deutschland	63	31	1,24	0,00	78
Anzahl der Agenturen im Ausland	58	35	9,78	1,50	567

* Die Werte beziehen sich auf N als Anzahl der gültigen Antworten.

Tabelle 12: Wie hoch waren die Honorarzahungen, die Sie im Jahr 2010 an Partneragenturen geleistet haben?

	N>0	Mittelwert*(€)	Median*(€)	Summe(€)
Honorarzahungen	25	179.066,0514	0,0000	10.206.764,93

* Die Werte beziehen sich auf N=57 gültige Antworten.

Tabelle 13: Wie setzt sich der erzielte Umsatzanteil mit Vertriebspartnern im Jahr 2010 zusammen?

	N>0	Mittelwert	Median
Umsatzanteil: Verkäufe für deutsche Agenturen in Deutschland*	23	15,83 %	0,00 %
Umsatzanteil: Verkäufe für ausländische Agenturen in Deutschland**	28	24,08 %	10,00 %
Umsatzanteil: Eigene Verkäufe durch deutsche Agenturen in Deutschland*	21	7,72 %	0,00 %
Umsatzanteil: Eigene Verkäufe durch ausländische Agenturen im Ausland*	31	10,40 %	7,00 %

* Die Werte beziehen sich auf N=47 gültige Antworten. ** Die Werte beziehen sich auf N=48 gültige Antworten.