

image market - business trends

Ausgelöst durch technische Entwicklungen durchlaufen die Medien im Allgemeinen und die Bildpublizistik im Besonderen einen Strukturwandel, für dessen Dimension und Dynamik sich kaum aktuelle oder historische Vergleiche, weder innerhalb der visuellen Medien, noch in anderen Branchen, finden lassen. In Folge der Digitalisierung verändern sich Aufnahme, Verbreitung und Publikation von Bildern bis zur Unkenntlichkeit. Fotograf*innen werden zu multimedialen Content-Lieferanten. Die monomediale Publikation wird ersetzt durch die transmediale Veröffentlichung von Inhalten. Fotograf*innen liefern immer öfter auch Bewegtbilder und O-Töne, klassische Bildagenturen verschwinden aus wirtschaftlichen Gründen, neue Anbieter treten in den Markt ein und verändern nicht nur die Geschäftsmodelle sondern auch Arbeitsbedingungen und Bildsprachen. Die veränderten Herstellungs- und Publikationsbedingungen von Bildern bedeuten einen Wandel, über dessen gesamtgesellschaftliche Wirkungen zur Zeit nur spekuliert werden kann.

Das zur Zeit an der Hochschule Hannover unter Leitung von Prof. Lars Bauernschmitt durchgeführte Forschungsprojekt untersucht die Entwicklung des Handels mit Nutzungsrechten und dokumentiert, wie unterschiedliche Entwicklungen in verschiedenen Bereichen, sich gegenseitig beeinflussend, den Markt laufend verändern und im Ergebnis bestimmen, welche Bilder (aus welcher Quelle, mit welcher Bildsprache und welcher Bildgestaltung) überhaupt veröffentlicht werden.

Wie sich die aktuelle Situation des Bildermarktes und der Bildagenturen darstellt, untersuchte diese Forschungsgruppe in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband professioneller Bildanbieter mit Hilfe von Branchenerhebungen unter deutschen Bildagenturen. Zwei in den Jahren 2018 und 2019 durchgeführte Umfragen unter deutschen Bildagenturen lieferten nach langer Zeit erstmals wieder belastbare Zahlen zum Bildermarkt und sollen in Zukunft fortgesetzt werden.

Die im Folgenden vorgestellten Zahlen sind Ergebnisse der Erhebungen aus den Jahren 2018 und 2019. Durchgeführt wurde die Umfrage online, die Anonymität wurde den teilnehmenden Agenturen zugesichert und war gewährleistet. Rückschlüsse auf teilnehmende Agenturen sind nicht möglich und auch nicht gewollt.

Diese Kurzfassung ausgewählter Kennzahlen soll nur einen ersten Eindruck der Unternehmensstruktur deutscher Bildagenturen und ihrer Situation vermitteln. Die vorgestellten Gesamtsummen wurden auf Grundlage der statischen Zentralwerte (Median) errechnet. Bei der Betrachtung der folgenden Ergebnisse sind die erheblichen Abweichungen der Mittelwerte von den Medianen zu beachten, die auf extreme Unterschiede unter den Agenturen hinweisen. Auf Grund der erheblichen Größenunterschiede innerhalb der betrachteten Populationen können diese Gesamtwerte nur einen ersten Eindruck vermitteln. Eine vertiefte Untersuchung der Ergebnisse sowie eine Darstellung der Entwicklungen der letzten 30 Jahre erfolgt zur Zeit.

Gesamtzahl deutscher Bildagenturen:

Auf Grund unserer Erhebungen schätzen wir die Gesamtzahl der in Deutschland tätigen Bildagenturen, sowie der agenturähnlich agierenden Fotograf*innen, auf 344 (Stand: Anfang 2018). Dabei handelt es sich um:

- 270 Nicht-BVPA-Mitglieder (ohne Shutterstock)
- 71 BVPA-Mitgliedsagenturen (ohne Getty und Adobe)
- 3 Big Player¹, die nicht über deutsche Partneragenturen vertreten werden.²

Verteilung der Unternehmen auf Größenklassen:

Gemäß der EU-Empfehlung (2003/361/EG) definieren sich Unternehmen nach Umsatz- und Beschäftigtengrößenklassen wie folgt³:

Größenklasse	Beschäftigte	Jahresumsatz
Kleinstunternehmen	bis 9	und bis 2.000.000 EUR
Kleine Unternehmen	bis 49	und bis 10.000.000 EUR
Mittlere Unternehmen	bis 249	und bis 50.000.000 EUR
Großunternehmen	über 249	oder über 50.000.000 EUR

Nach Auskunft des BVPA verteilen sich die o.a. 71 Mitgliedsagenturen (ohne Getty und Adobe) wie folgt auf die definierten Größenklassen:

Mikrounternehmen:	28
Kleinstunternehmen:	32
Kleine Unternehmen:	10
Mittlere Unternehmen:	1
Großunternehmen:	0

Die 270 Nicht-BVPA-Mitglieder (ohne Shutterstock) verteilen sich entsprechend unserer Erhebungen wie folgt auf die Größenklassen:

Mikrounternehmen:	96
Kleinstunternehmen:	135
Kleine Unternehmen:	39

¹ Adobe Systems GmbH, München / Getty Images DevCo Deutschland GmbH, München / shutterstock GmbH, Berlin

² Adobe und Getty sind BVPA-Mitglieder, Shutterstock ist nicht Mitglied im BVPA.

³ https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=uriserv:OJ.L_.2003.124.01.0036.01.DEU

Mitarbeiterzahl (Vollzeit, Teilzeit und Aushilfen) 2017:

BVPA-Mitglieder	Mittelwert	Median
Mitarbeiter Insgesamt	16	8

Nicht-BVPA-Mitglieder	Mittelwert	Median
Mitarbeiter Insgesamt	10	6,5

Auf Basis der Mediane errechnete Werte:

584 Mitarbeiter*innen in 73 BVPA-Mitgliedsagenturen

1.762 Mitarbeiter*innen in 271 Nicht-BVPA-Mitgliedsagenturen

2.347 Mitarbeiter*innen (Vollzeit, Teilzeit und Aushilfen) in deutschen Bildagenturen.

Netto-Gesamtumsatz:

BVPA-Mitglieder ⁴	Mittelwert	Median
Umsatz 2016	€ 2.161.743	€ 500.000
Umsatz 2017	€ 2.196.191	€ 515.000

Nicht-BVPA-Mitglieder ⁵	Mittelwert	Median
Umsatz 2016	€ 231.443	€ 67.500
Umsatz 2017	€ 213.886	€ 68.000

Als Ergebnis einer Berechnung der jeweiligen Gesamtumsätze der Populationen der BVPA-Mitglieder sowie der Nicht-BVPA-Mitglieder entsprechend ihrer Verteilung innerhalb der EU-Größenklassen ergibt sich bei einem geschätzten Marktanteil der drei Big Player von 50% – 55% des Gesamtmarktes ein Netto-Gesamtumsatz aller in Deutschland ansässigen Bildanbieter von 150 – 170 Mio Euro.

Vertretene Fotograf*innen (aus dem In- und Ausland) 2018:

BVPA-Mitglieder	Mittelwert	Median
Fotografen (gesamt)	366	125

Nicht-BVPA-Mitglieder	Mittelwert	Median
Fotografen (gesamt)	46	10

Auf Basis der Mediane errechnete Werte:

9.125 vertretene Fotograf*innen in 73 BVPA-Mitgliedsagenturen

2.710 vertretene Fotograf*innen in 271 Nicht-BVPA-Mitgliedsagenturen

⁴ Ohne Adobe und Getty.

⁵ Ohne Shutterstock.

Bildmenge / Bildbestand (ohne Big Player) 2017:

BVPA-Mitglieder	Mittelwert	Median
nur physisch (Prints und Dias) gesamt	5.075.000	2.250.000
nur digital gesamt	4.487.012	800.000
Gesamt	6.420.345	800.000

Nicht-BVPA-Mitglieder	Mittelwert	Median
nur physisch (Prints und Dias) gesamt	254.706	0
nur digital gesamt	481.588	150.000
Gesamt	736.294	220.000

Auf Basis der Mediane errechnete Werte:

56.800.000 digitale Bilder in 71 BVPA-Mitgliedsagenturen

40.500.000 digitale Bilder in 270 Nicht-BVPA-Mitgliedsagenturen

=

97,3 Millionen digitale Bilder der BVPA-Mitglieder und Nicht-BVPA-Mitglieder.

Darüber hinaus:

Adobe: 58 Millionen Fotos, Illustrationen, Vektoren und Video-Clips.⁶

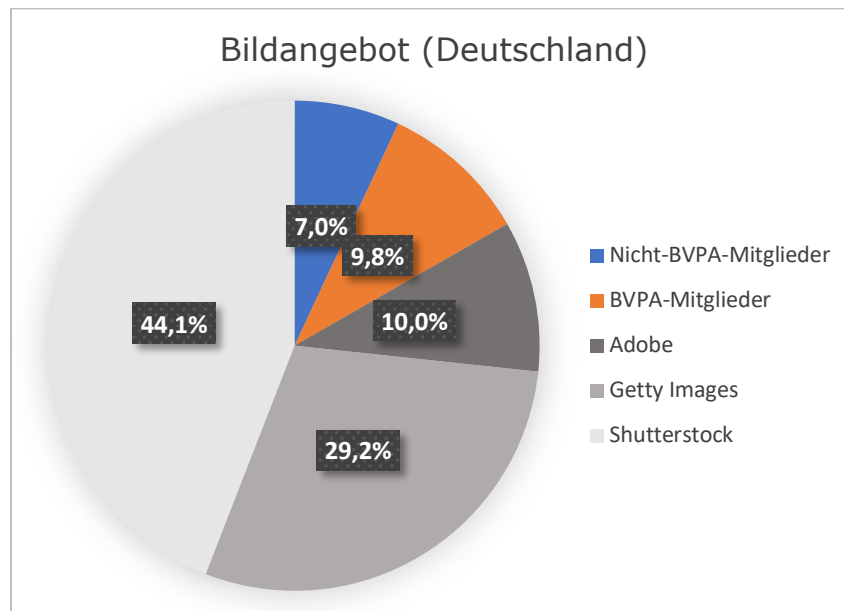
Getty: 170 Millionen Inhalte.⁷

Shutterstock: „Mehr als 256.529.054 lizenzfreie Bilder.“⁸

=

485 Millionen digitale Bilder der drei Big Player.

Gesamtangebot in Deutschland: Ungefähr 582 Millionen digitale Bilder (inklusive Illustrationen, Vektoren und Video-Clips).



⁶ <https://bvpa.org/mitglieder/adobe-systems/> 15.03.2019, 14.10 Uhr

⁷ <https://bvpa.org/mitglieder/getty-images/> 15.03.2019, 14.15 Uhr

⁸

https://www.shutterstock.com/de/?kw=shutter%20stock&qclid=CjwKCAjwmq3kBRB_EiwAJkNDp_hAGitiNpkPII9d6jMYXnjaY_4UR78R_UWvYsOQ-9Y0HvTAvlQ2rRoCzncQAvD_BwE&qclsrc=aw.ds, 15.03.2019, 14.20 Uhr

Bildveröffentlichungen deutscher Bildagenturen 2017:

BVPA Mitglieder	Mittelwert	Median	Summe
Eigene Lieferungen (insgesamt)	18.868	2.250	264.146
Bildnutzungen durch Partneragenturen (insgesamt)	8.752	1.991	122.532
Gesamt	27.620	16.500	386.678

Nicht-BVPA-Mitglieder	Mittelwert	Median	Summe
Eigene Lieferungen (insgesamt)	4.857	750	63.145
Bildnutzungen durch Partneragenturen (insgesamt)	578	200	7.520
Gesamt	5.436	2.000	70.665

Auf Basis der Mediane errechnete Werte:

2.250 x 71 BVPA-Mitglieder = 159.750

750 x 270 Nicht-BVPA-Mitglieder = 202.500

Gesamt: 367.500 Bildveröffentlichungen⁹.

⁹ Eigene Bildveröffentlichungen im In- und Ausland ohne Veröffentlichungen durch Partneragenturen und ebenfalls ohne drei Big Player (Adobe, Getty, Shutterstock).