

30.04.2018 // PRESSETEXT zur Branchenerhebung des Bundesverbandes professioneller Bildanbieter.

Bildermarkt 2018 – Steigende Bedeutung, sinkende Honorare.

Bildanbieter und -produzenten erleben den Strukturwandel infolge der Digitalisierung stärker, erheblich schneller und mit sehr viel dramatischeren Folgen als viele andere Branchen. Während die Bedeutung von Bildern weiter zunimmt, sinken die Honorare nicht zuletzt auch auf Grund eines ständig wachsenden Angebotes weiter.

Wie sich die aktuelle Situation des Bildermarktes und der Bildagenturen darstellt, untersuchte jetzt eine unter der Leitung von Prof. Lars Bauernschmitt vom Studiengang Fotojournalismus und Dokumentar fotografie der Hochschule Hannover in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband professioneller Bildanbieter durchgeführte Branchenerhebung unter deutschen Bildagenturen. Die im Februar und März durchgeführte Umfrage umfasste Fragen zum Unternehmen, dem Umsatz, den Betriebskosten, dem Bildbestand und dem Vertrieb. Die Umfrage lieferte damit nach langer Zeit erstmals wieder belastbare Zahlen zum Bildermarkt und soll in Zukunft jährlich fortgesetzt werden. Interessant sind die Ergebnisse nicht nur für die Fachöffentlichkeit, sondern vor allem auch für die an der Umfrage beteiligten Bildagenturen selbst. Sie bekommen durch die Ergebnisse die Möglichkeit, das eigene Unternehmen im Vergleich zum Mitbewerber zu verorten. Interessieren werden die Ergebnisse aber auch die mit den Agenturen zusammenarbeitenden Fotografen. Immerhin vertreten allein die 27 Agenturen, die sich an dieser Umfrage beteiligten, 6.739 Fotografinnen und Fotografen exklusiv.

Dabei lieferte die auf der Mitgliederversammlung des Branchenverbandes am 22.04.2018 in München vorgestellte Untersuchung neben erwartbaren Bestätigungen bekannter Trends auch eine Reihe von, auch für Fachleute überraschenden, Ergebnissen. So sehen sich die Mitgliedsagenturen des BVPA trotz weiter sinkender Honorare gut aufgestellt. Wie die Branchenerhebung ergab, beurteilen die im BVPA organisierten Agenturen, die sich an dieser Umfrage beteiligten, die eigene wirtschaftliche Situation zu 50 % befriedigend und zu 42,8 % sogar gut oder sehr gut. Während in anderen Bereichen der Kreativbranche Praktikanten und befristet Beschäftigte die Unternehmen prägen, beschäftigen die von der Erhebung erfassten deutschen Bildagenturen im Schnitt zu fast 60 % Festangestellte und zu 31,6 % Teilzeitbeschäftigte. Freie Mitarbeiter_Innen bilden mit 9,9 % eine klare Minderheit. Während die im BVPA vertretenen Agenturen mit 1,6 % Umsatzplus leicht zulegen konnten, musste die Vergleichsgruppe der nicht im Verband vertretenen Bildagenturen dagegen ein Minus von 7,6% verzeichnen. Aktuelle Zahlen lieferte die Umfrage auch in Bezug auf das angebotene Bildmaterial. Ihre durchschnittlichen Bestände von 800.000 digitalen Bildern vergrößerten die beteiligten Bildagenturen im Durchschnitt um 9,3 %. Wichtigstes Marktsegment sind für die Bildagenturen die Zeitungen und Zeitschriften. Im Mittel 45,1 % ihres Umsatzes erzielen die im BVPA vertretenen Bildagenturen mit diesen redaktionellen Auftraggebern. Bei den nicht im Verband vertretenen Agenturen sind das sogar 62,8 %.

Die jetzt vorgestellten Ergebnisse sind noch keine Darstellung von Entwicklungen und möglichen Ausblicken. Diese können erst zu einem späteren Zeitpunkt und mit Blick auf weitere Umfragen erfolgen. Prof. Lars Bauernschmitt und der BVPA wollen die jetzt so erfolgreich begonnene Kooperation jedoch fortsetzen.

Zum jetzigen Zeitpunkt feststellbar ist, dass die BVPA Mitgliedsagenturen die sich an dieser Befragung beteiligt haben, auf den Heimatmarkt konzentriert sind, sich auf journalistische Publikationen fokussieren, sich in einem schwierigen Markt eingerichtet und ihre Strukturen den Entwicklungen angepasst haben.

Rückfragen bitte an:

Mathias Jahn, BVPA, jahn@bvpa.org , www.bvpa.org

Prof. Lars Bauernschmitt, lars.bauernschmitt@hs-hannover.de , www.larsbauernschmitt.de