

## **image market 2022**

Ergebnisbericht der fünften Erhebung zum deutschen Bildermarkt in Zusammenarbeit der

Arbeitsgruppe „image market – business trends“ am Studiengang Fotojournalismus und Dokumentarfotografie der Hochschule Hannover

und dem

Bundesverband professioneller Bildanbieter e.V. (BVPA)

Juli 2022

**Autor: Prof. Lars Bauernschmitt**

**Wissenschaftliche Mitarbeit: Maximilian von Lachner (B.A.)**

## **Vorwort**

Der hier vorgelegte Bericht beschreibt die Ergebnisse einer im März 2022 durchgeführten Erhebung unter Bildanbieter:innen bezogen auf Entwicklungen des Marktes der Bildagenturen im Jahr 2021. Neben Faktoren, die bereits seit längerem wirken, waren das Jahr 2021 ebenso wie das Vorjahr geprägt von den Auswirkungen der Corona-Pandemie, wodurch die Situation der Bildagenturen überwiegend negativ beeinflusst wurde. Die vorgestellte Darstellung beschreibt einen sehr heterogenen Markt in einer besonderen Situation. Aufgrund der geringen Zahl der Teilnehmenden wird, anders als in den Vorjahren, in diesem Jahr auf eine detailliertere Auswertung verzichtet, um die Anonymität der Befragten zu gewährleisten.

## **Die Erhebung**

Die hier vorgestellte Erhebung erfolgte zwischen dem 24. Februar und dem 31. März 2022 als Online-Umfrage. Angesprochen wurden die befragten Bildagenturen per E-Mail durch den Bundesverband professioneller Bildanbieter (BVPA). Mitte März erfolgte der Versand eines Reminders mit Hinweis auf die Möglichkeit zur Teilnahme. Die Anonymität wurde den Teilnehmenden zugesichert und war gewährleistet. Mit dem Hinweis auf eine Möglichkeit zur Teilnahme wurden durch den BVPA

- 65 BVPA-Mitglieder, davon 58 Bildagenturen
- sowie darüber hinaus ca. 700 weitere Bildanbieter:innen

angeschrieben.

Die Erhebung gliederte sich in 15 Hauptfragen und 2 Unterfragen in vier Themenfeldern:

### **0) Statistische Angaben zum Sitz des Unternehmens, zu Verbandsmitgliedschaften und Partneragenturen: 0.1. / 0.2. / 0.3.**

#### **1) Informationen zum Unternehmen: 1.1. / 1.2. / 1.3.**

#### **2) Angaben zum Umsatz: 2.1. / 2.2. / 2.3. / 2.4.**

#### **3) Angaben zum Bildbestand, Umsatzstruktur und Lieferwege: 3.1. / 3.2. / 3.3. / 3.3.1. / 3.4. / 3.4.1. / 3.5.**

Um in weiteren Darstellungen Entwicklungen aufzeigen zu können, erfolgte die Formulierung von Fragen und Antwortmöglichkeiten mit Blick auf die bereits in der Vergangenheit durchgeführten Erhebungen. Bei der Gestaltung der Umfrage galt es, einen Kompromiss zu finden zwischen dem Interesse einer möglichst umfassenden Erhebung marktrelevanter Daten und dem Wunsch, den Aufwand für die teilnehmenden Urheber:innen und Agenturen so gering wie möglich zu halten. Um die Abbruchquote möglichst gering zu halten, war es möglich, Fragen unbeantwortet zu lassen. Bis zum Ende der Befragung nahmen 16 Bildagenturen an dieser Erhebung teil,

von denen:

9 angaben, BVPA-Mitglied zu sein.

3 Bildagenturen erklärten, in keinem Verband Mitglied zu sein.

6 Befragte wählten die Antwortmöglichkeit „Sonstige“.<sup>1</sup>

Die Erhebung wurden vor Beginn getestet und eine Ausfülldauer von 10 bis 15 Minuten ermittelt, auf die die Angeschriebenen bei der Kontaktaufnahme hingewiesen wurden.

---

<sup>1</sup> Mehrfachnennungen wegen Mitgliedschaft in mehreren Verbänden waren möglich.

**0.1. In welchem Land hat das Unternehmen, für das Sie antworten, seinen Sitz, bzw. auf welchen Standort beziehen sich Ihre Angaben?**

Von den 16 Bildagenturen oder bildagenturähnlich arbeitenden Fotograf:innen, die sich an dieser Erhebung beteiligten, gaben 14 Deutschland als Sitz des Unternehmens an, 2 wählten die Antwortmöglichkeit Sonstige.

Land	Anzahl	Anteil
keine Angabe	0	0 %
Deutschland	14	87,5 %
Sonstige	2	12,5 %
<b>n=16</b>		

**0.2. Ist das Unternehmen, für das Sie antworten, Mitglied in einem Verband zur Vertretung der Interessen von Bildagenturen?**

Etwas mehr als die Hälfte der an der Erhebung beteiligten Bildagenturen oder bildagenturähnlich arbeitenden Fotograf:innen (56,3 %) ist Mitglied im BVPA.

gesamt	BVPA	keine	Sonstige
Anzahl	9	3	6
Anteil	56,3 %	18,8 %	37,5 %
<b>n=16</b>			

**0.3. Vertreten Sie andere Bildagenturen aus dem In- oder Ausland?**

Von den an der Erhebung beteiligten Bildagenturen oder bildagenturähnlich arbeitenden Fotograf:innen vertreten nur sieben (43,8%) andere Bildagenturen aus dem In- oder Ausland. Dabei ist jedoch zu beachten, dass alle sechs beteiligten Agenturen mit über 100.000,- € Umsatz andere Agenturen vertreten, von den zehn Agenturen mit weniger als 100.000,- € Umsatz jedoch nur eine.

	ja	nein
Anzahl	7	9
Anteil	43,8 %	56,3 %
<b>n=16</b>		

### 1.1. Wie viele Fotos und Videos hat Ihr Unternehmen, bzw. Ihr Standort, im Bestand?

Angaben zur Menge der angebotenen Bilder bzw. Videos machten 14 Bildagenturen oder bildagenturähnlich arbeitende Fotograf:innen. Alle gaben an, Fotos zu vertreiben, fünf (36%) boten darüber hinaus auch Videomaterial an.

	<b>Rights Managed</b>	<b>Royalty Free</b>	<b>eig. Modelle</b>	<b>analog</b>	<b>Videoclips</b>	<b>Summe</b>
<b>Anbietende</b>	10	9	2	4	5	
<b>Anteil</b>	71,4 %	64,3 %	14,3 %	28,6 %	35,7 %	
<b>Anzahl</b>	78.039.171	18.315.023	20.000	25.330.000	355.010	122.059.204
<b>Min</b>	500	360	10.000	30.000	10	360
<b>max</b>	64.000.000	10.000.000	10.000	25.000.000	330.000	64.005.000
<b>n=14</b>						

### 1.2. Über welchen Anteil an diesem Bildmaterial verfügt Ihr Unternehmen, bzw. Ihr Standort, exklusiv?

Soweit Agenturen die entsprechenden Lizenzierungsmodelle anbieten bestehen zwischen den jeweils exklusiv bzw. nicht exklusiv angebotenen Bildmengen erhebliche Unterschiede.

	<b>Rights Managed</b>	<b>Royalty Free</b>	<b>eig. Modelle</b>	<b>analog</b>	<b>Videoclips</b>
<b>Mittel</b>	62,0%	70,7%	95,0%	76,3%	93,3%
<b>min</b>	3,0%	5,0%	90,0%	5,0%	80,0%
<b>max</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>n=16</b>					

### 1.3. Wie viele Fotos und Videos können insgesamt durch Ihr Unternehmen, bzw. Ihren Standort, und über das Netzwerk Ihrer Partneragenturen bezogen werden?

Die Angaben der sieben an dieser Erhebung beteiligten Bildagenturen, die in Frage 0.3. angaben, Partneragenturen zu vertreten, verdeutlichen die extremen Größenunterschiede zwischen den auf dem deutschen Markt agierenden Bildagenturen.

	<b>Rights Managed</b>	<b>Royalty Free</b>	<b>eig. Modelle</b>	<b>analog</b>	<b>Videoclips</b>	<b>Summe</b>
<b>Anbieter</b>	7	0	-	-	-	-
<b>Anteil</b>	100 %	0 %	-	-	-	-
<b>Anzahl</b>	675.660.000	481.300.000	0	20.000	10.020.000	1.167.000.000
<b>min</b>	10.000	300.000	0	20.000	10.000	70.000
<b>max</b>	360.000.000	250.000.000	0	20.000	10.000.000	500.000.000
<b>n=7</b>						

**2.1. Wie hoch war der Netto-Gesamtumsatz Ihres Unternehmens, bzw. Ihres Standorts, im vergangenen Jahr (2021) ohne staatliche Coronahilfen?**

**2.2. Wie hoch war die Summe der staatlichen Coronahilfen, die Ihr Unternehmen, bzw. Ihr Standort, im vergangenen Jahr (2021) erhalten hat?**

**2.3. Wie hoch war der Netto-Gesamtumsatz Ihres Unternehmens, bzw. Ihres Standorts, im vorletzten Jahr (2020) ohne staatliche Coronahilfen?**

**2.4. Wie hoch war die Summe der staatlichen Coronahilfen, die Ihr Unternehmen, bzw. Ihr Standort, im vorletzten Jahr (2020) erhalten hat?**

Auskunft bezüglich der Umsätze und der Coronahilfen der Jahre 2020 und 2021 gaben 13 der beteiligten 16 Agenturen. Dabei stellten zwei Drittel der Bildagenturen mit mehr als 100.000,00 € Jahresnettumsatz steigende Umsätze fest. Bei den Bildagenturen mit weniger als 100.000,- € Jahresnettumsatz waren das immerhin noch 57,1 Prozent. Sinkende Umsätze stellte bei den Bildagenturen mit mehr als 100.000,- € Jahresnettumsatz ein Drittel der Bildagenturen fest, bei den kleineren Unternehmen waren das dagegen nur 14,3 Prozent.

	Umsatz 2021	Coronahilfe 2021	Umsatz 2020	Coronahilfe 2020	Gesamt 2021	Gesamt 2020
<b>min</b>	1.000,00 €	8.477,00 €	2.500,00 €	1.200,00 €	3.000,00 €	2.500,00 €
<b>max</b>	13.500.000,00 €	60.000,00 €	12.500.000,00 €	8.000,00 €	13.500.000,00 €	12.500.000,00 €
<b>n=13</b>						

**3.1. Bietet Ihr Unternehmen, bzw. Standort, kostenloses Bildmaterial (Fotos oder Videos) an?**

Weit überwiegend (87,5%) bieten die an der Erhebung beteiligten Bildagenturen kein kostenloses Bildmaterial an.

	ja	nein
<b>Anzahl</b>	2	14
<b>Anteil</b>	12,5 %	87,5 %
<b>n=16</b>		

### 3.2. An wie vielen einzelnen Fotos bzw. Videoclips hat Ihr Unternehmen, bzw. Standort, 2021 Nutzungsrechte zur Zweitverwertung (Archivmaterial) vergeben?

Angaben zur Menge der vergebenen Nutzungsrechte an Bildern und Videos machten 13 an der Erhebung beteiligte Bildagenturen. Ein Vergleich der Minimumwerte mit den Maximumwerten macht die erheblichen Größenunterschiede zwischen den befragten Bildagenturen deutlich.

	Rights Managed	Royalty Free	eig. Modelle	Videoclips
Anbieter	10	7	2	3
Anteil	76,9 %	53,8 %	15,4 %	23,1 %
Absatzmenge	1.404.490	147.401	2.130	1.121
Absatzanteil	90,3 %	9,5 %	0,1 %	0,1 %
min	20	350	30	100
max	890.000	87.907	2.100	821
n=13				

### 3.3. Welche der folgenden Lizenzierungsmodelle für Bildnutzungen bieten Sie an?

Während nur zwei der 15 Bildagenturen, die zu den Lizenzierungsmodellen Auskunft gaben, kein Rights Managed-Bildmaterial anbieten, vertreiben 6 kein Royalty Free-Bildmaterial.

	eigenes	Partner	eigenes	Partner	eigenes	Partner
Lizenzierungsmodell	Rights Managed	Rights Managed	Royalty Free	Royalty Free	andere Modelle	andere Modelle
Anbieter	11	7	7	7	3	1
Anteil	73,3 %	46,7 %	46,7 %	46,7 %	20,0 %	6,7 %
n=15						

#### 3.3.1. Wie setzt sich der Gesamtumsatz ihres Unternehmens, bzw. Ihres Standorts, zusammen?

Signifikante Unterschiede bezüglich der Erlösquellen zwischen den Bildagenturen zeigen sich bezüglich des durchschnittlichen Anteils der Auftragsfotografie (21,6% bei Agenturen mit weniger als 100.000 € Jahresnettoumsatz und den Agenturen, die einen höheren Umsatz erzielen, bei denen der Anteil der Auftragsfotografie nur bei 3,5% liegt). Bezüglich der Erlöse aus unerlaubten Nutzungen sind deutliche Unterschiede zwischen BVPA-Mitgliedsagenturen (5,3% Umsatzanteil) und den nicht im BVPA vertretenen Agenturen feststellbar (0,8% Umsatzanteil).

	eigenes Rights Managed	Partner Rights Managed	eigenes Royalty Free	Partner Royalty Free	eigenes andere Modelle	Partner andere Modelle	Auftragsfotografie	unerl. Nutzung	Sonstige
Anteil	31,1 %	14,2 %	18,9 %	14,5 %	3,0 %	0,0 %	14,3 %	3,5 %	0,5 %
n=15									

### 3.4. Welche Modelle des Erwerbs von Bildnutzungsrechten bietet Ihr Unternehmen, bzw. Ihr Standort, an?

Während nur drei der an der Erhebung beteiligten Bildagenturen lediglich eine Lizenzierungsart anbieten, bieten vier der befragten Bildagenturen sogar vier unterschiedliche Lizenzierungsarten an.

	<b>Einzellizenz</b>	<b>Abo</b>	<b>Paket</b>	<b>Sonstige</b>
<b>Anbieter</b>	14	8	9	5
<b>Anteil</b>	100,0 %	57,1 %	64,3 %	35,7 %
<b>n=14</b>				

#### 3.4.1. Welchen Anteil haben diese Modelle am Gesamtumsatz Ihrer Bildlizenzierungen?

Unabhängig von der Höhe des Gesamtumsatzes machen die befragten Bildagenturen über die Hälfte ihres Umsatzes mit Einzellizenzen.

	<b>Einzellizenz</b>	<b>Abo</b>	<b>Paket</b>	<b>Sonstige</b>
<b>Anteil</b>	57,50%	15,30%	23,40%	3,80%
<b>n=11</b>				

### 3.5. Auf welchen Wegen erfolgt die Lieferung von Fotos und Videos Ihres Unternehmens an Ihre Kund:innen?

Während Bildagenturen, die einen Jahresumsatz von weniger als 100.000,- € angaben, 37,5 % ihrer Bildlieferungen aktiv mittels E-Mail oder FTP vornahmen, waren das bei den Agenturen, die mehr als 100.000,- € erzielten, nur 7,4 % (E-Mail, FTP, CD oder physischer Bildversand).

	<b>Down: Web PM</b>	<b>Down: Web Sonst</b>	<b>Down: PM</b>	<b>Down: FF</b>	<b>Down: Sonst</b>	<b>Aktiv phys.</b>	<b>Aktiv direkt</b>	<b>Aktiv E-Mail</b>	<b>Aktiv FTP</b>	<b>Aktiv CD</b>
<b>Anteil</b>	5,7 %	35,1 %	10,6 %	0,0 %	23,9 %	0,1 %	0,0 %	12,9 %	11,6 %	0,1 %
<b>n=14</b>										

### Fazit

Bilder lenken die Wahrnehmung von Inhalten stärker als Texte. Bilder gewinnen weiter an Bedeutung. Dabei nimmt die Menge angebotener Bilder ständig weiter zu, während ihr Preis ständig sinkt. Gleichzeitig stellen sich die bildanbietenden Unternehmen als immer heterogenere Gruppe dar. Die hier vorgestellten Ergebnisse sollen deshalb auffordern, den Umgang mit Bildern als Ware in Zukunft noch genauer zu untersuchen.

**Autor:**

Prof. Lars Bauernschmitt  
[www.larsbauernschmitt.de](http://www.larsbauernschmitt.de)  
[imagemarket@larsbauernschmitt.de](mailto:imagemarket@larsbauernschmitt.de)

**Wissenschaftliche Mitarbeit:**

Maximilian von Lachner (B.A.)

Hochschule Hannover  
Studiengang Fotojournalismus und Dokumentarfotografie  
Expo Plaza 2

30539 Hannover