

STAGNATION, KONZENTRATION UND DIE ANGST VOR WEITEREM PREISVERFALL

Ergebnisse der ersten weltweiten Studie des globalen Bildermarkts

Johannes Glückler und Robert Panitz, 2013

Erste weltweite Befragung

Der vorliegende Artikel stellt einige Auszüge aus der ersten weltweiten Studie des Global Stock Image Market (GSIM) vor, die an der Universität Heidelberg durchgeführt wurde (Glückler und Panitz 2013). Im Sommer 2012 luden wir Bildanbieter aus der ganzen Welt ein, einen Online-Fragebogen auszufüllen, um Marktvolumen, Geschäftsbereiche und -praktiken sowie wichtige Trends zu identifizieren. Von den weltweit erfassten 2.342 Bildanbietern antworteten mit 251 Unternehmen etwas mehr als 10 Prozent aller Marktteilnehmer. Weitere 97 Bildanbieter wurden in dieser Umfrage als Vertriebspartner genannt, so dass wir in der Summe der bekannten und in der Studie zusätzlich genannten Agenturen eine Marktgröße von 2.439 gewerblichen Bildanbietern ermitteln.

Die Bildanbieter

Der Markt setzt sich aus drei Typen von Bildanbietern zusammen: Agenturen, Archive und Fotografengenossenschaften. Mit 60% der Antworten repräsentieren die Bildagenturen den dominanten Anbietertypus. Die restlichen 40% der Antworten verteilen sich etwa gleichmäßig auf Bildarchive und Fotografengenossenschaften. Etwa die Hälfte aller Bildanbieter wurde vor 1995 gegründet – dem Jahr in dem Getty Images online ging und den Bildhandel durch elektronischen Vertrieb revolutionierte. Diese Anbieter mussten noch den Wandel und die Reorganisation von analogen Bildarchiven zu digitalen Bilddatenbanken und neuen Vertriebsformen vollziehen. Gegenüber diesen ‚digital immigrants‘ zählt die andere Hälfte der Anbieter zu den ‚digital natives‘, die bereits mit ihrer Gründung elektronische Bilddatenbanken und e-commerce betreiben. 20% der Bildanbieter wurden erst nach dem Jahr 2005 gegründet.

Im Jahr 2011 waren in 196 Unternehmen weltweit ca. 2.000 Mitarbeiter beschäftigt. In Anlehnung an die offizielle europäische Unternehmensklassifikation (European Commission 2003) sind demnach 151 Anbieter (77%) Mikrounternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern, 36 Anbieter (19%) sind Kleinunternehmen mit weniger als 50 und mehr als 9 Beschäftigten. 9 Anbieter (5%) gehören letztlich zur Kategorie der mittleren Unternehmen mit mehr als 49 und weniger als 250 Mitarbeitern. Dieser Darstellung sind die beiden Großunternehmen Getty Images und Corbis als Marktführer jeweils noch hinzuzurechnen.

In Bezug auf die geographische Verteilung sind zwei Drittel aller Anbieter unseres Samples entweder in den USA (18%), dem Vereinigten Königreich (19%) oder in Deutschland (31%) angesiedelt. Aus den wichtigsten sechs Ländern kam mehr als 80% des gesamten Rücklaufs. Neben den bereits genannten Staaten waren dies die Schweiz (6%), Frankreich (4%) und China (2%).

Die Produkte: Stille und Bewegte Bilder

Bilder und Lizenzmodelle

238 Bildanbieter berichteten einen Gesamtbestand von 362 Millionen Bildern. Da ein großer Teil des Bestands aus nicht exklusivem Material besteht und Anbieter verstärkt ihre Bildbestände über Vertriebspartnerschaften miteinander teilen, übersteigt diese Zahl die tatsächliche Anzahl an Bildern. Im Schnitt verwaltet ein Bildanbieter etwa 1,5 Millionen Bilder, während die Hälfte aller Anbieter nur 120.000 oder weniger Bilder im Bestand führt. Dies weist auf eine starke Ungleichverteilung im Markt

hin. Allein elf Bildanbieter (5%) haben 189 Millionen Bilder in deren Bestand, was etwa der Hälfte des gesamten Bildbestands in unserer Umfrage ausmacht.

Wir unterscheiden drei große Segmente des Bildermarkts: Stille Bilder (Fotos), die 94% des gesamten Bestands repräsentieren sowie bewegte Bilder (Videos, *footage*) und sonstige Bildformate die jeweils 3% des Bildbestands ausmachen. Zahlreiche Footage-Anbieter gaben ihren Bestand in Stunden aufgenommenen Materials und nicht etwa als Anzahl von Filmen an. Da wir diese Angaben nicht verrechnen konnten, glauben wir die tatsächliche Anzahl an Stock-Videos zu unterschätzen. Bei stillen Bildern dominieren weiterhin Rights-Managed Bilder (64%) gegenüber Royalty-Free und Microstock (31%) die Bildbestände. Es sollte nochmals darauf hingewiesen werden, dass diese Zahlen Mehrfachzählungen von Bildern beinhalten, da aufgrund von Vertriebspartnerschaften die Bilder eines Bildanbieters in das Portfolio eines anderen gelangen. Solche Mehrfachzählungen lassen sich nicht systematisch herausrechnen. Deshalb erwarten wir, dass die tatsächliche Zahl an Bildern deutlich geringer ausfällt als die hier berichtete.

Bildwachstum

Zwischen Januar und Dezember 2011 wuchsen die einzelnen Bildbestände der Anbieter hauptsächlich durch die Erschließung bereits bestehenden Materials von Partneragenturen. Die Duplizierung vorhandener Bestände ist allein für 82% des Gesamtwachses von 48,8 Millionen Bildern verantwortlich. Lediglich 18% des neu erschlossenen Bildmaterials sind originär und kamen entweder von externen Fotografen (11%) oder aus eigenständiger Produktion (7%). Der Zuwachs an originärem Material im Jahr 2011 kann somit mit etwa 9 Millionen neuen Bildern bemessen werden. Hierbei sollte jedoch darauf verwiesen werden, dass auch dieses originäre Bildmaterial nicht immer exklusiv ist, weshalb Mehrfachzählungen nicht auszuschließen sind.

Geschäftszahlen

Verkäufe

104 Bildanbieter (41%) machten detaillierte Angaben über ihre Umsätze im Jahr 2011: sie erzielten einen Gesamtumsatz von \$138 Mio. Obwohl diese Anbieter einen durchschnittlichen Jahresumsatz von \$1,3 Mio. besaßen, hatte die Hälfte aller Anbieter einen Jahresumsatz von \$265.000 oder weniger. 47% (\$64 Mio.) aller Erlöse wurden mit Bildern für redaktionelle und 43% (\$59 Mio.) mit Bildern für werbliche Zwecke erwirtschaftet. Andere Nutzungsformen besaßen einen Anteil von etwa 11% (\$15 Mio.) an den Gesamterlösen innerhalb unseres Rücklaufs. Eine erstmalig empirisch fundierte Hochrechnung des weltweiten Gesamtumsatzes des Bildermarkts wird Anfang 2013 im internationalen Bericht des GSIM Global Survey 2012 auf www.stockimagemarket.uni-hd.de veröffentlicht.

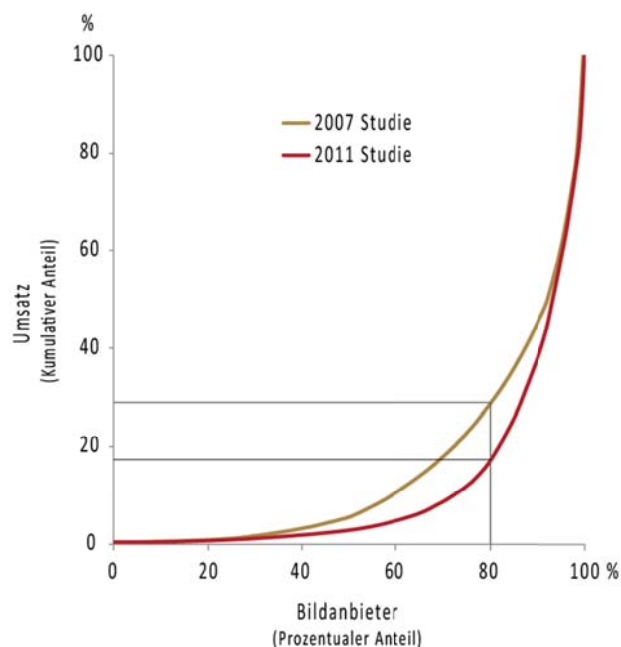
Hinsichtlich der verschiedenen Lizenzmodelle entfällt der Löwenanteil von 62% auf Rights-Managed Fotos und 22% auf Royalty-Free Fotos (inklusive Microstock). Dies verdeutlicht das stetige Wachstum von Royalty-Free Bildern. So wuchs in Europa der Umsatzanteil von Royalty-Free Fotos von 3,3% im Jahre 1999 (CEPIC 2001) auf 17% im Jahre 2007 (Glückler 2008) und bis auf 22% im Jahre 2011. Rights-Managed (6%) und Royalty-Free (1%) Videos besitzen insgesamt einen geringen Anteil an den Verkäufen. Schließlich werden 2% der Umsätze über Gebühren für andere Leistungen und 7% über sonstige Quellen erzielt.

Umsatzentwicklung

Wir nutzen zwei Quellen zur Beurteilung der Umsatzentwicklung in den letzten Jahren. Im ersten Ansatz beziehen wir uns auf die Angaben der Bildanbieter zur prozentualen Veränderung der Umsätze zwischen den Jahren 2010 und 2011. Hierbei zeigen sich deutliche Auswirkungen der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise. Nur 40% der Bildanbieter erfuhren überhaupt und zumeist nur moderates Wachstum, wohingegen 28% stagnierende Erlöse und 32% der Anbieter sogar Rückgänge der Verkäufe um mehr als 5% und bis zu 100% berichteten.

Im zweiten Ansatz verglichen wir die Ergebnisse dieser Studie mit unserer Studie aus dem Jahre 2007 (Glückler 2008). Daraus geht hervor, dass der europäische Markt eine relativ stabile Entwicklung genommen hat. Es zeigt sich aber auch, dass sich die Umsätze 2011 stärker auf wenige Bildanbieter konzentrieren als es noch 2007 der Fall war. 101 europäische Bildanbieter erzielten einen Gesamtumsatz von €78,5 Mio. Der durchschnittliche Umsatz von €778.000 im Jahre 2011 liegt somit in ähnlicher Größenordnung wie der Durchschnitt von 2007 (€821.000). Die Konzentrationstendenz der Marktanteile wird allerdings daran sichtbar, dass 2007 die Hälfte aller Anbieter noch bis zu €260.000 erlöste, während dieser Mittelwert (Median) auf €100.000 zurückfiel. Die Abbildung vergleicht die Umsatzverteilung beider Jahre, wobei die deutlich steilere Kurve im Jahr 2011 anzeigt, dass immer weniger Anbieter einen immer größeren Marktanteil erzielen. Während im Jahre 2007 die 20% der umsatzstärksten Unternehmen nur 72% der Erlöse erzielten, stieg dieser Anteil auf 83% im Jahre 2011.

Stagnation und ein klarer Trend zur Konzentration sind Anzeichen für die aktuellen Spannungen im Bildermarkt. Die gegenwärtige globale Finanz- und Wirtschaftskrise ist eine große Herausforderung, da die sinkende Konsumnachfrage Einschnitte in den Werbeetats und Verlagsprogrammen zur Folge hat.



Ausblick

Der gegenwärtige Weltmarkt für Agenturbilder befindet sich in einer angespannten Entwicklung. Ängste vor anhaltendem Preisverfall, eine mutmaßliche Stagnation oder gar Rezession des weltweiten Umsatzes sowie eine schleichende Konzentration der Marktanteile bei den größeren Bildanbietern kennzeichnen das Marktumfeld. Die aktuelle Wirtschafts- und Finanzkrise vor allem in den Kernregionen des Bildermarkts erschwert die Sicherung bzw. das Wachstum der eigenen Marktposition für viele Anbieter.

Basierend auf früheren Erhebungen (Glückler 2008) baten wir die Teilnehmer der Studie, fünf Herausforderungen auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) auf deren Relevanz hin zu bewerten. Die Angst vor weiterem Preisverfall von kreativen Inhalten wurde mit Abstand am höchsten eingestuft: über 60% der Antworten werteten dieses Thema mit der maximalen Zustimmung (Wertung = 7), was als weiteres Indiz für die Stagnation und Konsolidierung zu werten ist. Als weitere Herausforderungen bewerteten die Befragten die Themen „Urheberrechtsverletzungen“

(Durchschnittswert 5,4), „rechtliche Aspekte geistigen Eigentums“ (5,4), „internationaler Wettbewerb“ (5,0) und „Medienkonvergenz (Foto, Video, Musik, Text)“ (4,9).

Bezüglich ihrer Einschätzung der zukünftigen Chancen in den Märkten für stille und bewegte Bilder beurteilten die Befragten die Aussichten für den Handel mit Fotos eher negativ, während sie die Geschäftschancen im Handel mit Video-Footage als eher positiv einschätzten. Wie sich der Markt in Zukunft entwickelt, bleibt weiter abzuwarten. Lesen Sie die vollständigen Ergebnisse der ersten weltweiten Studie des globalen Markts für Agenturfotografie auf den Seiten der GSIM Forschergruppe Heidelberg mit weiteren Befunden zur Schätzung des globalen Marktvolumens, betrieblicher Wertschöpfung, Marketingpraktiken und internationalen Vertriebsnetzwerken auf: www.stockimagemarket.uni-hd.de

Literatur

- CEPIC (2001) *CEPIC European Industry Survey 2001*. Berlin: CEPIC
- European Commission (2003) Commission recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises. *Official Journal of the European Union* L 124 (361/EC): 36
- Glückler J (2008) *The Market for Stock Photography in Europe 2007*. Commissioned by CEPIC, Coordination of European Picture Agencies Press Stock Heritage. Eichstätt: Catholic University of Eichstätt-Ingolstadt (unpublished)
- Glückler J, Panitz R (2013) *The Global Stock Image Market. Report on the First Global Survey 2012. Part I: Players, Products, Business Results*. vol 1. Heidelberg: GSIM Heidelberg Research Group (www.stockimagemarket.uni-hd.de)
- Liedtke M (2011) AP, *Corbis team up in bid to profit from pictures*. Retrieved at seattletimes.com. 23 Aug 2011. Seattle: The Seattle Times
- Reuters (2012) *H&F presses on with \$4 billion Getty Images sale: sources*. Retrieved at www.reuters.com. Reuters, 3 Jul 2012.

Prof. Dr. Johannes Glückler
Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschafts- und Sozialgeographie
Direktor
GSIM | Global Stock Image Market Research Group
Universität Heidelberg
Kontakt: glueckler@uni-hd.de
Foto: Tobias Schwerdt

Robert Panitz
Wissenschaftlicher Mitarbeiter am
Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialgeographie
GSIM | Global Stock Image Market Research Group
Universität Heidelberg
Kontakt: panitz@uni-hd.de
Foto: Tobias Schwerdt