



---

# Leserbefragung der Zeitschrift

## “FotoHits”

### Ergebnisbericht

Februar 2007

## Methoden-Eckpunkte

Schriftliche Befragung durch eingedruckten Fragebogen in der Ausgabe 5/2006

vollständiger Rücklauf    N = 880 Einsendungen  
Rücklauf-Quote            2,2 Prozent der verbreiteten Auflage  
                                      von 40.682 Exemplaren lt. IVW IV/2006

ausgewerteter Rücklauf    Na = 500 ausgewertete Fälle  
Auswertungs-Quote        1,2 Prozent der verbreiteten Auflage  
                                      von 40.682 Exemplaren lt. IVW IV/2006

Verteilung des ausgewerteten Rücklaufs

- Heftbogen per Brief            65,4 %
- Heftbogen per Fax            34,6 %

(Online-PDF-Fassungen nicht erkennbar)

Zielperson                    Leser des Heftes  
Feldzeit                        11. November 2006 bis 15. Dezember 2006

Durchführung der Untersuchung - Konzeption, Erfassung, Auswertung:  
WIP Wissenschaftliches Institut für Presseforschung und Medienberatung, Köln

Unter den Lesern gibt es Gruppen, deren Antworten sich häufiger unterscheiden: Abonnenten und Einzelheftkäufer einerseits sowie privat viel Fotografierende und privat weniger Fotografierende andererseits. Soweit diese Unterschiede bei Kreuztabellierungen ein signifikantes Niveau erreichen, werden diese Befunde im Folgenden mit ausgewiesen.

## Ergebnisse

### 1) Ich informiere mich regelmäßig über Fotoprodukte

(Mehrfachantworten)

1	in Foto-Zeitschriften	94,4 %
7	im Internet	66,4 %
2	in Computerzeitschriften	32,0 %
3	in Multithemen-Zeitschriften	29,8 %
6	durch Firmenprospekte	24,4 %
4	bei meinem Fachhändler	19,6 %
5	auf Messen	14,4 %

*Keine andere Informationsquelle wird von den Lesern so regelmäßig genutzt wie die Fotozeitschriften. Zwei von drei Lesern informieren sich aber auch über das Internet, wobei in dieser Untersuchung offen bleibt, welche Adressen angesteuert werden.*

*Mit weitem Abstand folgen andere Zeitschriften (Computer/Multithemen) und Firmenprospekte. Nur jeder fünfte Leser informiert sich regelmäßig bei seinem Fachhändler, unter den wenig Fotografierenden sind dies nur 16,7 Prozent.*

*Bemerkenswert: Unter Abonnenten ist die Information über das Internet mit 78,7 Prozent überdurchschnittlich weit verbreitet. Einzelheft-Käufer informieren sich etwas häufiger auch in Computerzeitschriften (33,1%) als Abonnenten (30,3%).*

*Prospekte sind für 27 Prozent der Abonnenten, hingegen für 23 Prozent der Einzelheftkäufer eine regelmäßige Quelle.*

*Erwartungsgemäß informieren sich viel Fotografierende in mehr Quellen als wenig Fotografierende.*

**Hierbei vertraue ich am meisten der Informationsquelle**

Foto-Zeitschriften	46,0 %
Internet	9,2 %
mein Fachhändler	4,4 %
Computerzeitschriften	1,2 %
Messen	0,8 %
Multithemen-Zeitschriften	0,8 %
Firmenprospekte	0,8 %
Keine Angaben	36,8 %

*Mit großem Abstand wird den Fotozeitschriften das meiste Vertrauen entgegengebracht. 46 Prozent aller Leser und 73 Prozent derjenigen, die sich überhaupt eindeutig zu einer Quelle bekennen, nennen die Fotozeitschriften. Alle anderen Quellen sind absolut nachrangig. Wobei das Internet mit 9,2 Prozent auf einen doppelt so hohen Wert kommt als die Fachhändler.*

*Die doch immerhin von knapp einem Drittel der Leser regelmäßig genutzten Computer- und Multithemenzeitschriften erhalten bei der Vertrauensfrage mit jeweils gerade mal 1 Prozent kaum Zuspruch von den Lesern der FotoHits.*

*Differenziert nach den Beziehergruppen vertrauen deutlich mehr Abonnenten (51,6 %) den Fotozeitschriften als es Einzelheftkäufer tun (43,9 %). Das Vertrauen in das Internet ist bei den Einzelheftkäufern leicht höher und bemerkenswerter Weise bei privat viel Fotografierenden mit 11,2 Prozent deutlich höher als bei privat wenig Fotografierenden mit 6,9 Prozent.*

*Dies zeigt: Nutzung einer Quelle und Vertrauen in die Quelle sind mitunter zwei sehr unterschiedliche Dinge.*

## 2) Außer FotoHits lese ich folgende Fotozeitschriften gesamt (in %):

Ausgaben	jede/ fast jede	jede 2.	wenige	keine
Foto Magazin	18,0	10,4	26,8	17,4
Fotoheft	17,6	5,6	19,0	24,4
Chip Foto Video	16,0	8,4	24,0	20,4
Colorfoto	15,2	11,0	32,8	17,2
Photographie	8,8	4,0	14,6	32,2
d.pixx	7,6	2,8	6,4	39,8
Audio Foto Video Bild	6,2	4,6	20,6	31,4
DigitalPhoto	4,6	7,6	26,6	26,4
Foto Digital	1,4	5,4	22,4	30,8

*Neben FotoHits werden regelmäßig auch andere Titel konsumiert. Betrachtet man, die Werte „mindestens jede zweite Ausgabe gelesen“ so ergibt sich unter den Lesern von FotoHits ein Anteil von 28,4 Prozent für das Foto Magazin, von 26,2 Prozent für Colorfoto, von 24,4 für Chip Foto Video und von 23,2 Prozent für das Fotoheft. Die weiteren Titel sind deutlich nachrangiger.*

*Die Abonnenten stehen den Einzelheftkäufern hinsichtlich der regelmäßigen Lektüre anderer Fotomagazine nicht nach. Ihre Werte sind je nach Titel mal etwas niedriger, mal etwas höher. Die Unterschiede sind aber in keinem Fall signifikant.*

*Hingegen sind Vielfotografierer deutlich häufiger regelmäßige Leser anderer Fotozeitschriften als Wenigfotografierer. Dies zeigt die folgende Tabelle.*

*Insbesondere das regelmäßige Lesen jeder Ausgabe eines anderen Titels ist unter den viel Fotografierenden etwa doppelt so oft gegeben wie bei der Gruppe der wenig Fotografierenden.*

Ausgaben	viel Fotografierende		wenig Fotografierende	
	jede/ fast jede	jede 2.	jede/ fast jede	jede 2.
Foto Magazin	24,2	11,2	10,8	8,9
Fotoheft	23,1	4,6	11,8	5,9
Chip Foto Video	20,0	8,8	9,9	8,4
Colorfoto	18,8	11,9	9,9	9,4
Photographie	14,6	5,0	1,5	2,0
d.pixx	11,2	3,8	3,9	2,0
Audio Foto Video Bild	6,9	4,6	5,4	5,4
DigitalPhoto	6,9	8,8	0,5	5,4
Foto Digital	1,9	6,9	0,5	3,0

### 3) Ich fotografiere

privat intensiv (mehr als 100 Bilder/Monat)	52,0 %
privat (weniger als 100 Bilder/Monat)	40,6 %
als Berufsfotograf	2,2 %
beruflich (z.B. Grafiker, Versicherung)	4,0 %
keine Antwort	1,2 %

*Die Leser von FotoHits sind nahezu ausschließlich private Anwender. Jeder zweite Leser fotografiert dabei mehr als 100 Bilder im Monat.*

*Die Vielfotografierer haben das Heft zu 63 Prozent im Presse-Einzelhandel erworben, jeder Dritte hat ein Abonnement.*

*Von den Wenigfotografierern haben 64 Prozent FotoHits am Kiosk gekauft, und jeder vierte (26%) hat ein Abonnement. 8 Prozent dieser Gruppe sind Mitleser.*

**4) Meinen Fotobedarf decke ich über... (in %):**

	immer	häufig	selten	nie
den Foto-Fachhandel	15,2	42,0	26,6	6,0
den Versandhandel bzw. Onlineshops	7,6	37,2	20,4	12,4
die Mediendiscouter	2,2	26,4	30,6	12,4
den Gebrauchthandel	1,2	7,2	22,8	33,6

*Der Fotofachhandel nimmt eine führende Position beim Einkauf ein, 57 Prozent aller Leser decken hier ihren Fotobedarf. Bei 15 Prozent der Leser hat der Fotohandel eine Alleinstellung, sie kaufen nur hier. Inzwischen erreichen Onlineshops und Versandhandel den zweiten Rang. Dieser Vertriebsweg wird von knapp 45 Prozent der Leser zumindest häufig genutzt.*

*Mediendiscouter sind für die Leser deutlich weniger attraktiv und haben fast keine Exklusivkunden. Der Gebrauchthandel ist für gut 8 Prozent der Leser eine häufig genutzte Möglichkeit zur Ergänzung des eigenen Fotobedarfs.*

*Bei den Vielfotografierern liegen Foto-Fachhandel und Versand-/Onlinehandel nahezu gleichauf. 54,6 Prozent von ihnen kaufen zumindest häufig im Fachhandel, 52,3 Prozent im Versand- bzw. Onlinehandel. Wobei die Exklusivkäufer im Fachhandel 15,4 Prozent ausmachen, hingegen im Versand-/Onlinehandel 9,6 Prozent.*

**5) Papierabzüge von meinen Fotos**  
 (Mehrfachantwort)

	analog	digital
entwickle/drucke ich selber auf Fotopapier	6,0 %	47,6 %
fertigt mein örtlicher Fachhändler	27,2 %	25,6 %
bestelle ich bei einem Versand-Bilderservice	8,8 %	34,6 %
bestelle ich bei einer Bildannahmestelle im Einzelhandel	14,4 %	20,8 %
keine Antwort:	> 55 %	-

*Knapp jeder zweite Leser (47,6%) druckt seine Digitalfotos selber aus. Die aufwendigen Analog-Abzüge stellt kaum ein Leser selber her (6%).*

*Soweit Dritte mit den Abzügen beauftragt werden, sind dies bei den analogen Fotografien zuvorderst die örtlichen Fotohändler. Sie erhalten von 27,2 Prozent der Leser die Foto-Negative. In der digitalen Fotografie hingegen werden nach dem Eigenausdruck die Bilder zumeist vom Versand-Bilderservice gefertigt. An Bildannahmestellen im Einzelhandel wendet sich jeder fünfte Leser.*

*Zwischen den beiden Lesergruppen gibt es hierbei einzelne deutliche Unterschiede: Vielfotografierer drucken zu 56,5 Prozent ihre Digitalbilder selber aus, Wenigfotografierer zu 38 Prozent.*

*Von den Vielfotografierern geben 28 Prozent ihre Analogfilme zu ihrem Fachhändler, zu 10,4 Prozent bringen sie die Filme zu einer Bildannahmestelle im Einzelhandel und zu 8 Prozent beauftragen sie einen Versand-/Online-Bilderservice. Offensichtlich gibt es hier aber bereits eine sehr große Gruppe (bis zu 55 Prozent), die gar keine Analogfotos mehr macht.*

*Die analogen Fotos von 25 Prozent der Wenigfotografierer fertigt der Fachhändler, 19,2 Prozent dieser Gruppe bedient sich einer Bildannahmestelle des Einzelhandels und 10,4 Prozent nutzt der Versand-/Online-Bilderservice. Unter den Wenigfotografierern ist offensichtlich auch der Anteil der Analog-Fotografen etwas höher.*

*Bei den digitalen Fotos gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen den beiden Gruppen.*

## **6) Ich bin in der Fotobranche tätig**

nein	97,0 %
ja	1,8 %
keine Angabe	1,2 %

*Der Anteil der Leser, die in der Fotobranche tätig sind, ist sehr gering.*

**7) FotoHits erscheint 6 Mal jährlich.**

28,2 %	lesen diese Zeitschrift zum ersten Mal
3,0 %	lesen jährlich zwei Hefte
7,2 %	lesen jährlich drei Hefte
8,6 %	lesen jährlich vier Hefte
3,2 %	lesen jährlich fünf Hefte
48,4 %	lesen jährlich alle Hefte
1,4 %	machen keine Angaben

*70,4 Prozent lesen durchschnittlich 5,2 Hefte pro Jahr.*

*Im Durchschnitt liest knapp jeder Zweite (48,8 %) aller Antwortenden alle Hefte jährlich. Wobei diese Quote bei den Vielfotografierern 52,3 Prozent und bei den Wenigfotografierern 43,8 Prozent erreicht.*

*Von den antwortenden Abonnenten lesen knapp 88 Prozent alle erscheinenden Ausgaben, von den antwortenden Einzelheft-Käufern jeder dritte (32,2 %). Ein weiteres gutes Drittel der Einzelheftkäufer (35,4 %) hat FotoHits zum ersten Mal in den Händen.*

**8) So erhalte ich FotoHits**

Ich kaufe das Heft im Handel	62,8 %
Ich bin Abonnent	31,0 %
Ich bin Mitleser	4,4 %
Das Heft ist ein Werbeexemplar	0,6 %
Ich lese das Heft Im Fotoclub, Bibliothek o.ä.	0,2 %
Ich erhalte das Heft kostenlos	-
keine Angaben	1,0 %

*63 Prozent der Leser, die an dieser Befragung teilgenommen haben, kaufen das Heft im Pressehandel, knapp ein Drittel sind Abonnenten.*

*Die Einzelheftkäufer sind zu 52 Prozent Vielfotografierer, zu 41,4 Prozent Wenigfotografierer. Bei den Abonnements liegen die Werte der beiden Gruppen bei*

57 Prozent und 34 Prozent. Wer viel fotografiert, entschließt sich somit eher zum Abonnement.

### 9) In einer FotoHits-Ausgabe lesen außer mir x Personen

43,0 %	keine weitere Person
33,2 %	eine Person
16,6 %	2 Personen
4,6 %	3 bis 10 Personen
2,6 %	keine Angaben

Aus dieser Größe lassen sich methodenbedingt keine absoluten Reichweitzahlen ableiten.

Ohne Berücksichtigung derjenigen Leser, die keine Angabe gemacht haben, wird bei einem Mittelwert von 0,9 jedes einzelne FotoHits-Heft etwa von 1,9 Personen gelesen. Aber überwiegend sind es Alleinleser, die FotoHits beziehen. Unter den Einzelheftkäufern ist die Quote der Alleinleser mit knapp 48 Prozent etwas höher als unter den Abonnenten mit 41 Prozent.

Nach der Fotopraxis unterscheiden sich die Ergebnisse nicht signifikant.

### 10) In einer FotoHits-Ausgabe schlage ich normalerweise auf:

alle, fast alle Seiten	87,4 %
etwa drei Viertel	8,8 %
etwa die Hälfte	2,8 %
etwa ein Viertel	0,6 %
nur ganz wenige Seiten	-
keine Angaben	0,4 %

Gut 96 Prozent der Leser geben an, mindestens drei Viertel aller Seiten zu beachten. Unter den Abonnenten sind es alle, unter den Vielfotografierern 98 Prozent.

Insgesamt errechnet sich hieraus eine Seitenkontaktchance von 95,6 Prozent.

**I0) Eine FotoHits-Heft nehme ich etwa x mal zur Hand, um darin zu blättern oder zu lesen**

2,4 %	ein- oder zweimal
17,2 %	dreimal
10,0 %	viermal
22,2 %	fünfmal
7,8 %	sechsmal
5,8 %	sieben- bis neunmal
22,0 %	zehnmal
5,6 %	12- bis 15-mal
5,6 %	20-mal und mehr
1,6 %	keine Angaben

*Jedes Heft wird von den Lesern durchschnittlich gut sieben mal (Mittelwert = 7,3) zur Hand genommen. Die häufigste Nennung waren 22,2 % der Nennungen mit fünfmal und 22 Prozent mit zehnmal.*

*Während zwischen Abonnenten und Einzelheft-Käufern keine Unterschiede sind, greifen Vielfotografierer mit durchschnittlich 7,7 mal etwas häufiger zu einem einzelnen Heft als Wenigfotografierer mit 6,9 mal.*

**I2) In einer FotoHits -Ausgabe lese ich insgesamt etwa x Minuten**

5,8 %	bis zu 25 Minuten
8,4 %	30 Minuten
10,4 %	35 - 50 Minuten
21,4 %	60 Minuten
15,6 %	70 - 100 Minuten
17,6 %	120 Minuten
8,0 %	130-180 Minuten
9,2 %	mehr als 180 Minuten
3,6 %	keine Angaben

*In jedem FotoHits-Heft lesen die Einsender durchschnittlich gut 96 Minuten (in der Streuung bereinigt, sonst 98,9 Minuten). Die häufigsten Einzelwerte sind 21,4 Prozent bei 60 Minuten und 17,6 Prozent bei 120 Minuten.*

Die höchste Einzelnennung erreichte 600 Minuten. Dieser Wert wurde wegen der enormen Streuung recodiert, sodass in der Auswertung nun der höchste Wert 360 Minuten ist.

### I3) So schätze ich FotoHits ein (in %):

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
FotoHits					
bringt wertvolle Tipps für den Kauf von Fotoapparaten		53,8	35,8	8,2	0,4
ist ein anregendes Fotomagazin		50,8	42,6	4,8	-

Jeweils mehr als jeder Zweite stimmt diesen beiden Aussagen „voll zu“, jeweils über 89 Prozent folgen insgesamt diesen Statements. „Ein anregendes Fotomagazin“ erhält mit 93,4 Prozent die höchste Zustimmung unter allen Aussagen.

Dem ersten Statement stimmen 57,1 Prozent der eher wenig Fotografierenden „voll“ zu, dem zweiten Statement 54,6 Prozent der viel Fotografierenden.

Abonnenten werten hierbei nicht anders als Einzelheft-Käufer.

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
FotoHits...					
hat eine verlässliche fachliche Kompetenz		42,4	48,4	5,4	0,2
hat einen hohen praktischen Nutzen		39,2	49,2	8,0	-
ist ein wichtiges Fotomagazin		39,2	47,2	9,6	0,6
gibt nützliche Hinweise bei der Auswahl des richtigen Zubehörs		34,2	52,0	10,0	0,8

Gut 85 bis 90 Prozent der Leser bestätigen auch diese vier Aussagen. Explizit ablehnend äußern sich maximal 11 Prozent der antwortenden Leser.

Unter den Abonnenten bescheinigen 95,5 Prozent die fachliche Kompetenz, darunter jeder Zweite „voll“. Auch von der Wichtigkeit sind 90,3 Prozent der Abonnenten, darunter 54,2 Prozent „voll“, überzeugt.

Die Vielfotografierer bewerten insgesamt nicht signifikant besser.

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Gäbe es FotoHits nicht mehr, würde ich das Magazin vermissen.		45,6	32,0	14,8	5,0

*Gut drei von vier Lesern (77,6 %) würden FotoHits vermissen. Jeder fünfte Leser (19,8 %) stimmt dieser Aussage explizit nicht zu.*

*Dem Statement folgen Abonnenten und Einzelheft-Käufer stark unterschiedlich: Die Abonnenten stimmen zu 86,5 Prozent zu, darunter 60 Prozent „voll“. Die Einzelheftkäufer stimmen zu 74,2 Prozent zu, darunter 41 Prozent „voll“.*

*Vielfotografierer geben leicht bessere Werte als die andere Gruppe, dies ist aber nicht signifikant.*

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
schafft Markttransparenz		21,4	49,6	21,8	1,4

*Das Statement zur Markttransparenz findet die geringste Zustimmung, wenngleich es von 71 Prozent sehr wohl getragen wird. Lediglich die „volle“ Zustimmung vergibt nur jeder fünfte Leser.*

#### **14) Meine Fotoausrüstung besteht aus**

29,0 %	einer Analogkamera
20,0 %	zwei Analogkameras
11,2 %	drei Analogkameras
10,6 %	vier oder fünf Analogkameras
4,6 %	sechs bis zehn Analogkameras
2,0 %	11 und mehr Analogkameras
22,6 %	keine Angaben

*Im Mittel besitzen die Leser 3 Analogkameras. Vielfotografierer haben erwartungsgemäß mehr Kameras als Wenigfotografierer. Unter ihnen waren allerdings auch vier Sammler mit 20 bis 50 Kameras. Jeder vierte Vielfotografierer lässt diese Frage unbeantwortet; von den Wenigfotografierern hingegen nur jeder fünfte.*

Analoge Spiegelreflexkameras verteilen sich wie folgt:

35,2 %	eine analoge SLR-Kamera
13,6 %	zwei analoge SLR-Kameras
8,3 %	drei analoge SLR-Kameras
5,6 %	vier bis sechs analoge SLR-Kameras
1,8 %	sieben bis zwanzig analoge SLR-Kameras
35,2 %	keine Angaben

*Unter den Analogkameras besitzen die Leser durchschnittlich zwei Spiegelreflex-Kameras. Die größte Gruppe besitzt jedoch nur einen solchen Fotoapparat.*

*Die Unterschiede zwischen den Gruppen der Fotografierenden sind hierbei nicht signifikant.*

Weiterhin besteht die Fotoausrüstung aus

39,2 %	einer Digitalkamera
38,8 %	zwei Digitalkameras
10,0 %	drei Digitalkameras
3,0 %	vier bis sechs Digitalkameras
0,8 %	sieben bis 16 Digitalkameras
8,2 %	keine Angaben

*Im Mittel haben die Leser 1,8 Digitalkameras. Vielfotografierer nennen am häufigsten zwei Apparate (42,7 %) und Wenigfotografierer eine Kamera (44,8%).*

Digitale Spiegelreflexkameras verteilen sich wie folgt:

33,8 %	eine digitale SLR-Kamera
5,6 %	zwei digitale SLR-Kameras
0,2 %	drei digitale SLR-Kameras
0,2 %	sechs SLR-Kameras
60,2 %	keine Angaben

*Damit zeigt sich: Die Digitalisierung hat sich unter den Consumern bisher auf der Ebene der Sucherkameras vollzogen. Insgesamt hat nicht einmal jeder zweite Leser eine digitale SLR-Kamera. Allerdings sind die Vielfotografierer deutlich besser mit SLR-Kameras ausgestattet, wobei sie die 50-Prozent-Marke überschreiten: 45 Prozent von ihnen haben eine Kamera, 8 Prozent geben 2 Spiegelreflexapparate an. Zum Vergleich: 78,3 Prozent der Wenigfotografierer nennen keine einzige digitale Spiegelreflexkamera als ihr Eigentum.*

Zur weiteren Foto-Ausrüstung gehört für

- 68,0 % ein Flachbettscanner

*Vielfotografierer: 74 %, Wenigfotografierer: 59 %*

- 52,0 % ein Fotoprinter

*Vielfotografierer: 58 %, Wenigfotografierer: 44 %*

### **15) In den nächsten 24 Monaten möchte ich anschaffen**

Digitale SLR Kamera 39,6 %

Wechselobjektive mit  
Bildstabilisierung 32,2 %

Blitzgerät 26,4 %

Digitalkamera über 6 MP 24,4 %

Bildbearbeitungs-Software 24,6 %

Wechselobjektive ohne  
Bildstabilisierung 12,6 %

Bildverwaltungs-Software 10,0%

Foto-Printer 7,6 %

Film-Scanner 6,2 %

Flachbett-Scanner 5,8 %

analoge SLR Kamera 5,0 %

Digitalkamera bis 6 MP 4,2 %

Ganz oben auf der Anschaffungsliste stehen bei den Lesern digitale SLR-Kameras, gefolgt von Wechselobjektiven mit Bildstabilisierung. Jeder vierte Leser möchte eine hochwertige digitale Sucherkamera, ein Blitzgerät oder Bildbearbeitungssoftware kaufen. Jeder Zehnte plant, sich Wechselobjektive ohne Bildstabilisierung oder Archivierungs-Software anzuschaffen. Nicht mehr im Focus des Interesses sind hingegen Scanner, Analogkameras und einfache Digitalkameras.

Deutlich überproportional sind die Anschaffungspläne von Vielfotografierern hinsichtlich

Wechselobjektive mit Bildstabilisierung	39,2 %
Blitzgerät	30,0 %
Wechselobjektive ohne Bildstabilisierung	18,1 %

#### 16) Folgendes trifft auf mich zu (in %):

trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Ich habe bereits Andere beim Kauf von Fotoartikeln beraten	37,2	30,2	15,4	15,2
Ich gebe Anderen gerne Tipps für die Bildgestaltung	30,0	34,8	19,8	11,8

Zwei von drei Lesern reden mit (67,2 %), wenn andere Fotoartikel kaufen. Der Unterschied zwischen den beiden Nutzergruppen ist signifikant: Von den Vielfotografierern sind es 74,6 Prozent, von den wenig Fotografierenden 56,2 Prozent. Ähnlich fallen die Antworten bei der Bildgestaltung aus: gesamt 64,8 Prozent, Vielfotografierer 75,8 Prozent, Wenigfotografierer 51,2 Prozent.

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Ich lege einen Schwerpunkt auf die Bildbearbeitung am Computer		27,6	26,6	27,0	14,2
Ich nehme an (Foto-)Gewinnspielen teil		25,4	31,4	23,0	16,8

*Für mehr als jeden zweiten Leser gehören Nachbearbeitungen zur Fotografie dazu (54,2%). Hierbei gibt es kaum Unterschiede zwischen den beiden Lesergruppen. An (Foto-)Gewinnspielen nimmt ebenfalls mehr als jeder zweite Leser teil (56,8%). Dies ist in den beiden Gruppen unterschiedlich verbreitet: 63,9 Prozent der Vielfotografierer beteiligen sich, hingegen 47,2 Prozent der Wenigfotografierer.*

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Ich nehme an Fotowettbewerben teil		18,0	14,4	20,4	42,2

*Jeder dritte Leser nimmt an Fotowettbewerben teil (32,4 %), allerdings nur jeder fünfte regelmäßiger. Erwartungsgemäß ist der Anteil bei den Vielfotografierern höher: Das Statement trifft auf 23 Prozent von ihnen „voll“ zu, auf weitere 17 Prozent zu.*

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Mein Wissen gebe ich in Schulungen oder Kursen an andere weiter		3,8	3,8	9,4	76,0

*In Schulungen oder Kursen sind genau 10 Prozent der Vielfotografierer tätig. Die andere Gruppe kommt auf lediglich 4,5 Prozent.*

**I7) Die Anzeigen und Beilagen in FotoHits beachte ich**

immer	35,0 %
häufig	46,8 %
selten	16,2 %
nie	1,4 %
keine Angaben	0,6 %

*Anzeigen und Beilagen werden von den Lesern aktiv wahrgenommen. 81,8 Prozent der Einsender beachten die Anzeigen und Beilagen in FotoHits häufig oder immer. Nur 1,4 Prozent antworten auf diese Frage mit „nie“.*

**I8) Die Anzeigen und Beilagen in FotoHits (in %)**

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
...haben für mich auch einen Informationswert		28,8	47,8	17,6	3,8

*Der Informationswert von Anzeigen und Beilagen ist für gut drei von vier Lesern (76,6 %) gegeben.*

...haben mich schon zum Kauf angeregt		12,2	25,4	30,2	27,0
---------------------------------------	--	------	------	------	------

*Mehr als ein Drittel der Leser (37,6 %) bestätigen diese Aussage. Überdurchschnittlich stimmen Vielfotografierer zu, hier sind es 40,8 Prozent.*

**I9) Ich besuche die Website von FotoHits (in %)**

	mehrmals im Monat	einmal mtl.	alle 2-3 Monate	seltener	nie
- um in Sachen Fotografie auf dem aktuellen Stand zu bleiben	15,4	22,4	9,4	23,0	24,0
- um Testberichte und Fotos getesteter Produkte anzusehen	13,0	21,4	14,6	18,8	23,0

*Rund 70 Prozent der Leser haben die Website von FotoHits bereits besucht. Etwa jeder sechste Leser nutzt die Website mehrmals im Monat. Jeder Vierte sieht sich die Seiten mindestens einmal im Monat an.*

*Erwartungsgemäß nutzen die Vielfotografierer die Website stärker als die Wenigfotografierer. Und von den Abonnenten besuchen 84 Prozent die Website, und dies auch öfters als die Einzelheftkäufer. Jeder dritte Einzelheftkäufer hat die Website noch nicht besucht, davon sind die Hälfte allerdings auch Erstleser von FotoHits.*

*Am wichtigsten ist es den Lesern, auf dem aktuellen Stand zu bleiben. Aber auch die Testberichte sind ein attraktives Angebot.*

	mehrmals im Monat	einmal mtl.	alle 2-3 Monate	seltener	nie
- um andere Services zu nutzen	6,0	12,0	12,6	25,6	33,8
- um an den Fotowettbewerben teilzunehmen	5,0	9,2	7,6	20,4	47,4
- um etwas im Shop zu kaufen	1,4	4,2	4,8	27,2	52,6

*Alle anderen Angebote stoßen auf deutlich geringeres Interesse. Fotowettbewerbe sind für jeden siebten Leser ein Grund, die Website zu besuchen. Hierbei ist das Interesse der Vielfotografierer mit 16,2 Prozent leicht höher.*

## 20) So beurteile ich den Inhalt der Website

(alle, in %)

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
ein gelungener Auftritt des Magazins		25,0	40,2	5,8	0,4
Ich finde mich hier gut zurecht		25,8	37,0	7,8	0,6
enthält relevante Zusatzinformationen		17,0	44,6	8,6	0,4
Die Website erfüllt meine Erwartungen		18,2	39,6	11,4	1,6

Keine Angaben: 28,5 %

*Alle vier Statements werden von der Mehrheit der Leser getragen. Klammert man die gut 28 Prozent Leser aus, welche die Website (bzw. das Internet) gar nicht nutzen, steigt die Zustimmung zu den Statements auf mehr als 70 Prozent.*

(nur Online-Nutzer, N=357, in %)

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
ein gelungener Auftritt des Magazins		35,0	56,3	8,1	0,6
Ich finde mich hier gut zurecht		36,1	51,8	10,9	0,8
enthält relevante Zusatzinformationen		23,8	62,5	12,0	0,6
Die Website erfüllt meine Erwartungen		25,5	55,5	16,0	2,2

*Jeder dritte Online-Nutzer (35%) stimmt den Aussagen „voll“ zu, dass der Auftritt gelungen ist und eine gute Navigation hat. Insgesamt finden 91 Prozent der Onlinenutzer den Auftritt als gelungen. Die Website erfüllt die Erwartungen von 80 Prozent der Online-Nutzer.*

## 21) Den kostenlosen FotoHits E-Mail Newsletter

... kenne ich nicht      80,2 %  
 ... kenne ich              19,8 %      **(N=99) und (in %) ...**

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
... lese ich regelmäßig		50,5	22,2	14,1	13,1
... schätze ich wegen der aktuellen Foto-Informationen		43,4	38,4	9,1	8,1

*80 Prozent der Leser kennen den Newsletter von FotoHits nicht. Unter den Abonnenten sind dies zwei von drei Lesern (67,7 %). Wer den Newsletter erhält, ist damit auch ganz überwiegend zufrieden.*

## 22) Fragen zur Person

### Geschlecht

88,4 %      der Einsender sind männlich  
 11,6 %      der Einsender sind weiblich

*Die ganz überwiegende Mehrheit der Leser ist männlich. Weder nach den Bezugsarten noch nach der Fotopraxis ergeben sich hierbei signifikante Unterschiede.*

**Alter**

9,0 %	20 - 29 Jahre
18,4 %	30 - 39 Jahre
25,2 %	40 - 49 Jahre
24,2 %	50 - 59 Jahre
16,2 %	60 - 69 Jahre
5,8 %	älter
1,0 %	keine Angaben

*Der durchschnittliche Teilnehmer an der Befragung ist 48,2 Jahre alt. Das durchschnittliche Alter der Frauen ist mit 37,2 Jahren erheblich jünger, das der Männer mit 49,1 Jahren leicht älter.*

*Abonnenten sind im Durchschnitt mit 46,7 Jahren leicht jünger als Einzelheft-Käufer mit 48,5 Jahren. Sehr ähnlich sind die Werte für die beiden Fotopraxis-Gruppen, auch hier sind die Vielfotografierer im Mittel zwei Jahre jünger:*

<b>Alter</b>	<b>Vielfotografierer</b>	<b>Wenigfotografierer</b>
20 - 29	10 %	7 %
30 - 39	20 %	16 %
40 - 49	26 %	25 %
50 - 59	23 %	25 %
60 - 69	15 %	19 %
70 - 79	6 %	7 %
K.A.	-	1 %
Gesamt	100 %	100 %

### **Mein zur Zeit ausgeübter Beruf**

Angestellter, Beamter	43,0 %
Rentner, Pensionär	21,6 %
Facharbeiter, sonstiger Arbeiter	11,6 %
Selbständiger, Freiberufler	9,8 %
Schüler, Student, in Ausbildung	6,0 %
Anderes	6,6 %
keine Angaben	1,4 %

*Die größte Lesergruppe sind die Angestellten, gefolgt von den Rentnern bzw. Pensionären. 50 Prozent der Abonnenten sind angestellt oder beamtet, 48 Prozent der Vielfotografierer sind es. Mit 24,1 Prozent ist fast jeder vierte Wenigfotografierer Rentner bzw. Pensionär.*

### **Mein Schulabschluss**

Hauptschule, mittlere Reife	51,2 %
Abitur	21,8 %
Hochschulstudium	23,6 %
keine Angaben	3,2 %

*Jeder zweite Leser hat als höchsten Schulabschluss die Mittlere Reife bzw. einen Hauptschulabschluss, knapp jeder Vierte ein Hochschulstudium. Unter den Wenigfotografierern ist der Anteil der Leser mit niedriger formaler Schulbildung mit 56 Prozent etwas höher.*

**Das monatliche Netto-Einkommen aller Haushaltsmitglieder beträgt:**

unter 1000 EUR	6,8 %
1000 bis 1499 EUR	11,2 %
1500 bis 1999 EUR	16,8 %
2000 bis 2499 EUR	15,6 %
2500 bis 2999 EUR	13,4 %
3000 bis 3499 EUR	7,8 %
3500 bis 3999 EUR	3,8 %
4000 bis 4499 EUR	5,2 %
mehr	5,2 %
(ohne Angabe)	14,2 %

*Über ein monatliches Netto-Haushaltseinkommen von mindestens 2000 EUR verfügt gut jeder zweite Leser (51,0 %). Differenzierungen nach den Lesergruppen sind nicht valide möglich, da in der Gruppe der Einzelheftkäufer die Verweigerungsquote mit 15,3 Prozent doppelt so hoch ist wie in der Gruppe der Abonnenten mit 7,1 Prozent.*

*Ein Zusammenhang zwischen Alter und Einkommen besteht auch unter den Lesern von FotoHits. In der Gruppe der unter 30-Jährigen haben 46,7 Prozent unter 1000 EUR netto im Haushalt zur Verfügung. Von den 30- bis 39-Jährigen sind es erst knapp 10 Prozent, die mehr als 3500 EUR angeben. Ein solches Haushaltseinkommen steigt in der Gruppe 40 bis 49 Jahre auf 19,1 Prozent und weiter auf 19,7 Prozent in der einkommensstärksten Gruppe 50 bis 59 Jahre. In der Gruppe 60 bis 69 Jahre bekennen sich 14,9 Prozent zu einem Haushaltseinkommen über 3500 EUR, allerdings verweigern hier auch 17,3 Prozent die entsprechende Angabe.*

Köln, den 06.02.2007

Dr. Margit Dorn  
Priv. Doz. Dr. Andreas Vogel

WIP Wissenschaftliches Institut  
für Presseforschung und Medienberatung