



---

# Leserbefragung der Zeitschrift

## “Profifoto”

## Ergebnisbericht

Januar 2007

## Methoden-Eckpunkte

Schriftliche Befragung durch eingedruckten Fragebogen in der Ausgabe 11/2006

vollständiger Rücklauf    N = 1.345 Einsendungen  
Rücklauf-Quote            8,3 Prozent der verbreiteten Auflage  
                                      von 16.120 Exemplaren lt. Mediaunterlagen 2007

ausgewerteter Rücklauf    Na = 600 ausgewertete Fälle  
Auswertungs-Quote        3,7 Prozent der verbreiteten Auflage  
                                      von 16.120 Exemplaren lt. Mediaunterlagen 2007

Verteilung des ausgewerteten Rücklaufs

- Heftbogen per Brief	63,3 %
- Heftbogen per Fax	36,8 %

Zielperson                    Leser des Heftes  
Feldzeit                        22. Oktober 2006 bis 29. November 2006

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

Unter den Lesern gibt es drei Gruppen, deren Antworten sich häufiger unterscheiden: Profifotografen, berufliche Anwender und semiprofessionelle Hobbyfotografen. Soweit diese Unterschiede bei Kreuztabellierungen ein signifikantes Niveau erreichen, werden diese Befunde im Folgenden mit ausgewiesen.

## Ergebnisse

### I) Ich informiere mich regelmäßig über Fotoprodukte

(Mehrfachantworten)

1	in Foto-Zeitschriften	97,8 %
7	im Internet	78,7 %
6	durch Firmenprospekte	36,2 %
4	bei meinem Fachhändler	35,8 %
5	auf Messen	33,8 %
2	in Computerzeitschriften	15,8 %
3	in Multithemen-Zeitschriften	8,3 %

*Keine andere Informationsquelle wird von den Lesern so regelmäßig genutzt wie die Fotozeitschriften. Die Digitalisierung hat weder dazu geführt, dass Computer- oder Multithemen-Zeitschriften mit ihren Berichten über Digitalkameras die Fotozeitschriften bedrängen, noch dass die entsprechende Internet-Nutzung die gleiche Intensität erreicht. Gegenüber der Befragung 2005 ist die Internet-Nutzung zur Information über Fotoprodukte nur um 2 Prozentpunkte angestiegen.*

*Dies sind die markanten Abweichungen der drei Nutzergruppen:*

*Für Berufsfotografen sind Messen (45%) und Prospekte (42%) deutlich relevanter, sie nutzen auch das Internet etwas stärker (81%).*

*Berufliche Anwender informieren sich zu 87 Prozent regelmäßig im Internet, fragen regelmäßiger die Fachhändler (39%) und nutzen regelmäßiger als der Durchschnitt Computerzeitschriften (23%). Insgesamt nutzen die beruflichen Anwender mehr Quellen intensiver als die anderen beiden Gruppen.*

*Semiprofessionelle Fotografen informieren sich aus weniger Quellen regelmäßig. Sie haben durchweg unterdurchschnittliche Werte bei den einzelnen Quellen.*

## Hierbei vertraue ich am meisten der Informationsquelle

Foto-Zeitschriften	39,8 %
Internet	12,3 %
mein Fachhändler	6,3 %
Messen	1,7 %
Multithemen-Zeitschriften	1,0 %
Computerzeitschriften	0,5 %
Firmenprospekte	0,3 %
Keine Angaben	38,8 %

*Gegenüber der früheren Leserbefragung haben prozentual doppelt so viele Leser diese Frage nicht beantwortet (vormals 19,6%), daher sind die Werte zu den einzelnen Quellen zumeist niedriger.*

*Mit großem Abstand wird weiterhin den Fotozeitschriften das meiste Vertrauen entgegengebracht. 40 Prozent aller Leser und 65 Prozent derjenigen, die sich überhaupt eindeutig zu einer Quelle bekennen, nennen die Fotozeitschriften. Alle anderen Quellen sind nachrangig. Wobei das Internet diesmal auf deutlich höhere Werte kommt als die Fachhändler.*

*Differenziert nach den Nutzergruppen zeigen nur die Berufsfotografen leicht abweichende Antworten: Ihr Vertrauen in die Fotozeitschriften ist noch etwas höher (42,5%), in das Internet etwas niedriger (11,4%).*

## 2) Ich fotografiere

semiprofessionell	56,8 %
als Berufsfotograf	27,8 %
beruflich	12,8 %
keine Antwort	2,5 %

*Zwei von fünf Lesern der Zeitschrift Profifoto sind berufliche Nutzer, sei es als Berufsfotograf oder als beruflicher Nutzer.*

*Diese Befragung beleuchtet eine andere Vertriebsstruktur, als die vorhergehende. Waren 2005 rund 69 Prozent aller antwortenden Leser Abonnenten, so sind es diesmal nur 41 Prozent. Hingegen beteiligten sich 2005 nur zu 25,6 Prozent Leser*

von über den Presse Einzelhandel verkauften Exemplaren, in 2007 sind es mit 50,8 Prozent doppelt so viele.

Ausweislich der aktuellen Befragung sind die Abonnenten von Profifoto zu 42 Prozent Berufsfotografen, zu 13 Prozent berufliche Anwender und zu 44 Prozent Semiprofessionelle. Leser von Einzelverkaufsexemplaren hingegen sind zu 66 Prozent Semiprofessionelle, zu 15 Prozent berufliche Anwender und nur zu 17 Prozent Berufsfotografen.

Justiert man die in der Leserbefragung gewonnenen Daten an der Vertriebsstruktur von Profifoto (aus Mediadaten 2007 errechnet: 58% Abonnement, 39% Einzelverkauf, 3 % anderes), so ergibt sich für Profifoto ein Verhältnis von 33 Prozent Berufsfotografen, 14 Prozent berufliche Anwender und 52 Prozent semiprofessionelle Leser.

### 3) Überwiegend arbeite ich in den Bereichen

(Mehrfachantworten)

#### gesamt

künstlerische Fotografie	47,7 %
Reisefotografie	46,0 %
Portraitfotografie	43,2 %
Werbefotographie	22,7 %
Bildjournalismus	21,3 %
Industriefotografie	16,2 %
Fotografien zur Dokumentation	9,5 %
Wissenschaftsfotografie	4,8 %
Anderes	24,7 %

Knapp jeder zweite Leser befasst sich mit künstlerischer Fotografie oder mit Reisefotografie, gut zwei von fünf Lesern mit Portraitfotografie. Dann werden die Segmente deutlich kleiner.

Erwartungsgemäß unterscheiden sich die Antworten zwischen den verschiedenen Nutzergruppen erheblich:

**Berufsfotografen (N=167)**

Werbefotografie	50,3 %
Portraitfotografie	46,1 %
künstlerische Fotografie	41,3 %
Bildjournalismus	36,5 %
Industriefotografie	28,1 %
Reisefotografie	22,2 %
Wissenschaftsfotografie	5,3 %
Fotografien zur Dokumentation	1,2 %
Anderes	17,4 %

*Für Berufsfotografen ist die Werbefotografie erwartungsgemäß deutlich wichtiger, die Reisefotografie ist stattdessen eher nachrangig. Ein Drittel der Berufsfotografen unter den Lesern ist auch im Bildjournalismus tätig.*

**Berufliche Anwender (N=77)**

künstlerische Fotografie	48,1 %
Portraitfotografie	36,4 %
Werbefotografie	35,1 %
Reisefotografie	26,0 %
Fotografien zur Dokumentation	22,1 %
Industriefotografie	20,8 %
Bildjournalismus	19,5 %
Wissenschaftsfotografie	9,1 %
Anderes	31,2 %

*Die meisten beruflichen Anwender machen künstlerische Fotografien, gefolgt von Portrait- und Werbefotografie. Damit unterscheiden sich die wichtigsten Anwendungsbereiche von denen der Berufsfotografen nur in ihrer Reihenfolge. Nur gut jeder fünfte berufliche Anwender nutzt die Fotos überwiegend zur Dokumentation.*

**Semiprofessionelle Hobbyfotografen (N=341)**

Reisefotografie	63,0 %
künstlerische Fotografie	52,2 %
Portraitfotografie	44,0 %
Bildjournalismus	15,2 %
Fotografien zur Dokumentation	11,1 %
Industriefotografie	9,1 %
Werbefotografie	6,7 %
Wissenschaftsfotografie	5,0 %
Anderes	26,4 %

*Knapp zwei von drei engagierten Hobbyfotografen bewegen sich im Bereich Reisefotografie. Es folgen künstlerische Fotografie und Portraitfotografie. Die weiteren Bereiche spielen kaum eine Rolle.*

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

	immer	häufig	selten	nie
den Foto-Fachhandel	24,2	56,5	15,3	0,8
den Versandhandel bzw. Onlineshops	3,3	39,7	26,8	8,7
den Gebrauchthandel	0,7	15,5	33,0	18,5
die Mediendiscounter	1,2	8,5	29,8	22,3

*Der Fotofachhandel nimmt eine führende Position beim Einkauf ein. Nur er hat bei einer hohen Zahl von Lesern eine Alleinstellung. Denn immerhin jeder vierte Leser gibt an „immer“ dort einzukaufen. Und vier von fünf Lesern (80,7%) kaufen im Fachhandel „immer“ oder „häufig“. Zwei von fünf Lesern (43%) kaufen auch im Versandhandel, davon aber nur gut drei Prozent „immer“.*

*Viele antwortenden Leser sparen sich in solchen Abfragen eine Markierung unter „nie“. Daher sind je Ausprägung die nicht abgegebenen Antworten wohl weitgehend mit der Aussage „nie“ identisch.*

Die Unterschiede zwischen den Nutzergruppen: Im Fotofachhandel decken ihren Eigenbedarf überdurchschnittlich die Berufsfotografen (34,7 % „immer“). Berufliche Anwender und Semiprofessionelle kaufen leicht häufiger bei Versandhändlern (41,6% / 41,3%) als die anderen beiden Gruppen.

## 5) Papierabzüge von meinen Fotos

(Mehrfachantwort)

	analog	digital
entwickle/drucke ich selber auf Fotopapier	28,2 %	47,9 %
drucke ich selber auf anderem Papier aus		21,7 %
fertigt mein örtlicher Fachhändler	34,8 %	35,0 %
bestelle ich bei einem Versand-Bilderservice	4,8 %	
bestelle ich bei einem Online-Bilderservice		25,3 %
bestelle ich bei einem anderen Händler	3,5%	4,3 %
keine Antwort:	> 28,7%	-

Gut zwei von drei Lesern (69,6%) drucken ihre Digitalfotos selber aus, zumeist auf Fotopapier. Hingegen fertigt nur gut jeder vierte Leser (28,2%) die aufwendigen Analog-Abzüge selber. Soweit Dritte mit den Abzügen beauftragt werden, sind dies bei den analogen Fotografien zuvorderst die örtlichen Fotohändler. Sie erhalten von 34,8 Prozent der Leser die Fotonegative. Auch in der digitalen Fotografie werden nach dem Eigenausdruck die Bilder zumeist vom örtlichen Fachhändler gefertigt. Jeder vierte Leser beauftragt hingegen einen Online-Bilderservice.

Die Profifotografen geben ihre Digitalfotos öfter zum Fachhändler (41%) und beauftragen die Versand- und Onlinebilderdienste unterdurchschnittlich (20,4%). Für die Zwecke der beruflichen Anwender reichen häufig Fotos auf Normalpapier aus. Sie drucken Digitalfotos zu 32,5 Prozent auf anderem Papier aus.

## 6) Profifoto erscheint mit zehn Heften jährlich.

8,2 %	lesen diese Zeitschrift zum ersten Mal
13,7 %	lesen jährlich ein bis vier Hefte
13,0 %	lesen jährlich fünf bis sieben Hefte
8,3 %	lesen jährlich acht bis neun Hefte
56,0 %	lesen jährlich alle Hefte
0,8 %	machen keine Angaben

*91 Prozent lesen durchschnittlich 8,2 Hefte pro Jahr.*

*Im Durchschnitt lesen 56 Prozent aller Antwortenden alle Hefte jährlich. Diese Nutzung unterscheidet sich in den Gruppen sehr: 73,1 Prozent der Berufsfotografen und 63,6 Prozent der beruflichen Anwender, aber nur 46,6 Prozent der Semiprofessionellen lesen alle Hefte.*

*Auch nach der Bezugsart gibt es kräftige Unterschiede: 89,4 Prozent aller Abonnenten, aber nur 30,8 Prozent der Einzelheftkäufer lassen kein erschienenenes Heft ungelesen.*

## 7) So erhalte ich Profifoto

Ich kaufe das Heft im Handel	50,8 %
Ich bin Abonnent	41,0 %
Ich erhalte das Heft kostenlos	3,0 %
Ich bin Mitleser	3,0 %
Das Heft ist ein Werbeexemplar	1,2 %
Ich lese das Heft Im Fotoclub, Bibliothek o.ä.	0,5 %
keine Angaben	0,5 %

*Jeder zweite Leser, der an dieser Befragung teilgenommen hat, kauft das Heft im Pressehandel, zwei von fünf Lesern sind Abonnenten.*

*Die Einzelheftkäufer sind zu 65,6 Prozent Semiprofessionelle, zu 16,7 Prozent Berufsfotografen und zu 14,8 Prozent berufliche Anwender.*

Die Abonnenten sind zu 44,3 Prozent Semiprofessionelle, zu 41,5 Prozent Berufsfotografen und zu 12,6 Prozent berufliche Anwender.

### 8) In einer Profifoto-Ausgabe lesen außer mir x Personen

44,3 %	keine weitere Person
30,2 %	eine Person
15,5 %	2 Personen
4,6 %	3 bis 4 Personen
1,1 %	5 bis 20 Personen
4,5 %	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 Profifoto-Heft etwa von 1,9 Personen gelesen.

Unter den Semiprofessionellen ist die Zahl der Alleinleser am höchsten. Hier gibt es 46,6 Prozent Alleinleser.

### 9) In einer Profifoto-Ausgabe schlage ich normalerweise auf:

alles	84,3 %
etwa drei Viertel	12,5 %
etwa die Hälfte	2,3 %
etwa ein Viertel	0,3 %
nur ganz wenige Seiten	0,2 %

Knapp 97 Prozent der Leser geben an, mindestens drei Viertel aller Seiten zu beachten. Bei dieser Frage gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen.

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

**I 0) Eine Profifoto-Heft nehme ich etwa x mal zur Hand, um darin zu blättern oder zu lesen**

7,2 %	ein- oder zweimal
17,7 %	dreimal
11,0 %	viermal
22,5 %	fünfmal
10,0 %	sechs- bis neunmal
19,8 %	zehnmal
10,0 %	11- bis 17-mal
6,4 %	20-mal und mehr
1,5 %	keine Angaben

*Jedes Heft wird von den Lesern durchschnittlich sieben mal (Mittelwert = 7,1) zur Hand genommen.*

*Zwischen den verschiedenen Lesergruppen und zwischen den Bezugsformen gibt es in dieser Frage keine signifikanten Unterschiede.*

**I 1) In einer Profifoto -Ausgabe lese ich insgesamt etwa x Minuten**

6,5 %	bis zu 25 Minuten
10,2 %	30 Minuten
13,0 %	35 - 55 Minuten
24,5 %	60 Minuten
5,0 %	70 - 80 Minuten
10,3 %	90 Minuten
3,7 %	100 Minuten
13,0 %	120 Minuten
7,8 %	mehr als 120 Minuten
4,5 %	keine Angaben

*In jedem Profifoto-Heft lesen die Einsender durchschnittlich 80,3 Minuten. Die häufigsten Einzelwerte sind 24,5 Prozent bei 60 Minuten, 13 Prozent bei 120 Minuten sowie je 10 Prozent bei 30 und 90 Minuten. Die höchste Einzelnennung erreichte 360 Minuten.*

*Im statistischen Durchschnitt lesen Einzelheftkäufer mit 80,8 Minuten rund dreieinhalb Minuten kürzer in einer Ausgabe als Abonnenten.*

*Am längsten lesen im Mittel die beruflichen Anwender - 86,1 Minuten.*

*Berufsfotografen kommen auf 77,6 Minuten, Semiprofessionelle auf 81,3 Minuten.*

## **I2) So schätze ich Profifoto ein (in %):**

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Profifoto					
ist eine wichtige Fachzeitschrift		60,2	33,8	3,8	0,3
hat eine verlässliche fachliche Kompetenz		51,5	40,2	4,3	0,3

*Jeweils mehr als jeder Zweite stimmt diesen zwei Aussagen „voll zu“, jeweils über 91 Prozent folgen diesen Statements. Die Wichtigkeit bestätigen 94 Prozent, die verlässliche fachliche Kompetenz 91,7 Prozent*

*Abonnenten bestätigen „voll“ die Wichtigkeit zu 69,5 Prozent, Einzelheftkäufer zu 55 Prozent.*

*Die höchste Zustimmung zur Wichtigkeit geben die Berufsfotografen zu 64,7 Prozent, hier erreichen die beruflichen Anwender unterdurchschnittlich 57,1 Prozent „volle Zustimmung“.*

*Bei der Kompetenz verhält es sich umgekehrt: Die volle Zustimmung geben 54,5 Prozent der beruflichen Anwender, hingegen 48,5 Prozent der Berufsfotografen.*

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Profifoto...					
ist ein anregendes Fotomagazin		43,7	45,4	6,5	0,3
Gäbe es Profifoto nicht mehr, würde ich das Magazin vermissen.		43,8	34,5	14,3	4,2

*Knapp 80 Prozent und darüber bestätigen diese beiden Aussagen. Weniger als 19 Prozent der antwortenden Leser stimmen ihnen explizit nicht zu. Die „volle“ Zustimmung fällt hingegen geringer aus als bei den vorhergehenden Statements.*

Die volle Zustimmung zum Statement „anregend“ geben 49,2 Prozent der Abonnenten und 40,7 Prozent der Einzelheftkäufer. Fast identisch sind die jeweiligen Werte bei der Vermissens-Frage (51,2% zu 40,3%).

In der Vermissensfrage zeigt sich zudem: 48,5 Prozent der Berufsfotografen, hingegen 42,2 Prozent der Semiprofessionellen vergeben hier die Antwort „trifft voll zu“.

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Profifoto...					
hat einen hohen praktischen Nutzen		24,7	51,3	19,0	1,2
bringt wertvolle Tipps für den Kauf von Fotoapparaten		24,8	46,2	23,2	2,2
bringt nützliche Hinweise bei der Auswahl des richtigen Zubehörs		21,2	50,3	21,7	1,8

Rund zwei von drei Lesern folgen auch diesen Statements. Was zugleich bedeutet, dass bis zu einem Viertel der Leser diesen Aussagen explizit nicht zustimmen.

Der praktische Nutzen wird von 76 Prozent der Leser bestätigt, wobei 80,5 Prozent der Abonnenten zustimmen gegenüber 72,5 Prozent der Einzelheftkäufer. Ihre volle Zustimmung geben bei diesem Statement 33,8 Prozent der beruflichen Anwender, 28,7 Prozent der Berufsfotografen und 20,8 Prozent der Semiprofessionellen.

Wertvolle Tipps für den Apparatekauf entdecken die verschiedenen Gruppen gleichermaßen, wobei die explizite Ablehnung dieser Aussage mit 28,3 Prozent bei den beruflichen Anwendern am höchsten und mit 22,8 Prozent bei den Berufsfotografen am geringsten ausfällt.

Nützliche Hinweise zum Zubehör entdecken 77,9 Prozent der beruflichen Anwender gegenüber 66,9 Prozent der Berufsfotografen.

schafft Markttransparenz		16,7	42,7	29,0	2,3
--------------------------	--	------	------	------	-----

Das Statement zur Markttransparenz findet die geringste Zustimmung, wobei eine deutliche Mehrheit der Leser (59,4%) ihm folgt. Jeder dritte Leser lehnt diese Aussage aber explizit ab, wobei die Unterschiede zwischen den Gruppen nicht signifikant sind.

### I3) Meine Fotoausrüstung besteht aus

16,0 %	einer Analogkamera
20,7 %	zwei Analogkameras
15,3 %	drei Analogkameras
10,0 %	vier Analogkameras
9,2 %	fünf Analogkameras
7,8 %	sechs bis sieben Analogkameras
6,5 %	acht bis 10 Analogkameras
1,5 %	11 und mehr Analogkameras
13,5 %	keine Angaben

*Im Mittel besitzen die Leser 3,7 Analogkameras. Meist genannt werden von den Berufsfotografen zu jeweils 18 Prozent zwei bzw. drei Kameras, von den beruflichen Anwendern zu 18,2 Prozent zwei Kameras und von den Semiprofessionellen zu 22,6 Prozent ebenfalls zwei Kameras.*

Analoge Spiegelreflexkameras verteilen sich wie folgt:

26,8 %	eine analoge SLR-Kamera
23,7 %	zwei analoge SLR-Kameras
14,2 %	drei analoge SLR-Kameras
7,5 %	vier analoge SLR-Kameras
5,7 %	fünf analoge SLR-Kameras
3,5 %	sechs bis zehn analoge SLR-Kameras
18,7 %	keine Angaben

*Die Leser besitzen durchschnittlich 2,4 analoge Spiegelreflex-Kameras.*

*Meist genannt werden von den Berufsfotografen zu 27,5 Prozent zwei analoge Spiegelreflex-Kameras, von den beruflichen Anwendern zu 20,8 Prozent ebenfalls zwei Kameras, und von den Semiprofessionellen zu 30,2 Prozent eine Kamera.*

Weiterhin besteht die Fotoausrüstung aus

31,7 %	eine Digitalkamera
33,7 %	zwei Digitalkameras
14,8 %	drei Digitalkameras
5,8 %	vier Digitalkameras
3,2 %	fünf bis acht Digitalkameras
10,8 %	keine Angaben

*Im Mittel haben die Leser 2,1 Digitalkameras. Dies sind auch die häufigsten Nennungen bei Berufsfotografen (29,3%) und beruflichen Anwendern (42,9%). Die Semiprofessionellen haben am häufigsten (36,4%) nur eine Kamera.*

Digitale Spiegelreflexkameras verteilen sich wie folgt:

44,3 %	eine digitale SLR-Kamera
21,5 %	zwei digitale SLR-Kameras
3,7 %	drei digitale SLR-Kameras
2,0 %	vier bis sechs SLR-Kameras
27,7 %	keine Angaben

*Nahezu drei von vier antwortenden Lesern (71,5 %) verfügen gesichert über mindestens eine digitale Spiegelreflex-Kamera. Zu 87 Prozent haben Berufsfotografen und zu 80 Prozent die beruflichen Anwender gesichert mindestens eine digitale SLR-Kamera. Der durchschnittliche Bestand liegt bei 1,5 Fotoapparaten.*

Zur weiteren Foto-Ausrüstung gehört für

66,7 % ein Flachbettscanner

*Berufsfotografen: 73 %, Semiprofessionelle: 64 %*

58,0 % ein Fotoprinter

*Berufsfotografen: 64 %, Semiprofessionelle: 55 %*

#### 14) Ich habe

**gesamt**

ein eigenes Fotostudio	25,7 %
ein eigenes Analog-Labor	30,7 %
ein eigenes Digital-Labor	38,3 %

**Berufsfotografen (N=167)**

ein eigenes Fotostudio	54,5 %
ein eigenes Analog-Labor	31,7 %
ein eigenes Digital-Labor	40,1 %

**Semiprofessionelle (N=341)**

ein eigenes Fotostudio	13,2 %
ein eigenes Analog-Labor	19,0 %
ein eigenes Digital-Labor	33,3 %

*Gut jeder zweite Berufsfotograf verfügt über ein eigenes Fotostudio. Digitale Labore sind inzwischen deutlich weiter verbreitet als analoge Labore.*

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

Wechselobjektive	63,7 %
Digitale SLR Kamera	41,0 %
Bildbearbeitungs-Software	33,7 %
Speichererweiterungen	31,2 %
Digitalkamera über 6 MP	24,2 %
Studiolampen	21,3 %
Foto-Printer	17,2 %
Bildverwaltungs-Software	15,2 %
Beamer	10,8 %
Stativ	15,2 %
Film-Scanner	10,8 %

Mittelformat-Kamera	8,8 %
Belichtungsmesser	7,3 %
Flachbett-Scanner	4,8 %
analoge SLR Kamera	4,8 %
Digitalkamera bis 6 MP	1,0 %

*Zubehör zu digitalen Kameras sind neben digitalen Spiegelreflexkameras die meist genannten Anschaffungsobjekte. Wechselobjektive, Bildbearbeitungs-Software und Speichererweiterungen sind hierbei die Favoriten. Aber auch digitale Sucherkameras über 6 MP stehen für jeden vierten Leser auf der Anschaffungsliste.*

### **I 6) Folgendes trifft auf mich zu (in %):**

trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Ich habe bereits andere beim Kauf von Fotoartikeln beraten	46,0	32,3	13,8	5,3

*Knapp vier von fünf Lesern reden mit (78,3 %), wenn andere Fotoartikel kaufen. Dabei gibt es kaum Unterschiede zwischen den drei Lesergruppen.*

Ich gebe Tipps für die Bildgestaltung	33,7	34,8	20,5	9,3
---------------------------------------	------	------	------	-----

*Auch gestalterisch Tipps geben zwei von drei Lesern. Erwartungsgemäß ist dieser Anteil bei den Berufsfotografen am höchsten (74,8 %).*

Ich lege einen Schwerpunkt auf die Bildbearbeitung am Computer	27,0	29,2	25,3	14,8
----------------------------------------------------------------	------	------	------	------

*Nachbearbeitungen gehören für mehr als jeden zweiten Leser zur Fotografie dazu. Als Schwerpunkt werden sie von 60,4 Prozent der Berufsfotografen und von 52,8 Prozent der Semiprofessionellen genannt.*

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Mein Wissen gebe ich in Schulungen oder Kursen an andere weiter		10,8	8,2	10,3	64,8

*30 Prozent der Berufsfotografen treten in Schulungen oder Kursen als aktive Multiplikatoren auf. Die beiden anderen Gruppen sind weniger aktiv. Bei den Semiprofessionellen trifft dies nur auf 13,2 Prozent zu.*

### 17) Die Anzeigen und Beilagen in Profifoto beachte ich

immer	24,0 %
häufig	57,2 %
selten	16,8 %
nie	0,3 %
keine Angaben	1,7 %

*Anzeigen und Beilagen werden von den Lesern aktiv wahrgenommen. 81,2 Prozent der Einsender beachten die Anzeigen und Beilagen in Profifoto häufig oder immer. Nur 0,3 Prozent antworten auf diese Frage mit „nie“.*

### 18) Die Anzeigen und Beilagen in Profifoto (in %)

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
...haben für mich auch einen Informationswert		24,0	47,2	23,3	3,3

*Der Informationswert von Anzeigen und Beilagen ist für 71,2 Prozent der Leser gegeben. In der Gruppe der beruflichen Anwender stimmen 31,2 Prozent dieser Aussage „voll“ zu.*

...haben mich schon zum Kauf angeregt		11,3	25,3	33,5	25,0
---------------------------------------	--	------	------	------	------

Gut ein Drittel der Leser (36,4 %) bestätigen diese Aussage. Deutlich überdurchschnittlich stimmen berufliche Anwender zu, hier ist es nahezu jeder Zweite (48,1 %).

### 19) Ich besuche die Website von Profifoto (in %)

	mehrmals im Monat	einmal mtl.	alle 2-3 Monate	seltener	nie
- um in Sachen Fotografie auf dem aktuellen Stand zu bleiben	11,7	18,2	15,2	27,0	24,7
- um Testberichte und Fotos getesteter Produkte anzusehen	8,2	18,8	20,0	22,7	24,7
- um mich über Termine zu informieren	7,2	18,5	13,0	24,8	29,3

Drei von vier Lesern haben die Website von Profifoto bereits besucht. Etwa jeder achte Leser nutzt die Website mehrmals im Monat. Knapp 30 Prozent (29,9 %) sehen sich die Seiten mindestens einmal im Monat an. Die Einzelheftkäufer nutzen die Website stärker als die Abonnenten. Rund 28 Prozent der Abonnenten besuchen nie die Website von Profifoto.

Am wichtigsten ist es den Lesern, auf dem aktuellen Stand zu bleiben. Aber auch die Testberichte und Termine sind ein attraktives Angebot. An den Tests sind am stärksten die Semiprofessionellen interessiert – jeder vierte schaut einmal im Monat auf die entsprechenden Seiten, weitere 8,5 Prozent mehrmals monatlich.

	mehrmals im Monat	einmal mtl.	alle 2-3 Monate	seltener	nie
- wegen der Kleinanzeigen	2,8	6,3	7,5	30,5	45,2
- zum Austausch im Forum	1,3	3,0	3,8	20,3	64,0
- um etwas im Shop zu kaufen	0,5	2,3	4,3	21,5	63,8
- um andere Services zu nutzen	2,0	5,8	10,3	31,2	43,5

Kleinanzeigen oder das Forum stoßen auf deutlich geringeres Interesse, das gilt selbst für die Gruppe derjenigen, die öfters gebrauchtes Kamera-Equipment kaufen.

**20) So beurteile ich den Inhalt der Website (in %)**

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
ein gelungener Auftritt des Magazins	21,0	39,3	13,2	0,8	
Ich finde mich hier gut zurecht	21,5	36,8	14,5	1,3	
enthält relevante Zusatzinformationen	13,0	40,8	18,7	1,2	
Die Website erfüllt meine Erwartungen	13,5	39,3	19,2	2,3	

Keine Angaben: 25,7 %

*Alle vier Statements werden von der Mehrheit der Leser getragen. Klammert man die gut 25 Prozent Leser aus, welche die Website (bzw. das Internet) gar nicht nutzen, steigt die Zustimmung zu den Statements auf mindestens 70 Prozent. Jeder fünfte Leser (von den Online-Nutzern jeder Vierte – 28%) stimmt den Aussagen „voll“ zu, dass der Auftritt gelungen ist und eine gute Navigation hat. Die Semiprofessionellen stimmen beiden Aussagen etwas stärker zu als die Berufsfotografen.*

*20,4 Prozent der Berufsfotografen (30% der Nutzer) und 22,8 Prozent der Semiprofessionellen (29,4% der Nutzer) sehen ihre Erwartungen an die Website nicht oder eher nicht erfüllt.*

**21) Fragen zur Person**
**Geschlecht**

92,2 % der Einsender sind männlich  
7,8 % der Einsender sind weiblich

*Unter den beruflichen Anwendern sind 97,4 Prozent männlich, unter den Fotografen sind 12 Prozent weiblich. Entsprechend ist der Anteil der Leserinnen unter den Abonnenten leicht höher als unter den Einzelheftkäufern.*

**Alter**

10,0 %	20 - 29 Jahre
23,5 %	30 - 39 Jahre
31,0 %	40 - 49 Jahre
23,8 %	50 - 59 Jahre
9,5 %	60 - 69 Jahre
1,5 %	älter
0,7 %	keine Angaben

*Der durchschnittliche Teilnehmer an der Befragung ist 44,7 Jahre alt. Das durchschnittliche Alter der Frauen ist mit 35,3 Jahren erheblich jünger, das der Männer mit 45,5 Jahren leicht älter.*

*Abonnenten sind im Durchschnitt mit 46 Jahren leicht älter als Einzelheft-Käufer mit 44,1 Jahren.*

*Die Gruppe der Berufsfotografen ist durchschnittlich 43,9 Jahre alt, die beiden anderen Gruppen liegen im Durchschnitt der Leser allgemein.*

<b>Alter</b>	<b>Berufsfotogr.</b>	<b>Berufl. Anwender</b>	<b>Semiprof.</b>
20 - 29	14 %	9 %	9 %
30 - 39	21 %	18 %	26 %
40 - 49	33 %	36 %	29 %
50 - 59	19 %	30 %	25 %
60 - 69	10 %	7 %	9 %
70 - 79	2 %	-	2 %
K.A.	1 %	-	-
Gesamt	100 %	100 %	100 %

## Zur Zeit ausgeübter Beruf

Selbständiger, Freiberufler	42,8 %
Angestellter, Beamter	40,2 %
Schüler, Student, in Ausbildung	6,3 %
Rentner, Pensionär	4,8 %
Facharbeiter, sonstiger Arbeiter	2,7 %
Anderes	2,8 %
keine Angaben	0,3 %

*Die größte Lesergruppe sind die Selbständigen, sie dominieren unter den Berufsfotografen mit 71,3 Prozent und unter den beruflichen Anwendern mit 64,9 Prozent.*

*Jeder zweite Semiprofessionelle (53,4 %) ist angestellt oder beamtet.*

## Schulabschluss

Hauptschule, mittlere Reife	26,5 %
Abitur	25,0 %
Hochschulstudium	47,5 %
keine Angaben	1,0 %

*Nahezu drei Viertel aller Leser (72,5 %) haben Abitur, knapp jeder Zweite als höchsten Schulabschluss ein Hochschulstudium. Semiprofessionelle und berufliche Anwender kommen jeweils auf einen Anteil von 53 Prozent Leser mit Hochschulstudium. Unter den Berufsfotografen haben ebenfalls 72 Prozent Abitur, die Quote der Studienabschlüsse ist mit 34 Prozent deutlich geringer.*

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

unter 1000 EUR	6,2 %
1000 bis 1499 EUR	4,2 %
1500 bis 1999 EUR	10,2 %
2000 bis 2499 EUR	10,7 %
2500 bis 2999 EUR	10,0 %
3000 bis 3499 EUR	10,7 %
3500 bis 3999 EUR	8,8 %
4000 bis 4499 EUR	7,7 %
mehr	20,5 %
(ohne Angabe)	11,0 %

*Über ein monatliches Netto-Haushaltseinkommen von mindestens 3000 EUR verfügt knapp jeder zweite Leser (47,7 %). Jeder fünft Leser gibt an, mehr als 4500 EUR netto im Gesamthaushalt zu verdienen.*

*Differenzierungen nach den Lesergruppen zeigt die folgende Tabelle*

<b>Netto in EUR</b>	<b>Berufs-Fotografen</b>	<b>Berufliche Anwender</b>	<b>Semi-professionelle</b>
unter 1000	9 %	4 %	5 %
unter 1500	6 %	4 %	3 %
unter 2000	13 %	10 %	9 %
unter 2500	10 %	10%	11 %
unter 3000	9 %	9 %	11%
unter 3500	15 %	8 %	9 %
unter 4000	7 %	9 %	10%
unter 4500	6 %	8 %	9 %
mehr	8%	24 %	26 %
<i>keine Angabe</i>	17 %	14 %	7 %
gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

*Hiernach haben die Semiprofessionellen und die beruflichen Anwender die höchsten Haushaltseinkommen. Jeder vierte Semiprofessionelle hat im Haushalt über 4500 EUR netto zur Verfügung.*

*Erwartungsgemäß steigt mit zunehmendem Alter das Einkommen. In der Gruppe der unter 30-Jährigen haben 36,7 Prozent unter 1000 EUR netto im Haushalt zur Verfügung.*

*Von den 30- bis 39-Jährigen sind es 20,6 Prozent, die mehr als 4000 EUR angeben. Bei den 40- bis 49-Jährigen trifft dies auf jeden Dritten zu (33,3 %). Dieser Anteil steigt in den beiden folgenden Altersdekaden über 35,7 Prozent bei den 50- bis 59-Jährigen auf 42,1 Prozent bei den 60- bis 69-Jährigen an.*

Köln, den 29.01.2007

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

WIP Wissenschaftliches Institut  
für Presseforschung und Medienberatung