

# TIPA 2017

## Readership Survey

---



**FOTOGRAFIEREN UND FILMEN**

# **FOTO**HITS

## **LESERBEFRAGUNG 2017**

### **- AUSWERTUNG -**

Technische Informationen zur Leserbefragung und Auswertung durch „WIP – Wissenschaftliches Institut für Presseforschung und Medienberatung“ finden Sie auf Seite 16.

# Die Leser – Bestätigung für hohe Kaufkraft und Kauflaune in hochwertige Kameraausrüstung

Der durchschnittliche **FOTOHITS**-Leser besitzt ein **überdurchschnittlich hohes Haushaltseinkommen**. Sein Interesse gilt vor allem den aktuellen Aspekten der Fotografie, praxisnahen didaktischen Tipps für noch bessere Bilderergebnisse sowie ausführlichen Kameratests. Er fotografiert aktiv mit 2,3 Kameras, die vorwiegend mit APS-C- und Vollformatsensoren ausgestattet sind.

Seine Fotoausrüstung hält er technisch auf dem neuesten Stand. **In hochwertiges Fotozubehör investiert er mindestens genauso viel wie in seine Kameras. 70% der Leser planen in den nächsten 24 Monaten im größeren Stil Investitionen in neue Kameras, 68,9% in Objektive.**

84,3 % halten **FOTOHITS** für ein sehr wichtiges oder wichtiges Magazin.

Auf den folgenden Seiten haben wir interessante Ausschnitte der Auswertung der „TIPA 2017 Readership Survey“ für Sie zusammengestellt, die vom WIP (Wissenschaftliches Institut für Presseforschung und Medienberatung, Bonn) vorgenommen wurde.

# Inhaltsverzeichnis

1. So charakterisiere ich mich als Fotograf:.....	4
2. Meine Fotoausrüstung: .....	5
3. Meine Fotos entstehen: .....	6
4. In den nächsten 24 Monaten möchte ich anschaffen:.....	7
5. Für diese Anschaffungen plane ich insgesamt auszugeben:.....	8
6. Regelmäßig informiere ich mich über Fotoprodukte: .....	9
7. Hierbei vertraue ich am meisten der Informationsquelle:.....	9
8. Normalerweise schlage ich in einer <b>FOTO</b> HITS-Ausgabe auf: .....	10
9. So schätze ich <b>FOTO</b> HITS ein: .....	10
10. Über diese Themen möchte ich in <b>FOTO</b> HITS lesen:.....	11
11. Wenn ich ganz generell hochwertige Produkte kaufe: .....	12
12. Die Anzeigen und Beilagen in <b>FOTO</b> HITS beachte ich: .....	13
13. Anzeigen in <b>FOTO</b> HITS: .....	14
14. Fragen zur Person / Alter .....	15
15. Fragen zur Person / Das monatliche Netto-Einkommen aller Haushaltsmitglieder .....	15

# 1) So charakterisiere ich mich als Fotograf:

(Mehrfachantworten möglich)

Ich bin ein Allrounder ohne Schwerpunkt	55,6 %
Ich fotografiere vorwiegend Alltagssujets (Freunde, Familie ...)	19,8 %
Ich bin auf wenige Sujets spezialisiert (Natur, Mode ...)	26,4 %
Fotografieren ist meine liebste Beschäftigung	42,8 %
Ich bin ausgebildeter Fotograf	2,1 %
Ich fotografiere als Fotograf hauptberuflich	1,3 %
Ich fotografiere im Rahmen meines Berufs (Grafiker, ...)	5,5 %

„Fast zehn Prozent der **FOTO**HITS-Leser sind dem **professionellen Segment** zuzuordnen. Daraus ergibt sich auf der Basis der hohen Verbreitung des Magazins ein in absoluten Zahlen signifikanter Anteil an beruflich fotografierenden Anwendern.“

## 2) Meine Fotoausrüstung:

### a) Ich fotografiere regelmäßig mit so vielen Kameras:

Mittelwert bei 2,3 Kameras, Median bei 2,0 Kameras

Genannt wurden zwischen einer und dreizehn Kameras.

(Eine Kamera nutzen 20,2%, zwei Kameras 45%, drei Kameras 22,1%, vier Kameras 6,6%)

### b) Die folgende Aussage trifft ...

	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Ich bin eigentlich nie ohne meine Kamera unterwegs	25,6 %	43,5 %	24,0 %	4,8 %
Ich halte meine Fotoausrüstung technisch möglichst auf dem neuesten Stand	12,8 %	42,7 %	35,9 %	6,2 %
Für Fotozubehör gebe ich mindestens genauso viel aus wie für meine Kamera(s)	15,3 %	33,8 %	35,7 %	12,6 %
Ich kaufe bevorzugt eine bestimmte Hersteller-Marke	38,3 %	38,2 %	14,5 %	7,1 %
Ich berate andere beim Kauf von Fotoartikeln	19,6 %	42,2 %	23,3 %	1,5 %

### 3) Meine Fotos entstehen:

	häufig	gelegentlich	selten	nie	k.A.
in der Sensorgröße Micro-Four-Thirds	20,8 %	6,4 %	5,0 %	36,0 %	31,8 %
in der Sensorgröße APS-C	59,6 %	11,7 %	4,6 %	11,1 %	13,0 %
in der Sensorgröße Vollformat	24,9 %	4,8 %	5,0 %	34,4 %	30,9 %
im Digitalen Mittelformat	4,5 %	3,8 %	5,0 %	44,8 %	41,9 %
und auf fotografischem Film	3,4 %	7,7 %	15,5 %	35,8 %	37,6 %
im Dateiformat RAW	56,6 %	17,9 %	8,8 %	4,7 %	11,9 %
im Dateiformat JPEG	61,3 %	14,7 %	9,0 %	3,8 %	11,2 %

„Über 13 Prozent der **FOTO**HITS-Leser nutzen **digitale Mittelformatkameras**, 4,5 Prozent sogar häufig. Dies unterstreicht den hohen Anspruch der Leserschaft an Bildqualität und Equipment.“

## 4) In den nächsten 24 Monaten möchte ich anschaffen:

(Mehrfachantworten)

Digitale SLR-Fotokamera	25,4 %
Digitales Mittelformat-System	2,2 %
Spiegellose Systemkamera	31,9 %
Digitale Kompaktkamera	10,5 %
Color Management System	6,7 %
Wechselobjektiv(e)	68,9 %
Foto-/Grafik-Software	32,2 %
Studiobeleuchtung	12,2 %
Scanner	6,3 %
Foto-Printer	7,9 %
Stativ	15,4 %
Accessoires	27,4 %
Action-Cam	6,1 %
Kamera-Kopter	6,4 %

„Kompaktkameras spielen eine untergeordnete Rolle in den Kaufabsichten der Leser. Fast 60 Prozent dagegen werden in den kommenden 24 Monaten **in neue Systemkameras investieren**. Dies korrespondiert mit dem hohen Wert für Wechselobjektive.“

## 5) Für diese Anschaffungen plane ich insgesamt auszugeben:

unter 2.000 Euro	56,1 %
2.000 bis 3.999 Euro	32,1 %
4.000 bis 5.999 Euro	6,2 %
6.000 bis 7.999 Euro	1,4 %
8.000 und mehr	1,2 %
keine Antwort gegeben	3,1 %

„Setzt man nur die Mittelwerte der jeweiligen Von-Bis-Spannen an und multipliziert diese mit der Anzahl der Leser, so ergibt sich eine **Summe von weit über 50 Millionen Euro**, die die **FOTOHITS**-Leser in den kommenden 24 Monaten in ihre Fotoausrüstung investieren wollen.“

## 6) Regelmäßig informiere ich mich über Fotoprodukte:

(Mehrfachantworten)

1.	in Foto-Zeitschriften	98,8 %
2.	in anderen Zeitschriften	11,3 %
3.	im Fachhandel	36,4 %
4.	auf Messen	26,1 %
5.	durch Firmenprospekte	18,8 %
6.	im Internet	85,5 %

## 7) Hierbei vertraue ich am meisten der Informationsquelle:

Foto-Zeitschriften	61,4 %
andere Zeitschriften	0,5 %
Fachhandel	8,1 %
Messen	2,1 %
Firmenprospekte	0,4 %
Internet	14,7 %
keine Antwort	12,8 %

## 8) Normalerweise schlage ich in einer FOTOHITS-Ausgabe auf:

alle, fast alle Seiten	82,5 %
etwa drei Viertel	12,7 %
etwa die Hälfte	3,8 %
etwa ein Viertel	0,4 %
nur ganz wenige Seiten	0,4 %

## 9) So schätze ich FOTOHITS ein:

	++	+	0	-	--	
wichtiges Magazin	39,4 %	44,9 %	11,2 %	1,3 %	0,3 %	unwichtiges Magazin
inspirierend	31,0 %	47,5 %	15,4 %	1,9 %	0,3 %	nicht inspirierend
kompetent	47,4 %	43,4 %	6,4 %	0,6 %	-	nicht kompetent
hoher Nutzwert	33,6 %	45,5 %	15,6 %	1,3 %	0,1 %	kein Nutzwert
übersichtlich	36,0 %	46,3 %	12,8 %	1,6 %	0,3 %	unübersichtlich
unabhängig	18,9 %	38,4 %	28,0 %	7,3 %	1,0 %	abhängig
aktuell	50,7 %	40,8 %	5,5 %	0,5 %	0,1 %	nicht aktuell
unterhaltsam	30,2 %	46,0 %	16,9 %	2,4 %	0,2 %	langweilig
sympathisch	39,4 %	43,2 %	10,9 %	1,4 %	-	unsympathisch
abwechslungsreich	32,7 %	47,9 %	14,5 %	1,6 %	-	eintönig

## 10) Über diese Themen möchte ich in FOTOHITS lesen:

	sehr wichtig	wichtig	weniger	unwichtig	k.A.
ausführliche Kameratests	54,9 %	33,9 %	8,8 %	0,6 %	1,7 %
vergleichende Kameratests	44,3 %	37,6 %	13,9 %	1,7 %	2,5 %
Tipps zu Zubehör	41,8 %	48,5 %	7,5 %	0,5 %	2,0 %
Tests von Zubehör	39,1 %	46,5 %	10,6 %	0,8 %	2,9 %
Marktübersichten	18,8 %	44,6 %	28,9 %	3,2 %	4,6 %
Fotopraxis: Tipps, Tricks	65,3 %	28,6 %	4,3 %	0,1 %	1,8 %
Fotografen, Fotokunst	32,6 %	35,3 %	24,8 %	4,1 %	3,2 %
Ausstellungen	11,1 %	29,6 %	43,9 %	11,5 %	3,9 %
Wettbewerbe	13,4 %	35,4 %	37,1 %	10,6 %	3,4 %

## 11) Wenn ich ganz generell hochwertige Produkte kaufe:

(Diese Frage wurde nur online gestellt, Teilnehmerzahl = 754)

trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
empfinde ich Testsiegel bzw. Auszeichnungslogos als hilfreiche Orientierung signalisieren mir Testsiegel bzw. Auszeichnungslogos hohe Qualität unterstützen Testsiegel bzw. Auszeichnungslogos meine Kaufentscheidung	20,8 %	54,0 %	18,2 %	4,5 %
	16,2 %	56,2 %	20,8 %	4,0 %
	12,7 %	46,6 %	30,8 %	6,8 %

## 12) Die Anzeigen und Beilagen in FOTOHITS beachte ich:

immer	21,7 %
häufig	51,6 %
selten	24,0 %
nie	1,6 %
keine Antwort geben	1,1 %

## 13) Anzeigen in FOTOHITS:

trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
haben für mich auch einen Informationswert	19,6 %	51,6 %	22,5 %	3,6 %
waren bereits Anlass, mich weiter zu informieren	21,1 %	4,6 %	22,6 %	7,3 %
haben mich schon zum Kauf angeregt	15,1 %	31,8 %	34,6 %	14,7 %

## 14) Fragen zur Person

### a) Alter: durchschnittlich 55,8 Jahre (2015: 53,6)

männlich	90,1 %	Durchschnittsalter:	56,8 Jahre (2015: 54,4)
weiblich	8,4 %	Durchschnittsalter:	44,9 Jahre (2015: 44,0)

bis 29 Jahre	3,7 %
30 bis 39 Jahre	7,0 %
40 bis 49 Jahre	15,0 %
50 bis 59 Jahre	31,0 %
60 bis 69 Jahre	28,8 %
älter	12,0 %
keine Antwort gegeben	2,5 %

„Der typische **FOTO**HITS-Leser ist ein ‚Best Ager‘. Diesen beschreibt die Wikipedia so: ‚Das wesentlichste und für Marketingforscher interessanteste Merkmal des Best Agers ist sein im Durchschnitt relativ hohes verfügbares Einkommen. **Best Ager** gelten demnach als kaufkräftig, konsumfreudig, aber auch qualitätsbewusst.“

## b) Das monatliche Netto-Einkommen aller Haushaltsmitglieder beträgt

unter 1.500 Euro	6,9 %
1.500 bis 1.999 Euro	12,0 %
2.000 bis 2.499 Euro	14,6 %
2.500 bis 2.999 Euro	13,9 %
3.000 bis 3.499 Euro	13,9 %
3.500 bis 3.999 Euro	9,2 %
4.000 bis 4.499 Euro	8,0 %
mehr	12,1 %
keine Angaben	9,4 %

„Wie bereits bei der Leserbefragung 2015 zeigt sich erneut die **weit überdurchschnittliche Kaufkraft der FOTOHITS-Leser**: 57,1 Prozent liegen über dem durchschnittlichen Netto-Haushaltseinkommen<sup>1</sup> in Deutschland. Knapp 30 Prozent haben ein mindestens eineinhalbfach so hohes Haushaltseinkommen, und 12,1 Prozent verfügen über ein Einkommen, das mehr als Doppelte des durchschnittlichen Netto-Haushaltseinkommens beträgt.“

<sup>1</sup> Quelle: OECD Better Life Index, <http://www.oecdbetterlifeindex.org>

# Leserbefragung im Rahmen der Internationalen Leserbefragung 2017 der Technical Image Press Association (TIPA)

## Methode

- Fragebogen beigelegt in **FOTO**HITS Magazin Ausgabe 12/2016 (11.11.2016 – 31.12.2016)
- schriftlicher Fragebogen im Heft mit parallelem, nicht separat beworbenem bzw. verlinkten Online-Fragebogen mit identischen Fragen auf <https://presseforschung.de/fotohits>

## Rückläufe der **FOTO**HITS-Leser und Auswertung:

N = 1.120 Einsendungen / Na = 1.120 Bögen ausgewertet

Es handelt sich um die höchste Rücklaufquote unter den TIPA-Mitgliedsmagazinen weltweit.

## Ausgewertete Rückläufe

- Rücksendung per Brief: 32,7 %
- Online-Umfrage: 67,3 %

## Durchführung und Auswertung:

WIP Wissenschaftliches Institut für Presseforschung und Medienberatung

Dr. Margit Dorn, Prof. Dr. habil. Andreas Vogel

Essener Str. 28, 51145 Köln, [wip@presseforschung.de](mailto:wip@presseforschung.de) - <http://presseforschung.de>