



# Leserbefragung der Zeitschrift

## “Profifoto”

## Ergebnisbericht

Januar 2011

## Methoden-Eckpunkte

Schriftliche Befragung durch eingedruckten Fragebogen in der Ausgabe 11/2010 und parallele Online-Umfrage mit identischem Fragebogen

vollständiger Rücklauf N = 1.196 Einsendungen  
Rücklauf-Quote 7,1 Prozent der verbreiteten Auflage  
von 16.954 Exemplaren lt. Mediaunterlagen 2010

ausgewerteter Rücklauf Na = Stichprobe von 600 ausgewerteten Fällen  
Auswertungs-Quote 3,5 Prozent der verbreiteten Auflage  
von 16.954 Exemplaren lt. Mediaunterlagen 2010

Verteilung des ausgewerteten Rücklaufs

- Rücksendung per Brief	29,2 %
- Rücksendung per Fax	9,8 %
- Online-Umfrage	61,0 %

Zielperson Leser des Heftes  
Feldzeit 22. Oktober 2010 bis 25. November 2010

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

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

## Ergebnisse

### 1) Ich fotografiere

als Berufsfotograf	33,5 %
privat	26,5 %
semiprofessionell	22,5 %
im Rahmen meines Berufs	17,5 %

*Gut jeder zweite Leser der Zeitschrift Profifoto fotografiert beruflich, sei es als Berufsfotograf oder als beruflicher Nutzer (Grafiker, Media Production, ...).*

### 2) Folgendes trifft auf mich zu:

(in %)	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
	Ich habe bereits Andere beim Kauf von Fotoartikeln beraten	59,0	28,8	7,8	3,8
	Für Fotozubehör gebe ich mindestens genauso viel aus wie für meine Kamera(s)	29,7	40,2	21,2	8,5
	Ich halte meine Fotoausrüstung technisch möglichst auf dem neuesten Stand	23,7	54,5	17,8	3,8
	Ich nehme häufiger an Fotowettbewerben teil	4,7	11,5	34,3	47,7

*Neun von zehn Lesern beraten andere Personen beim Kauf von Fotoartikeln, acht von zehn halten Ihre Fotoausrüstung auf dem neuesten Stand und sieben von zehn Lesern geben für Zubehör mindestens so viel aus wie für ihre Kameras.*

### 3) Meine Fotos entstehen:

(in %)	häufig	gelegentlich	selten	nie
in der Sensorgröße FF D-SLR	53,3	11,0	7,8	22,0
in der Sensorgröße DMF	31,5	11,8	13,2	30,2
im Dateiformat RAW	78,3	11,0	5,7	3,7
im Dateiformat JPEG	36,2	16,2	23,8	16,3

*Jeder zweite Leser macht häufig Aufnahmen im Full Format. Unter den Berufsfotografen ist es jeder Dritte, hingegen unter den Amateuren jeder Vierte. Es besteht insgesamt ein deutlicher Zusammenhang zur beruflichen Nutzung. Bei den Amateuren ist das Format DMF weiter verbreitet – jeder Dritte gibt hier an, häufig in diesem Format zu fotografieren – dies gilt auch für die anderen Nutzergruppen.*

*Das RAW-Format bevorzugen gut drei von vier Lesern, wobei sich das Spektrum der Angabe „häufige Nutzung“ zwischen 89 Prozent bei den Profis, 80 Prozent bei den Semiprofessionellen und 66 Prozent bei den Amateuren bewegt. Das JPEG-Format wird von Amateuren bevorzugt, jeder Zweite (51%) antwortet mit „häufig“.*

### 4) Pro Monat

mache ich an Fotos:	Mittelwert = 1.139	Median = 500
dabei benutze ich Kameras:	Mittelwert = 2,2	Median = 2
drucke ich selber:	Mittelwert = 56	Median = 10
- davon größer als A5:	Mittelwert = 28	Median = 5
nutze ich Fotodienstleister:	Mittelwert = 101	Median = 15
- davon größer als A5:	Mittelwert = 37	Median = 5

*Der Unterschied zwischen Mittelwert und Median zeigt das Ausmaß der Streuung an. Diese ist durchgängig sehr hoch. Dies bedeutet: Es gibt unter den Lesern besonders in der Gruppe der Profifotografen Viel-Fotografierer, die zudem deutlich überdurchschnittlich viele Fotos drucken oder drucken lassen.*

Das Spektrum der monatlich aufgenommenen Fotos reicht daher von 5 bis 10.000. 500 Aufnahmen ist der meistgenannte Wert bei den Amateuren (18%) und den Semiprofessionellen (18%). Meistgenannt bei den beruflichen Nutzern sind die Werte 500 und 1000 (14% und 12%). Die Profifotografen geben 1000 und 5000 Aufnahmen am häufigsten an (jeweils 15%). 23 Prozent der Leser machen mehr als 1.000 Aufnahmen. Von diesen Lesern sind 68 Prozent Profifotografen.

25 Prozent der Leser nutzen eine Kamera, 43 Prozent zwei Apparate und 22 Prozent drei Kameras. Die Angabe „zwei Kameras“ ist bei allen Nutzergruppen am häufigsten. Drei Kameras verwenden regelmäßig 13 Prozent der Amateure, aber 27 Prozent der Profifotografen.

Das Spektrum der monatlich selbst gedruckten Fotos reicht von 0 bis 4.500. Wobei es nur sieben Profifotografen sind, die Zahlen über 500 Drucke angeben.

50 Prozent der Leser machen im Monat 500 oder weniger Aufnahmen, von denen sie bis zu 10 Fotos selber drucken und bis zu 15 Fotos bei Fotodienstleistern anfertigen lassen.

## 5) Zur Präsentation meiner Fotos nutze ich:

(in %)	häufig	gelegentlich	selten	nie
andere Internet-Seiten	32,8	24,7	11,2	28,5
kostenlose Foto-Communities	15,7	18,3	13,2	49,2
internationale Foto-Communities	11,2	14,7	15,5	54,3
beitragspflichtige Foto-Communities	11,2	8,3	9,0	67,2
nationale Foto-Communities	10,5	16,3	12,2	55,5

Zumeist veröffentlichen die Leser ihre Fotos auf Websites außerhalb von Foto-Communities. Gratis-Communities werden um das Eineinhalbfache öfter genutzt als beitragspflichtige Communities.

45 Prozent der Profifotografen veröffentlichen häufig auf Websites, 40 Prozent der Semiprofessionellen, aber nur 13 Prozent der Amateure. Hingegen sind bei den Communities die Semiprofessionellen die eifrigsten Nutzer: Von ihnen veröffentlichen

„häufig“ 28 Prozent auf kostenlosen Communities und 21 Prozent auf Paid-Communities.

Der Aspekt nationale oder internationale Community spielt nach den Ergebnissen keine Rolle – beide Kategorien haben ähnlich hohe Werte.

## 6) Im Jahr gestalte ich aus meinen Fotos an gedruckten Fotobüchern:

23,8 %	keines
13,5 %	ein Fotobuch
15,8 %	zwei Fotobücher
4,8 %	drei Fotobücher
5,0 %	vier Fotobücher
8,2 %	fünf Fotobücher
6,3 %	sechs bis zehn Fotobücher
5,3 %	über zehn Fotobücher
17,2 %	machen keine Angabe

Zwischen 24 und 40 Prozent der Leser gestalten keine Fotobücher. Die häufigste Angabe unter denjenigen, die Fotobücher drucken (lassen) sind „zwei Fotobücher“ (16%). Der Mittelwert sind 4,8 Fotobücher, wobei das Spektrum bis zu 250 Bücher durch einen einzelnen beruflichen Nutzer reicht. Entsprechend liegt der Median auch mit 2,0 niedriger.

## 7) Die Video-Funktion an digitalen Kameras

(in %)	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
	empfinde ich als Bereicherung	34,3	30,2	15,7	19,5
	nutze ich häufig	6,8	12,8	32,5	46,2
	ist in ihrer Qualität unzureichend	4,3	18,0	31,8	38,3

64 Prozent der Leser stimmen dem Statement zu, die Videofunktion sei eine Bereicherung. Dabei finden sich zwischen den Nutzergruppen keine signifikanten Unterschiede. Jeder fünfte Leser gibt an, diese Funktion häufiger zu nutzen. Semiprofessionelle und berufliche Nutzer verwenden die Videofunktion unterdurchschnittlich. Mit der Qualität sind die Leser ganz überwiegend zufrieden.

## 8) Regelmäßig informiere ich mich über Fotoprodukte

(Mehrfachantworten)

in Foto-Zeitschriften	96,2 %
im Internet	90,2 %
auf Messen	51,0 %
bei meinem Fachhändler	43,0 %
durch Firmenprospekte	39,8 %
in Computerzeitschriften	18,7 %
in Multithemen-Zeitschriften	15,5 %

Nach wie vor wird keine andere Informationsquelle 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 Foto-Zeitschriften bedrängen, noch dass die entsprechende Internet-Nutzung die gleiche Intensität erreicht. Allerdings hat die Internet-Nutzung inzwischen sehr weit aufgeschlossen.

Messen und Fachhändler belegen die Plätze Drei und Vier.

Dies sind die markanten Abweichungen in den Nutzergruppen:

Für Berufsfotografen sind Messen (56%) und Prospekte (45%) deutlich relevanter.

Private Anwender nutzen überdurchschnittlich Computerzeitschriften (24 %) und Multithemenzeitschriften (20%) für Informationen über Fotoprodukte.

Semiprofessionelle Fotografen informieren sich zu 63 Prozent auch auf Messen.

**Hierbei vertraue ich am meisten der Informationsquelle**

Foto-Zeitschriften	40,3 %
Internet	27,3 %
meinem Fachhändler	12,8 %
Messen	3,7 %
Computerzeitschriften	1,3 %
Firmenprospekte	2,0 %
Multithemen-Zeitschriften	0,7 %
keine Antwort	11,8 %

*Mit großem Abstand wird weiterhin den Fotozeitschriften das meiste Vertrauen entgegengebracht. Jeder zweite Leser nennt diese Informationsquelle. Alle weiteren Quellen sind nachrangig, wobei das Internet gegenüber den Vorjahren weitere Zugewinne verzeichnet.*

*Differenziert nach den Nutzergruppen zeigen sich markante Unterschiede: Amateure haben mit 51 Prozent das größte Vertrauen in Fotozeitschriften und mit 23 Prozent das relativ geringste Vertrauen in das Internet. Ähnlich sind die Werte für die Gruppe der Semiprofessionellen.*

*Bei den Profifotografen ist das Vertrauen in Fotozeitschriften mit 29 Prozent unterdurchschnittlich, das Vertrauen in das Internet mit 33 Prozent hingegen überdurchschnittlich. Welche Websites die Profifotografen im Internet dabei konkret nutzen, und ob hier Websites von Foto-Fachverlagen eingeschlossen sind, wurde nicht erhoben.*

**9) Profifoto erscheint mit zehn Heften jährlich.**

11,3 %	lesen jährlich ein bis drei Hefte
17,0 %	lesen jährlich vier bis sechs Hefte
7,8 %	lesen jährlich sieben bis neun Hefte
56,5 %	lesen jährlich alle Hefte

*92,6 Prozent lesen durchschnittlich 8,1 Hefte pro Jahr, 7,2 Prozent der Teilnehmer lesen die Zeitschrift zum ersten Mal.*

*Im Durchschnitt lesen 57 Prozent aller Antwortenden alle Hefte jährlich. Diese Nutzung unterscheidet sich in den Gruppen sehr: Alle Hefte lesen 69 Prozent der Berufsfotografen, 63 Prozent der Semiprofessionellen, 54 Prozent der beruflichen Anwender und 37 Prozent der Amateure.*

*Auch nach der Bezugsart gibt es Unterschiede: 94 Prozent aller Abonnenten und 33 Prozent der Einzelheftkäufer lassen kein erschienenenes Heft ungelesen.*

**10) So erhalte ich Profifoto**

Ich kaufe das Heft im Handel	45,2 %
Ich bin Abonnent	41,0 %
Das Heft ist ein Werbeexemplar	7,3 %
Ich bin Mitleser	4,8 %
Auf anderem Wege	1,7 %

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

*Die Einzelheftkäufer sind zu 33 Prozent Amateure, zu 28 Prozent Berufsfotografen, zu 21 Prozent Semiprofessionelle und zu 17 Prozent berufliche Anwender.*

*Die Abonnenten sind zu 39 Prozent Berufsfotografen, zu 27 Prozent Semiprofessionelle, zu 17 Prozent berufliche Anwender und zu 16 Prozent Amateure.*

**I 1) Eine Profifoto-Heft nehme ich etwa so oft zur Hand, um darin zu blättern oder zu lesen**

7,3 %	ein- oder zweimal
15,2 %	dreimal
9,5 %	viermal
23,0 %	fünfmal
10,5 %	sechs- bis neunmal
18,7 %	zehnmal
4,7 %	11- bis 18-mal
8,8 %	20-mal und mehr
2,3 %	machen keine Angaben

*Jedes Heft wird von den Lesern durchschnittlich siebenmal bis achtmal (Mittelwert = 7,6; Median =5) zur Hand genommen.*

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

**I 2) Normalerweise schlage ich in einer Profifoto-Ausgabe auf:**

alle, fast alle Seiten	80,5 %
etwa drei Viertel	13,8 %
etwa die Hälfte	4,5 %
etwa ein Viertel	1,0 %
nur ganz wenige Seiten	0,2 %

*94 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 93,4 Prozent.*

**I3) In einer Profifoto -Ausgabe lese ich insgesamt**

7,3 %	bis zu 25 Minuten
7,0 %	30 Minuten
12,2 %	35 - 55 Minuten
26,7 %	60 Minuten
2,7 %	70 - 80 Minuten
9,2 %	90 Minuten
4,5 %	100 Minuten
14,5 %	120 Minuten
2,8 %	130 bis 160 Minuten
5,3 %	180 Minuten
6,3 %	mehr als 180 Minuten
1,5 %	machen keine Angaben

*In jedem Profifoto-Heft lesen die Einsender durchschnittlich 92 Minuten. (Der Median liegt mit 60 Minuten ein Stück niedriger). Die häufigsten Einzelwerte sind 26,7 Prozent bei 60 Minuten, 14,5 Prozent bei 120 Minuten sowie 9,2 Prozent bei 90 Minuten. Die höchste Einzelnennung erreichte 800 Minuten.*

*Im statistischen Durchschnitt lesen Einzelheftkäufer mit 101 Minuten rund 12 Minuten länger in einer Ausgabe als Abonnenten.*

*Am längsten lesen im Mittel die beruflichen Anwender mit 106 Minuten. Berufsfotografen kommen auf 79 Minuten, Semiprofessionelle auf 99 Minuten.*

**I4) In einer Profifoto-Ausgabe lesen außer mir x Personen**

40,8 %	keine weitere Person
35,0 %	eine Person
14,5 %	2 Personen
5,9 %	3 bis 4 Personen
2,2 %	5 bis 20 Personen
1,7 %	machen 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 1,0 jedes einzelne Profifoto-Heft etwa von 2 Personen gelesen.

Unter den Semiprofessionellen ist die Zahl der Alleinleser am höchsten. Hier gibt es 47,4 Prozent Alleinleser. Von den Profifotografen ist nur jeder dritte ein Alleinleser.

## I5) So schätze ich Profifoto ein (in %):

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Profifoto...					
ist ein wichtiges Fotomagazin		67,0	29,7	2,5	0,7
hat eine verlässliche fachliche Kompetenz		51,8	44,0	3,3	0,7
ist ein anregendes Fotomagazin		51,0	42,7	5,5	0,5

Jeweils mehr als jeder Zweite stimmt diesen drei Aussagen „voll zu“, jeweils über 93 Prozent folgen diesen Statements. Die Wichtigkeit bestätigen 97 Prozent, die verlässliche fachliche Kompetenz 96 Prozent, das Anregende 94 Prozent.

Hinsichtlich der Wichtigkeit stimmen 76 Prozent der Semiprofessionellen voll zu, unter den Amateuren sind dies 60 Prozent.

Bei der Kompetenz geben 65 Prozent der Semiprofessionellen die volle Zustimmung, hingegen 47 Prozent der Amateure.

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Gäbe es Profifoto nicht mehr, würde ich das Magazin vermissen.		42,3	36,8	14,7	5,7
Profifoto...					
hat einen hohen praktischen Nutzen		27,5	56,0	15,5	0,8

*Knapp 80 Prozent und darüber bestätigen diese beiden Aussagen. Weniger als 6 Prozent der antwortenden Leser stimmen ihnen explizit nicht zu. Die „volle“ Zustimmung fällt hingegen geringer aus als bei den vorhergehenden Statements.*

*In der Vermisensfrage ist die volle Zustimmung bei den Semiprofessionellen mit 47 Prozent und bei den Profifotografen mit 45 Prozent am höchsten. Unter den Amateuren stimmt jeder Dritte voll zu.*

*Hinsichtlich des praktischen Nutzen geben die Berufsfotografen mit 32 Prozent am Häufigsten ihre volle Zustimmung.*

	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
Profifoto...					
bringt wertvolle Tipps für den Kauf von Fotoapparaten		28,2	52,2	16,8	2,7
gibt nützliche Hinweise bei der Auswahl des richtigen Zubehörs		29,7	40,2	21,2	8,5

*Mehr als 70 Prozent der Leser folgen auch diesen Statements. Was zugleich bedeutet, dass bis zu 30 Prozent der Leser diesen Aussagen explizit nicht zustimmen.*

*Wertvolle Tipps für den Apparatekauf und nützliche Hinweise zum Zubehör entdecken die verschiedenen Gruppen gleichermaßen.*

schafft Markttransparenz		16,8	50,7	26,8	4,5
--------------------------	--	------	------	------	-----

*Das Statement zur Markttransparenz findet die geringste Zustimmung, wobei eine deutliche Mehrheit der Leser (67,5%) ihm folgt. Knapp jeder dritte Leser (31%) stimmt damit dieser Aussage nicht zu. Die Unterschiede zwischen den Gruppen sind nur bei den Amateuren signifikant: 38 Prozent der Amateure lehnen dieses Statement ab.*

**I 6) Eine ePaper-Version von Profifoto:**

(in %)	trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
ist für mich grundsätzlich attraktiv		17,7	19,7	26,5	35,5
würde ich anstatt des Print-Magazins kaufen		4,8	8,0	23,7	62,3
würde ich zusätzlich zum Heft abonnieren, mit Zusatzfunktionen auch gegen Aufpreis		3,8	14,0	21,3	59,0

*ePaper-Versionen interessieren unter den Lesern qualifizierte Minderheiten. 37 Prozent bescheinigen ihnen grundsätzlich Attraktivität. Die volle Zustimmung fällt in allen Nutzergruppen ähnlich aus. Die einfache Zustimmung ist unter Amateuren mit 14 Prozent am geringsten, unter den Professionellen (23%) und den Semiprofessionellen (24%) am höchsten ausgeprägt.*

*Substitutionseffekte zum Printmagazin scheinen kaum gegeben. Nur 5 Prozent sind sich sicher, dann das Printheft nicht mehr haben zu wollen. Den höchsten Anteil von 6,7% erreichen hier die beruflichen Anwender.*

*Hinsichtlich eines zusätzlichen Abonnements gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen den Nutzergruppen.*

**I 7a) Tablets/Net-Books/eReader**

Tablets interessieren mich gegenwärtig nicht	49,2 %
Ich bin noch unentschieden	24,2 %
Ich habe bereits einen iPad	12,5 %
Ich werde mir demnächst einen iPad kaufen	9,3 %
Ich habe oder kaufe demnächst ein anderes Tablet	3,8 %

*Jeden zweiten Leser interessieren Tablets derzeit nicht. In den Gruppen reicht das Spektrum für diese Antwort von 37 Prozent bei den Semiprofessionellen über 52 Prozent bei den Profifotografen bis zu 59 Prozent bei den beruflichen Anwendern.*

*Weiter 24 Prozent sind noch unentschieden, unter den Semiprofessionellen 28 Prozent.*

*Die Leser von Profifoto sind überdurchschnittlich mit iPads ausgestattet: 12,5 Prozent haben bereits eines, unter den Semiprofessionellen sind es sogar 17 Prozent.*

Die Absicht, demnächst so ein Gerät zu erwerben ist bei 9 Prozent der Leser ausgeprägt – leicht unterdurchschnittlich bei den Amateuren (7%), leicht überdurchschnittlich bei Profifotografen (10%) und Semiprofessionellen (12%). 4 Prozent haben oder interessieren sich für andere Tablets.

### **I7b) Von Profifoto würde ich ein Kauf-App installieren**

vielleicht	41,7 %
nein	39,8 %
ja	16,8 %
Keine Antwort	1,7 %

Die größte Gruppe bilden unentschlossene Leser, die ein solches Verhalten zukünftig nicht ausschließen wollen. Die Antworten der Profifotografen liegen im Durchschnitt, hingegen sagen bei den Semiprofessionellen 46 Prozent „vielleicht“.

Die konkrete Ablehnung eines Profifoto-Apps fällt deutlich geringer aus als das Desinteresse für Tablets. Unter den Nutzergruppen erreicht die Antwort „nein“ zwischen 31 Prozent bei den Semiprofessionellen und 45 Prozent bei den Amateuren.

Zustimmend äußern sich 17 Prozent der Leser. Unter ihnen sind 20 Prozent aller Semiprofessionellen und 15 Prozent aller Profifotografen.

### **I8) In den nächsten 24 Monaten möchte ich anschaffen**

Wechselobjektiv(e)	75,2 %
Digitale SLR Fotokamera	53,0 %
Accessoires	50,2 %
Foto-/Grafik-Software	39,5 %
Studiobeleuchtung	35,2 %
Stativ	18,8 %
Foto-Printer	18,2 %

Color Management System	15,5 %
Digitales Mittelformat-System	14,8 %
Digitale Kompaktkamera mit wechselbaren Objektiven	11,5 %
Digitale Kompaktkamera mit festem Objektiv	10,8 %
Scanner	9,7 %
Projektor/Beamer	7,5 %
Digitales Großformat-System	4,0 %

*Wechselobjektive und digitale Spiegelreflexkameras sind neben Accessoires die meist genannten Anschaffungsobjekte. Auf den nächsten Plätzen folgen Foto-/Grafiksoftware und Studiobeleuchtung.*

*Deutlich höhere Werte ergeben sich für **Berufsfotografen** bei den folgenden geplanten Anschaffungen:*

Digitale SLR Kamera	62 %
Studiobeleuchtung	52 %
Foto-/Grafik-Software	46 %
Digitales Mittelformat System	24 %
Digitales Großformat System	8 %

## **19) Die Anzeigen und Beilagen in Profifoto beachte ich**

immer	25,3 %
häufig	54,2 %
selten	17,7 %
nie	1,5 %
keine Antwort geben	1,3 %

*Anzeigen und Beilagen werden von den Lesern aktiv wahrgenommen. 79,5 Prozent der Einsender beachten die Anzeigen und Beilagen in Profifoto häufig oder immer. Nur 1,5 Prozent beantworten diese Frage mit „nie“.*

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

trifft...	voll zu	zu	eher nicht	nicht zu
haben für mich auch einen Informationswert	28,2	46,5	20,8	3,8
waren bereits Anlass, mich weiter zu informieren	27,3	42,2	21,3	8,2

*Der Informationswert von Anzeigen und Beilagen ist für 75 Prozent der Leser gegeben. In der Gruppe der Semiprofessionellen stimmen 32 Prozent dieser Aussage „voll“ zu.*

*Weitere Informationen haben knapp 70 Prozent der Leser schon gesucht oder angefordert. Volle Zustimmung zu dieser Aussage gaben zwischen 23 Prozent bei den Amateuren und 31 Prozent bei den Profifotografen.*

haben mich schon zum Kauf angeregt	18,2	33,7	30,0	16,8

*Mehr als jeder zweite Leser (51,9 %) bestätigt diese Aussage. Unter den Semiprofessionellen stimmt jeder Vierte diesem Statement voll zu.*

## 21) 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	13,5	25,0	17,2	24,7	18,7
- um Testberichte und Fotos getesteter Produkte anzusehen	9,2	22,5	20,8	25,3	20,2
- um mich über Termine zu informieren	9,3	20,3	15,8	26,3	25,7

*Gut vier von fünf Lesern (82%) haben die Website von Profifoto bereits besucht. Jeder sechste Leser nutzt die Website mehrmals im Monat. Knapp 45 Prozent sehen sich die Seiten mindestens einmal im Monat an.*

*Am wichtigsten ist es den Lesern, auf dem aktuellen Stand zu bleiben. Dies ist ein Grund für 48 Prozent aller Semiprofessionellen. Aber auch die Testberichte und Termine sind ein attraktives Angebot.*

*Die semiprofessionellen Leser nutzen die Website insgesamt deutlich stärker als die Berufsfotografen.*

(in %)	mehrmals im Monat	einmal mtl.	alle 2-3 Monate	seltener	nie
- um andere Services zu nutzen	2,5	7,8	11,7	31,8	42,8
- wegen der Kleinanzeigen	1,3	7,2	8,8	33,2	45,5
- um etwas im Shop zu kaufen	0,5	3,2	6,0	25,8	60,5

*Kleinanzeigen oder der Shop stoßen auf deutlich geringeres Interesse.*

## 22) Fragen zur Person

### Geschlecht

88,7 %	der Einsender sind männlich
11,3 %	der Einsender sind weiblich

*Unter den Amateuren sind 15 Prozent weiblich.*

### Alter

13,5 %	20 - 29 Jahre
17,8 %	30 - 39 Jahre
32,8 %	40 - 49 Jahre
23,8 %	50 - 59 Jahre
9,7 %	60 - 69 Jahre
1,2 %	älter
1,2 %	machen keine Angaben

*Der durchschnittliche Teilnehmer an der Befragung ist 44,5 Jahre alt. Das durchschnittliche Alter der Frauen ist mit 39,3 Jahren jünger, das der Männer mit 45,1 Jahren leicht älter.*

Die Gruppe der Berufsfotografen ist durchschnittlich 43 Jahre alt, die Semiprofessionellen kommen auf einen Mittelwert von 44,8 Jahren.

<b>Alter</b>	<b>Berufsfotogr.</b>	<b>Berufli. Anwender</b>	<b>Semiprof.</b>
20 - 29	18 %	9 %	15 %
30 - 39	18 %	20 %	14 %
40 - 49	31 %	39 %	34 %
50 - 59	23 %	23 %	21 %
60 - 69	8%	6 %	14 %
70 - 79	-	3 %	2 %
K.A.	2 %	1 %	1 %

### **23) Das monatliche Netto-Einkommen aller Haushaltsmitglieder beträgt**

unter 1.000 Euro	3,5 %
1.000 bis 1.499 Euro	4,0 %
1.500 bis 1.999 Euro	8,2 %
2.000 bis 2.499 Euro	11,3 %
2.500 bis 2.999 Euro	11,5 %
3.000 bis 3.499 Euro	12,0 %
3.500 bis 3.999 Euro	11,0 %
4.000 bis 4.499 Euro	7,7 %
mehr	23,2 %
keine Angaben	7,7 %

*Unter den Berufsfotografen haben sich 18 Prozent der obersten Einkommensgruppe zugeordnet, unter den Semiprofessionellen und Amateuren 26 Prozent.*

Köln, den 27.01.2011

Dr. Margit Dorn  
Dr. habil. Andreas Vogel

WIP Wissenschaftliches Institut  
für Presseforschung und Medienberatung