

INHALTSVERZEICHNIS

Dank		___ IX
1	EINLEITUNG	
2	FORSCHUNGSFELD UNTERNEHMEN: DAS PRESSEBÜRO	___ 13
2.1	Geschäftsfelder	___ 13
2.1.1	Pressefotografie	___ 15
2.1.2	Public Relations	___ 18
2.1.3	Werbung	___ 19
2.1.4	Reproduktionsfotografie	___ 20
2.1.5	Nebengeschäftsfelder	___ 20
2.1.6	Vergleich und Beurteilung der unterschiedlichen Geschäftsfelder	___ 21
2.1.7	Ein breites Geschäftsportfolio als Erfolgskriterium	___ 29
2.2	Produzentinnen und Produzenten	___ 31
2.2.1	Der Beruf Pressefotografin/Pressefotograf	___ 32
2.2.2	Die Mitarbeitenden des Pressebüros	___ 36
2.2.3	Vielfältige Anforderungen an Pressefotografinnen/ Pressefotografen	___ 43
2.3	Betriebsmittel	___ 44
2.3.1	Betriebsmittel für die Erstellung fotografischer Aufnahmen	___ 45
2.3.2	Betriebsmittel für die Entwicklung und Postproduktion	___ 52
2.3.3	Betriebsmittel für die Übermittlung	___ 55
2.3.4	Zusätzliche Betriebsmittel und solche anderer Geschäftsbereiche	___ 57
2.3.5	Kostengegenüberstellung der verschiedenen Betriebsmittel	___ 59
2.3.6	Schritthalten mit dem stetigen Wandel der Betriebsmittel	___ 67

2.4	Produktion	— 70
2.4.1	Tätigkeiten von Pressefotografinnen und Pressefotografen	— 71
2.4.2	Wandel Vertiefung I: Analoge und digitale Fotografie	— 77
2.4.3	Wandel Vertiefung II: Arbeitsorganisation	— 83
2.4.4	Produktionsstandorte	— 85
2.4.5	(Fotografische) Gesamtproduktion: Das Fotoarchiv <i>Kühne Künzler</i>	— 90
2.4.6	Sich wandelnde Produktionsprozesse, ansteigende Gesamtproduktion	— 100
2.5	Fazit Forschungsfeld <i>Unternehmen</i>	— 104
3	FORSCHUNGSFELD MARKT:	
	BILDABNEHMERINNEN UND BILDABNEHMER	— 111
3.1	Gesamtproduktion II: Was brachte das <i>Pressebüro</i> auf den Markt?	— 111
3.2	Geschäftsfeld <i>Pressefotografie</i>	— 114
3.2.1	Nachfragerin Zeitungen	— 115
3.2.2	Nachfragerin Zeitschriften	— 134
3.2.3	Nachfragerin Bildagenturen	— 139
3.2.4	Lokale und regionale Marktteilnehmerinnen und -teilnehmer	— 150
3.2.5	Preise: Pressefotografie als Ware	— 158
3.2.6	Unterschiedliche Märkte, zunehmende Anzahl Anbietende, sinkende Nachfrage	— 168
3.3	Restliche Geschäftsbereiche	— 176
3.3.1	<i>Public Relations</i>	— 176
3.3.2	<i>Werbung</i>	— 181
3.3.3	<i>Reproduktionsfotografie</i>	— 182
3.3.4	Die Nebengeschäftsbereiche <i>Klischee-</i> und <i>Pressemappenproduktion</i>	— 184
3.3.5	Unterschiedliche Entwicklung in den weiteren Geschäftsbereichen	— 186
3.4	Vergleich der verschiedenen Geschäftsbereiche	— 190
3.5	Fazit Forschungsfeld <i>Markt</i>	— 195

4	FORSCHUNGSFELD <i>PRODUKT</i> :	
	DAS (PRESSE)FOTOGRAFISCHE BILD	___ 205
4.1	<i>Pressefotografie</i>	___ 206
4.1.1	Produktion: Technische Begebenheiten	___ 206
4.1.2	Produkt: Visualisierung Ereignisse und Themen	___ 220
4.1.3	Produkt: Wiederholung	___ 238
4.1.4	Produktion und Produkt: Nachrichten vermitteln und Geschichten erzählen	___ 264
4.2	Andere fotografische Geschäftsbereiche des <i>Pressebüros</i>	___ 300
4.2.1	Bild-Konkretisierungen: <i>Public Relations</i> , <i>Werbefotografie</i> und <i>Reproduktionsfotografie</i>	___ 300
4.2.2	Visualisierung	___ 304
4.2.3	Wiederholung	___ 310
4.2.4	Geschichten	___ 313
4.3	Fazit Forschungsfeld <i>Produkt</i>	___ 316
5	INNOVATION, ANPASSUNG, DIVERSIFIZIERUNG:	
	(ÜBERLEBENS)STRATEGIEN IN DER LOKALBERICHTERSTATTUNG	___ 331
	Anmerkungen	___ 347
	ANHANG	___ 463
	Zuweisung einzelner <i>Ostschweiz</i> -Seiten zu den normierten Ressorts	___ 465
	Interviews	___ 466
	Interview mit Regina Kühne, 15. August 2018	___ 467
	Interview mit Anna Künzler, 16. August 2018	___ 477
	Interview mit Regina Kühne, 22. August 2018	___ 481
	Interview mit Erich Gross, 23. August 2018	___ 490
	Interview mit Regina Kühne, 24. August 2018	___ 491
	Interview mit Regina Kühne, 30. August 2018	___ 499
	Interview mit Guido Löpfe, 31. August 2018	___ 514
	Interview mit Guido Löpfe, 13. September 2018	___ 522
	Interview mit Regina Kühne, 9. November 2018	___ 523

Verzeichnisse	___ 529
Abbildungsverzeichnis	___ 529
Abbildungsnachweis	___ 534
Verzeichnis Diagramme	___ 535
Tabellenverzeichnis	___ 538
Bibliographie	___ 539
Quellen	___ 539
Literatur	___ 572