

# INHALTSVERZEICHNIS

|   |      |
|---|------|
| Dank  | — IX |
| 1 EINLEITUNG  |      |
| 2 FORSCHUNGSFELD UNTERNEHMEN: DAS PRESSEBÜRO                            | — 13 |
| 2.1 Geschäftsfelder   | — 13 |
| 2.1.1 <i>Pressefotografie</i>   | — 15 |
| 2.1.2 <i>Public Relations</i>   | — 18 |
| 2.1.3 <i>Werbung</i>  | — 19 |
| 2.1.4 <i>Reproduktionsfotografie</i>                                    | — 20 |
| 2.1.5 Nebengeschäftsfelder  | — 20 |
| 2.1.6 Vergleich und Beurteilung der unterschiedlichen Geschäftsfelder   | — 21 |
| 2.1.7 Ein breites Geschäftspotfolio 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:<br>Das Fotoarchiv Kühne Künzler                | — 90  |
| 2.4.6 | Sich wandelnde Produktionsprozesse, ansteigende<br>Gesamtproduktion              | — 100 |
| 2.5   | Fazit Forschungsfeld <i>Unternehmen</i>  | — 104 |
| 3     | <b>FORSCHUNGSFELD MARKT:</b><br>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,<br>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<br><i>Pressemappenproduktion</i> | — 184 |
| 3.3.5 | Unterschiedliche Entwicklung in den weiteren<br>Geschäftsbereichen               | — 186 |
| 3.4   | Vergleich der verschiedenen Geschäftsbereiche                                    | — 190 |
| 3.5   | Fazit Forschungsfeld <i>Markt</i>  | — 195 |

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 4     | FORSCHUNGSFELD PRODUKT:<br>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<br>Geschichten erzählen                                     | 264 |
| 4.2   | Andere fotografische Geschäftsbereiche des Pressebüros   | 300 |
| 4.2.1 | Bild-Konkretisierungen: <i>Public Relations</i> , <i>Werbefotografie</i><br>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:<br>(ÜBERLEBENS)STRATEGIEN IN DER LOKALBERICHTERSTATTUNG               | 331 |
|       | Anmerkungen  | 347 |
|       | ANHANG   | 463 |
|       | Zuweisung einzelner Ostschweiz-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 |

|                       |       |
|-----------------------|-------|
| <b>Verzeichnisse</b>  | — 529 |
| Abbildungsverzeichnis | — 529 |
| Abbildungsnachweis    | — 534 |
| Verzeichnis Diagramme | — 535 |
| Tabellenverzeichnis   | — 538 |
| <b>Bibliographie</b>  | — 539 |
| Quellen               | — 539 |
| Literatur             | — 572 |