**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2022

Pressefotografie in der Krise? : Das St.Galler Pressebüro Kühne Künzler 1960 bis 2012

Ryser Guggenheimer, Thomas

Abstract: Durch Änderungen in der Medienlandschaft, in den Vertriebskanälen oder auch in der Fototechnik schien die Pressefotografie in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts in eine Krise geraten zu sein. Die einmalige, da archivalisch stringente Überlieferungssituation des Pressebüros Kühne Künzler ermöglicht eine beispielhafte Untersuchung für den Umgang eines Pressebüros mit den Entwicklungen. Schriftquellen sowie Objekte erlauben eine gründliche Analyse der Forschungsfelder Unternehmen, Markt und Produkt. Zugleich erhellen sie Aspekte der Foto-, Technik- und Lokalgeschichte, der Betriebswirtschaftslehre sowie der Publizistik- und Medienwissenschaft.

DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110743401>

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-211181>

Monograph

Published Version

Originally published at:

Ryser Guggenheimer, Thomas (2022). Pressefotografie in der Krise? : Das St.Galler Pressebüro Kühne Künzler 1960 bis 2012. Berlin: De Gruyter.

DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110743401>

INHALTSVERZEICHNIS

Dank	___ IX
1	EINLEITUNG
2	FORSCHUNGSFELD <i>UNTERNEHMEN</i> : DAS <i>PRESSEBÜRO</i> ___ 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 Geschäftsportfolio als Erfolgskriterium ___ 29
2.2	Produzentinnen und Produzenten ___ 31
2.2.1	Der Beruf Pressefotografin/Pressefotograf ___ 32
2.2.2	Die Mitarbeitenden des <i>Pressebüros</i> ___ 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