

NIELS REUTER



Einführung in die

PRESSEFOTOGRAFIE

Zell 1 m 101 MAGN

KLAUS PARR
U.-v.-HUTTEN-STR. 11
7015 KORNTAL 1

Zenz Engel
Bildberichter
Stuttgart - N
Höizelweg 6, Telefon 298492

Zell

Leopold Engel
Lehrer
1844

NIELS REUTER

Einführung in die

PRESSEFOTOGRAFIE

Einführung in die
PRESSEFOTOGRAFIE

von Nils Reuter

Verlag von Julius Springer

STANBOWSKI

1870-1871

STANBOWSKI

NIELS REUTER

Einführung in die

PRESSEFOTOGRAFIE

Mit 81 Fotos und mehreren Zeichnungen



UMSCHAU VERLAG · FRANKFURT AM MAIN

Das Titelbild, von Hanns Hubmann aufgenommen, zeigt eine Szene aus der Reporterarbeit während der Bermudas-Konferenz: Die Stühle der Großen Drei.



Alle Rechte vorbehalten!

© 1956 by Umschau Verlag, Frankfurt am Main. Printed in Germany.

Entnahme von Bildern aus diesem Buch für Reproduktion, Vorträge o. ä. nur nach Genehmigung durch Verlag und Bildautoren gestattet.

Umschlagentwurf: Hans Breidenstein, Frankfurt am Main.

Herstellung: Brönners Druckerei (Inh. Breidenstein), Frankfurt am Main.

2005 8 008888

INHALTSVERZEICHNIS

Einführung	7
So fing es an	9
I. Die Voraussetzungen	
Zur Begabung: die Ausbildung	15
Was man braucht	29
Die Themen-Wahl	40
Informationsquellen	47
Die Kamera in Fesseln	52
II. Die Praxis des Pressebilds	
Am Anfang: die Idee	56
Der Spezialist	71
Die Bildserie	78
III. Nach der Aufnahme	
In der Dunkelkammer	93
Das Wort zum Bild	99
Überaus wichtig: der Bildverkauf	112
Der Weg zur Redaktion	127
Der schnellste Weg: Bildtelegraphie	129
Das Bildarchiv des Reporters	132
Der Pressefotograf und das Urheberrecht	139
Wie wird gedruckt?	152
Und nun: die Farbe!	158
Das farbige Bild in der Presse	161

IV. Vom Umgang mit Behörden	
Der Bildreporter und das Finanzamt	166
Versicherung?	177
Der Weg ins Ausland	178
V. Zum Schluß	180
VI. Anschriftenverzeichnis der illustrierten Presse	183
VII. Verzeichnis der eingestreuten selbständigen Bildkapitel:	
Aus der Geschichte der Bildreportage	17
Reporter bei der Arbeit	33
„Aktuelle“ Fotografie	61
Die Wirkungsmittel der Bildreportage	85
„Human interest“ und Übertreibungen	101
Das Bild des „Prominenten“	121
Schmuck- und Archivbilder	141
Spezialgebiete in der Pressefotografie	169

EINFÜHRUNG von Bernd Lohse

Genau noch entsinne ich mich des bangen Herzklopfens, mit dem ich, ein vom Fotofieber seit längerem infiziertes Studentlein, eines Tages im Jahre 1931 den Expeditionsraum der damals rührigsten Bildagentur Berlins („Wide World Photos“ der New York Times) betrat.

Ich hatte mich selbst schon im Versenden von Fotos an Zeitungen, Zeitschriften und Kalendarverleger geübt, hatte auch bereits ansehnliche Geldpreise bei Wettbewerben eingeheimst und war schon in der Lage, meine Studiengelder aus Fotohonoraren zu bestreiten. Bei alledem aber beherrschte mich immer ein geheimes Unsicherheitsgefühl. Mein Gott, wenn man doch alle Adressen hätte, die für einen Bildversand in Frage kommen, wenn man doch genau wüßte, welche Art der Bildaufmachung, welche magischen Formeln im Briefverkehr notwendig sind, damit der Bildredakteur die Fotos sogleich als Produkte jener Geheimgesellschaft bevorzuge, die, der Außenwelt nur unter dem verschwommenen Stichwort „Die Prominenz“ bekannt, das Vorrecht hatte, ihre Produkte immer und überall an hervorgehobener Stelle publiziert zu sehen. So erschien mir die Situation damals

Der Manager des Bilderdienstes hatte mich, als ich ihn mit der List des Betriebsspions danach fragte, unbefangen ins Allerheiligste geführt. Er schaute mich belustigt an und sagte: „Ich sehe es Ihnen an — Sie würden am liebsten all die Adressen abschreiben, die auf unseren Versandkuverts stehen . . .“ (Die großen Umschläge füllten, adressiert und versandfertig, Riesenregale, und es war mir, als würfe ich ein Vermögen weg, weil ich nicht wagte, unbefangen die Zeitungs-Namen zu studieren, und weil ich mir darüber hinaus des Unvermögens bewußt war, mir Hunderte von Adressen in Minuten einzuprägen . . .) „Schauen Sie ruhig genau hin! Na, was lesen Sie? Geraer Nachrichten! Da haben Sie auch schon mal umsonst was hingeschickt? Mein Lieber, so brauchen Sie's nicht weiter zu versuchen. Bei unserem aktuellen Geschäft macht's die Masse, und dafür haben wir die bessere Organisation. Und außerdem unsere Verträge . . . Nee, — Köppchen, Köppchen, das ist das einzige, was zählt, wenn Sie in dem Geschäft weitermachen wollen. Ich hab sie Ihnen gern abgekauft, Ihre Bilder von den Studentenunruhen heute. Die haben wir so lebendig von unseren angestellten Fotografen nicht gekriegt. Damit kommen Sie überall an — denn bei den großen Blättern, da soll immer was anderes sein. Da warten sie ja direkt auf neue Leute! Da müssen Sie vor allen anderen ahnen, was nächste Woche vielleicht ziehen könnte! Das ist mehr wert als Adressen. Und Geheimitips gibt's gleich gar nicht. Merken Sie sich's: saubere Arbeit liefern, die immer zuverlässig zum Termin — und vor allem: Köppchen!!“

Sind sie dann also überflüssig, alle die Ratschläge, die einer der Berufensten in den nachfolgenden Kapiteln zusammengetragen hat? Nun — die Notwendigkeit eines solchen Buches liegt gerade in den Worten des Praktikers der „New York Times“ begründet. Niels Reuter, der seit Jahren als Redakteur des größten deutschen Pressebilderdienstes mitten in der Praxis steht, läßt gleich zu Beginn dieses Buches im Kapitel „Grundsätzliches“ keinen Zweifel daran, daß alles Lernen und Mühen nur Sinn hat, wenn als erste, von der Natur verliehene

Voraussetzung das vorhanden ist, was der „alte Hase“ mit „Köppchen“ bezeichnete — also jenes Fingerspitzengefühl für Publikumsinteresse und Aktualität, jene positive Neugier, jene Teilnahme am Leben unserer Zeit, jener Drang zur Mitteilung — wie sie für die oft zitierte, selten definierte „journalistische Begabung“ kennzeichnend sind.

Dazu aber nun die „saubere Arbeit“! Das ist ein Begriff, der sich bestimmen läßt, für den sich feste Regeln herausgebildet haben, welche jeder kennen muß, der an diesem meist mühseligen, oft erregenden, kaum je aber monotonen Beruf teilhaben will. Diese „Spielregeln“ nun erläutert Niels Reuter. Er eröffnet Blicke hinter die Kulissen. Nicht nur, um dem „normalen“ Fotoreporter, der — wie die meisten wohl — als Autodidakt angefangen hat, jenen Überblick über die Gesamtzusammenhänge seines Berufes zu geben, der sich in der oft einseitigen Alltags-Routine nicht unbedingt ergibt — sondern auch, um endlich einmal dem außenstehenden Interessierten einen Einblick in Wesen und Mechanismus eines faszinierenden, eines ganz und gar „heutigen“ Berufes zu ermöglichen — und nicht zuletzt, um jungen Menschen, welche sich von einer solchen Betätigung angelockt sehen, Maßstäbe an die Hand zu geben, mit denen sie die Möglichkeiten zur Verwirklichung ihrer Träume nüchtern abmessen können.

Daß dabei mehr als ein Quentchen Irrationales, nicht in Zahlen oder festen Regeln Auszudrückendes bleibt, abhängig in erster Linie von Temperament und Charakter des Fragestellers, das kann nur den verwundern, der lediglich in Begriffen wie etwa „Tarifordnung“, „Dienstalter“, „Abschlußprüfung“ zu denken versteht. Denn es handelt sich hier, Niels Reuter weist deutlich genug darauf hin, sehr wesentlich auch um Persönlichkeitswerte, die ins Spiel gebracht werden müssen — in ein Spiel, das oft an Vabanque grenzt. Insbesondere, soweit jene Berufsbereiche als lockendes Ziel vor Augen stehen, die man gemeinhin als die oberste Spitze der Berufspyramide betrachtet: die Reportage großen Stils, gewonnen im Kreis der Großen und der Mächtigen dieser Erde oder auf Entdeckungsfahrten zu fernen Gestaden. Das sind, man muß das erwähnen, jene Bezirke fotografischer Tätigkeit, die sich nicht als Ziel vorbestimmen lassen. Denn wie man ein Cartier-Bresson, ein Hanns Hubmann, ein Wolfgang Weber, ein Hilmar Pabel wird, das kann man nicht aus Büchern lernen.

Jedoch: wo und wie man die Pfade findet, die auf die Gipfel hinführen können, wenn man genügend Kraft, Atem und Zielbewußtheit sein eigen nennt — welche Irrwege man bei der Annäherung vermeiden, welchen Schluchten man ausweichen soll — wie und womit man sich auszurüsten hat vor allem —, das alles muß man zunächst einmal wissen. Niels Reuter sagt es Ihnen.

So fing es an . . .

Der Beruf des Pressefotografen ist noch jung. Er entstand, als es vor wenigen Jahrzehnten möglich wurde, Zeitungen und Zeitschriften mit Abdrucken von Fotografien zu illustrieren.

Aber schon seit Jahrhunderten hat es Menschen gegeben, die sich mit der Anfertigung und Verbreitung bildlicher Nachrichten beschäftigten. Genau genommen beginnt die Geschichte des Bildes als Nachrichtenmittel sogar fast gleichzeitig mit der Geschichte der Menschheit.

Die ersten bildlichen Darstellungen, die wir kennen, stammen aus vorgeschichtlicher Zeit. Kaum wurden sich die Menschen der Vorzeit ihres Menschseins bewußt, kaum begannen sie ihre Umwelt mit Vernunft zu betrachten und eine über das bloße Vegetieren hinausgehende Existenz zu führen, da entstanden auch schon die ersten bildlichen Darstellungen als Ritzzeichnungen in Felswänden.

Fast ausnahmslos beschäftigten sich diese immer wieder faszinierend eindrucksvollen Abbildungen, die in entlegenen Grotten und Höhlen bis zum heutigen Tage erhalten blieben, mit der Jagd, mit Jägern und Gejagten. Die Ur-Menschen waren Jäger — ihre ganze Existenz hing von der Jagd ab. Es ist also verständlich, daß sich unsere Vorfahren vor den Bildern erfolgreicher Jagdunternehmen neuen Mut holten und das Jagdglück zu bannen suchten. Zweifellos besaßen die Ritzzeichnungen einen kultisch-religiösen Charakter. Das ändert nichts an der Tatsache, daß die ersten „Bildberichte“, die uns bekannt sind, aus der Anfangszeit der Geschichte der Menschen stammen.

Die Menschheit ist im Laufe der Jahrtausende dem Bild treu geblieben. Die Vorliebe zur Abbildung erhielt sich, wenn auch die Mittel der Darstellung geändert, verfeinert und dem kulturellen Werdegang des Menschen angepaßt wurden. Im alten China soll der Satz entstanden sein vom Bild, das mehr als tausend Worte sagt. Tatsächlich ist die bildliche Darstellung die einfachste und erschöpfendste, die wir uns denken können. Ein Bild wird über das Auge vom Gehirn aufgenommen, ohne daß abstrakte Denkarbeit zu leisten wäre.

Aus den zeichnerischen Elementen der ersten Höhlenmalereien entstanden die Bilderschriften, die der Buchstabenschrift vorausgingen. Das Beispiel der alten Ägypter zeigt, wie lange selbst ein hochentwickeltes Geistesvolk mit der Bilderschrift auskam.



„Bildbericht“ im Dienste der Magie. — Vorzeitliche Höhlenmalerei in einer Höhle bei Valltorta, Castellon (Spanien).



Frühe „Bildberichte“ — und wie sie vertrieben wurden. Oben: Albrecht Dürer ist der Urheber eines „halb-aktuellen“ Bildes (wie man heute sagen würde) über eine Schweinmißgeburt die bei Nürnberg zur Welt kam. Rechte Seite: Ein Händler mit illustrierten Flugblättern (17. Jahrhundert; zeitgenössischer Kupferstich).

In diesem Rahmen können wir nicht alle Entwicklungsstufen der bildlichen Darstellung verfolgen. Wir machen deshalb einen Sprung in die Zeit, in der ein Grundstein für die Bildnachrichtengebung, wie wir sie heute kennen, gelegt wurde.

Bis in das 15. und 16. Jahrhundert hinein kam es zu einer ausgedehnten Verbreitung bildlicher Mitteilungen nicht oder nur selten. Als das Mittelalter überwunden wurde, brach in Europa eine Zeit der Unruhe an. Die Hussiten-Kriege entbrannten, die Türken drangen in Südost-Europa vor, neue Erdteile wurden entdeckt, die Reformation breitete sich aus. Wie immer in Zeiten der Ablösung des Alten durch das Neue stieg das Interesse



des Volkes an Ereignissen mit überlokaler Bedeutung. Damals entstand die „Newe Zeytung“, der in großen Auflagen hergestellte Einblattdruck, für dessen Verbreitung fahrende Händler sorgten. Da die wenigsten Menschen jener Zeit lesen und schreiben konnten, erfolgte die Darstellung der Neuigkeiten mit bildlichen Mitteln. Hinzu kam allerdings — vor allem nach Gutenbergs Erfindung beweglicher Drucklettern — eine umständliche Erzählung, die von einem Lesekundigen vorgetragen wurde. Zum ersten Mal wurde ausführlicher und regelmäßiger als bisher über weltliche Probleme berichtet. Sonst schrieb man damals fast nur über religiöse Themen. Bedeutende Künstler nahmen sich der Ge-

staltung dieser Flugblätter an. Albrecht Dürer, sein Lehrer Wolgemut, Lucas Cranach d. Ä. und andere stellten ihre Kunst in den Dienst dieser Bildnachrichtengebung. Gewöhnlich waren es Holzschnitte, mit denen die Flugblätter illustriert wurden. Die „Neuen Zeitungen“ beschränkten sich nicht nur auf Berichte über Kriege, Entdeckungen, berühmte Persönlichkeiten und die Ausdehnung von Handel und Verkehr. Man schilderte auch Kriegsgreuel, Morde, Fabelwesen und Mißgeburten. Es gab also bereits eine „Sensationspresse“.

Der alte Gedanke der „Neuen Zeitung“ wurde gegen Ende des 18. Jahrhunderts von dem Verleger und Drucker Gustav Kühn in Neuruppin aufgenommen. Er gab bunte Bilderbogen heraus, die entweder der Unterhaltung dienten oder sich mit den militärisch-politischen Ereignissen der turbulenten Zeit nach 1848 beschäftigten. Beachtlich war Kühns Aktualität, die er nicht nur durch schnelle Arbeit allein erreichte. Er besaß zweifellos journalistisches Fingerspitzengefühl und ahnte, welche Themen das Publikum in der nächsten Zeit besonders interessieren würden.

Am 7. Januar 1839 erläuterte der Physiker Arago in der Akademie der Wissenschaften in Paris die neue Erfindung der „Daguerreotypie“. Damit war die offizielle Geburtsstunde der Fotografie gekommen, die der Franzose Louis Jacques Mandé Daguerre (1789—1851) erfunden hatte. Von Beginn an beobachteten die Pressezeichner, die damals die spärliche Illustration der Zeitungen und Zeitschriften besorgten, die neue Technik der bildlichen Darstellung mit Argwohn. Einer von ihnen, ein Wiener, fragte bereits kurz nach jener denkwürdigen Erklärung Aragos: „Werden wir Pressezeichner jetzt nicht verhungern müssen?“ Offenbar hatte er aber bereits die neuen Möglichkeiten, die die Daguerreotypie bot, erkannt. Er fuhr nämlich fort: „Die Daguerreotypie wird uns Künstler nicht brotlos machen. Wir vermögen vielmehr aus dieser neuen Technik großen Gewinn zu ziehen, kann man doch mit ihrer Hilfe ein Ereignis in kurzer Zeit aufnehmen, damit wir das Geschehnis dann zu Hause im größeren Maßstab nachzeichnen und ausmalen können.“ Die Fotos — oder Daguerreotypien — konnten nämlich in Ermangelung eines geeigneten Verfahrens noch nicht gedruckt werden.

Die ersten Pressefotos, die auf Metall, Glas und Papier entstanden, dienten lediglich als Zeichenvorlagen. Sie wurden auf dem Umweg über Holzschnitte oder Stahlstiche auf das Papier der Zeitschriften übertragen. Dabei brachten die Künstler natürlich häufig Änderungen an. Sie waren ohnehin gezwungen, Personen, Fahrzeuge und Tiere in ihre Nachbildungen zu schmuggeln, da die langen Belichtungszeiten, die für die Fotografie notwendig waren, die Darstellung bewegter Objekte nicht gestatteten. Daguerre brauchte zum Beispiel für eine Aufnahme 45 Minuten Belichtungszeit. Ein Jahr später verkürzten lichtstärkere Objektive und empfindlichere Emulsionen die Belichtungszeit auf zehn Minuten. 1842 gelangen Nahaufnahmen in praller Mittagssonne in der sensationellen Zeit von 2—3 Sekunden. Von „Augenblicksaufnahmen“ (Momentaufnahmen — würden wir sagen) sprach man erst 1881.

Im gleichen Jahr stellte Georg Meisenbach die erste „Autotypie“ her. Ein Verfahren für die drucktechnische Wiedergabe von Fotografien war damit gefunden, dessen allgemeine Einführung aber noch eine Reihe von Jahren auf sich warten ließ. Noch um die Jahrhundertwende gab es Tageszeitungen, die mit Holzschnitten oder Stahlstichen illustriert waren, die man nach Fotografien anfertigte. Auch die ersten Nummern der 1892

begründeten „Berliner Illustrierten Zeitung“ wurden nach diesem Verfahren bebildert. Ganz allmählich aber setzte sich der Illustrationsdruck mit Hilfe der Autotypie durch. Die Fotografie verdrängte langsam, aber stetig die Graphik aus dem Feld der Bildberichterstattung. Allerdings sieht man den Pressefotos jener Tage förmlich an, daß sie vom klobigen Holzstativ aus mit unhandlichen Kameras gemacht wurden. Die Aufnahmen wirken auf uns genau so langweilig und schwerfällig wie die ganze damalige Fototechnik. Die eigenschöpferischen Mittel der Fotografie blieben noch unentdeckt: man ahmte die Atelier-Malerei nach und ließ die darzustellenden Personen gewisse, immer wiederkehrende „spontane“ Posen einnehmen. Beim Abdruck wurden die Fotos — ebenfalls in Nachahmung der Malerei — oftmals mit sorgfältig ausgeführten und verzierten Rahmen versehen. Trotz dieser Mängel nahm das Publikum die abgedruckten „fotografischen Momentaufnahmen“ mit großem Beifall auf. Sie wurden als Dokumente anerkannt, und sie vermittelten das Gefühl, man sei „dabeigewesen“.

Die Wandlung der „Presse-Illustrations-Fotografie“ zum modernen Bildjournalismus vollzog sich erst nach dem Ersten Weltkrieg. Nachdem die Fotografie keine Geheimwissenschaft ausschließlich für Atelier-Fotografen mehr war, deren Schwerfälligkeit einer Weiterentwicklung im Wege gestanden hatte, begannen sich Außenstehende mit der Fotografie zu beschäftigen. Amateure zogen in die Natur hinaus und experimentierten unbefangen mit ihren Kameras. Allmählich lösten sie die Fotografie vom Vorbild der Malerei; die Fotos wurden lebendiger, natürlicher. Namentlich in Deutschland nahm die Amateur-Fotografie mehr und mehr an Umfang und Bedeutung zu. Ihre Erfolge förderten die Weiterentwicklung der Presse-Fotografie. Aus Amerika kam die Rollfilm-Tageslichtpackung nach Europa, die 1894 von Turner erfunden und von Eastman (Kodak) populär gemacht wurde. Damit war das Ende der schwerfälligen Platten-Kameras in Sicht gekommen.

Von entscheidender Bedeutung für den Beginn des modernen Bildjournalismus war das Jahr 1925. Die Kleinbildkamera Ermanox erschien auf dem Markt, und Leitz in Wetzlar fabrizierte die von Barnack konstruierte Leica. Die Ermanox, die noch für Platten gebaut war, zeichnete sich durch die damals unerhörte Lichtstärke ihres Objektivs aus: sie betrug 1:1,9! In der Handhabung jedoch war ihr die Leica, die 36 Aufnahmen auf Kinofilm gestattete, überlegen. Mit diesem kleinen, unauffälligen Apparat war es dem Presse-Fotografen zum ersten Mal möglich, ganze Bild-Serien von Vorgängen aufzunehmen, die in kurzer Zeit abrollten. Nahezu unbeobachtet konnte der Bildreporter seinem Handwerk nachgehen. Blitzschnell entstand ein Foto, noch ehe sich das „Opfer“ in Pose setzen konnte. Unbehindert durch eine klobige Kamera und ein Stativ-Gerüst blieb der Presse-Fotograf mit der kleinen Leica den Ereignissen auf den Fersen. Der Typ des fixen Bildreporters entstand. Das lebensvolle Pressebild mit seiner blickfangenden, unterhaltenden und belehrenden Kraft wurde möglich.

Gegen Ende der zwanziger Jahre brachte die Foto-Industrie weitere Neuerungen heraus, die den Presse-Fotografen mehr und mehr von den Fesseln technischer Schwierigkeiten befreiten. Lichtstärkere Objektive wurden Allgemeingut, empfindlichere Film-Emulsionen wurden hergestellt, und „Vacu-Blitze“ erschienen auf dem Markt. 1929 stellten Franke & Heidecke die erste populäre „zweiäugige“ Spiegelreflex-Kamera, die Rolleiflex, her.

Es ist eine Tatsache, daß Deutschland das Land war, in dem man die journalistischen Möglichkeiten zuerst erkannte, die die technisch mehr und mehr vervollkommnete Foto-

grafie in sich barg. Das Pressebild — bisher gewöhnlich nur Illustration zu einem Bericht — eroberte sich einen unabhängigen Platz: neben die Wortberichterstattung trat die selbständige Berichterstattung mit fotografischen Mitteln. Das Ausland folgte nur zögernd.

Einer der Begründer des Bildjournalismus im heutigen Sinne war Dr. Erich Salomon, ein einstiger Foto-Amateur, der es sich als erster zur Aufgabe machte, mit der Kamera Persönlichkeits-Studien prominenter Personen festzuhalten. Sein Verdienst war es hauptsächlich, daß die Presse-Fotografie in der internationalen Diplomatie „gesellschaftsfähig“ wurde. Er begleitete die Politiker der Nachkriegsjahre auf die großen Konferenzen und berichtete mit seiner Kamera über das bewegte politische Leben jener Zeit. In den gleichen Jahren entstand in Deutschland die „Illustrierte“ im modernen Sinne des Wortes. Chefredakteur Kurt Korff und Verlagsdirektor Safranski veröffentlichten in der „Berliner Illustrierten“ Bildserien als zusammenhängende und fortlaufende Bildreportagen. Sie erzogen die Presse-Fotografen dazu, eine Folge von Fotos auf einer Idee aufzubauen. Der deutsche Bildjournalismus sorgte dafür, daß die Presse-Fotografie einen eigenen Stil entwickelte, daß die Bildreporter nicht wie bisher lediglich mit fotografischen Mitteln vordergründige Tatbestände registrierten, sondern Fotos schufen, die eine eigene Aussage und eine neue journalistische Form darstellten.

Um die Mitte der dreißiger Jahre verlor Deutschland auch auf dem Gebiet des Presse-Bildwesens seine führende Stellung. Das Ausland holte auf, und 1936 erschien in den USA die Zeitschrift LIFE, die heute noch als die tonangebende internationale Illustrierte gilt. An dieses Vorbild suchten sich nach 1945 auch die illustrierten Zeitschriften in der Bundesrepublik anzulehnen. Im Mittelpunkt der ungeschminkten Bildberichterstattung soll eine Idee stehen, die dem Pressefoto die überzeugende Kraft einer schöpferischen Aussage verleiht.

So ist in verhältnismäßig kurzer Zeit ein neuer Beruf, der Beruf der Presse-Fotografen, entstanden. Die Umwelt nahm ihn zur Kenntnis und in ihren Alltag auf. Heute ist seine Existenz selbstverständlich, er gehört zu unserem Zeitalter. Ein neuer Beruf hat sich entwickelt, der seine speziellen Arbeitsmethoden fand. Er stellt bestimmte Voraussetzungen an die Menschen, die ihn ausüben — oder ausüben wollen.

Zur Begabung: die Ausbildung

Ein Pressefotograf ist nicht einfach ein Berufsfotograf, der für Zeitungen Bilder aufnimmt — wie etwa ein Porträtlichtbildner für seine Atelierkunden arbeitet. Obgleich die Beherrschung der Fotografie als Voraussetzung erfüllt sein muß, ist der Bildreporter in erster Linie Journalist. Er übernimmt die gleichen Aufgaben der Unterrichtung, Bildung und Unterhaltung seiner Mitmenschen, wie sie seinem schreibenden Kollegen gestellt sind, auch wenn er statt des Wortes das Bild als Ausdrucksmittel gewählt hat.

Zum Beruf des Journalisten aber muß man eine natürliche Begabung besitzen: den Drang zur Mitteilung — und die Fähigkeit dazu. Diese Begabung ist wie etwa auch die Veranlagung zur Ausübung eines künstlerischen Berufes Bestandteil der Persönlichkeit. Sie ist nicht erlernbar, sondern entweder vorhanden . . . oder auch nicht. *Erlernbar hingegen ist die journalistische Arbeitstechnik*, die es ermöglicht, die spezielle Veranlagung richtig anzuwenden.

Was aber ist journalistische Begabung? Sie liegt vor allem in der Fähigkeit, das für die Öffentlichkeit Wichtige und Interessante aufzuspüren und so darüber zu berichten, daß allgemeine Aufmerksamkeit geweckt wird. Dazu gehören der Sinn für das Kommende, für das, was morgen wichtig sein wird, und die Fähigkeit, durch Erfassung der großen Zusammenhänge die tatsächliche Bedeutung zunächst vielleicht noch unwesentlich erscheinender Vorgänge zu ermessen. Der Journalist muß von dem Wunsch erfüllt sein, der Allgemeinheit zu dienen, für sie zu arbeiten, ihre Interessen zu studieren, ihre Sorgen auszusprechen. Egoisten, die sich selbst als den Mittelpunkt der Dinge sehen, eignen sich nicht für diesen Beruf. Es wäre ihnen unmöglich, sich in das Denken, die Interessen und Nöte derer einzufühlen, über die und für die sie berichten sollen. Damit versteht es sich von selbst, daß niemand ein guter Journalist werden kann, der sich vom Geltungstrieb leiten läßt, der etwa auch Veranstaltungen „umsonst“ besuchen und als Presseemann „angeben“ will.

Ein Journalist muß sich für eine Sache begeistern können. *Er darf die Fähigkeit des Staunens nicht verloren haben*, wenn seine Berichte nicht saft- und kraftlos werden sollen. Dabei muß er zugleich in der Lage sein, die Dinge objektiv zu betrachten, Richtiges vom Falschen zu scheiden und Unglaubwürdiges kritisch auf den Wahrheitsgehalt zu prüfen.

Ein Journalist muß sich stets der ungeheuren Verantwortung bewußt sein, die in der Möglichkeit liegt, zur Öffentlichkeit zu sprechen. Charakterfestigkeit, Unbestechlichkeit und unbedingte Wahrheitsliebe sind erforderlich. Ein Journalist muß auch dann die Wahrheit sagen und seinen Sinn für Gerechtigkeit öffentlich unter Beweis stellen können, wenn dies eine Gefährdung seiner selbst bedeutet. Er soll begangene Irrtümer eingestehen und sein Tun und Handeln selbstkritisch beurteilen können. Ein Journalist muß ausdauernd sein, fleißig und von dem Gedanken erfüllt, stets und ständig das Beste leisten zu wollen. Was er tut, muß er gründlich und vollständig tun.

Ein schneller Verstand, ein gutes Gedächtnis und eine fundierte Allgemeinbildung werden von jedem Journalisten gefordert. Wer das Publikum unterrichten will, soll mehr als der Durchschnittsbürger wissen. Durch die Arbeit seiner Journalisten werden Bildungsgrad, Geschmack und Urteilsvermögen eines Volkes entscheidend beeinflusst. Die Zeitungen können zur Hebung des allgemeinen Niveaus beitragen, sie sollten zu den Hütern der Kultur und den Förderern der Zivilisation gehören.

Ein Journalist muß unermüdlich bestrebt sein, seine Kenntnisse auf allen Gebieten des Lebens zu erweitern. Er soll Lebenserfahrung und Menschenkenntnis besitzen. Jeder Journalist muß mit einfachen wie prominenten, mit ungebildeten oder intelligenten Menschen ungezwungen und natürlich sprechen können. Er muß sie interviewen und zu Aussagen veranlassen können. Der Bildreporter ist zusätzlich oftmals auf aktive Mitwirkung von Menschen aller Schichten angewiesen: durch Takt, Überredungskunst und höfliche Hartnäckigkeit muß er sie so vor seine Kamera bringen können, wie ihm dies wünschenswert erscheint.

Ruhe, Geistesgegenwart und Unerschrockenheit gehören zu den wichtigsten Eigenschaften eines Journalisten. Nervosität trübt den Blick und verhindert systematisches, schnelles Arbeiten. Der Journalist darf nicht durch körperliche Gebrechen oder eine schwache Konstitution in seiner Beweglichkeit und Arbeitsfähigkeit gehemmt sein.

Wie der Journalist, der mit Bleistift und Schreibmaschine arbeitet, das geschriebene Wort als Ausdrucksmittel in orthographischer, grammatikalischer und stilistischer Hinsicht beherrschen muß, hat auch der Bildjournalist einige spezielle Forderungen zu erfüllen.

Perfekte fotografische Kenntnisse sind für den Pressefotografen unerläßlich. Diese Kenntnisse müssen ihm in Fleisch und Blut übergegangen sein. Ein geübter Autofahrer schaltet im Unterbewußtsein die Gänge und hat damit Kopf und Blick für den Straßenverkehr frei. Ebenso souverän muß der Pressefotograf seine Kamera handhaben können, damit er bei seiner Arbeit Zeit und Gedanken nicht mit rein technischen Überlegungen verschwenden muß. Er soll die Anwendung fotografischer Wirkungsmittel (Bildkomposition, Beleuchtung, Perspektive usw.) beherrschen.

Wie Begeisterung für die schriftstellerische Aufgabe und Drang zum Schreiben den „Mann der Feder“ erfüllen, ist eine besondere innere Einstellung zur Fotografie zunächst einmal der „Motor“ des Bildreporters. Er muß die Fotografie als schöpferischen, erregenden Vorgang erkannt haben, den er in Erfüllung seiner journalistischen Aufgabe auslöst und lenkt. Für ihn muß die Fotografie ein Mittel sein, Neues und Wichtiges dem Publikum in anschaulichster Weise bekanntzumachen, um zu informieren und zu unterhalten. Wer die Bildberichterstattung nicht von dieser Seite sehen kann, sinkt unweigerlich auf das Niveau eines fotografischen Registrierbeamten herab.

Für den noch jungen Beruf des Bildjournalisten gibt es keinen vorgeschriebenen Ausbildungsgang im handwerklichen, gewerblichen oder akademischen Sinne, der auf einem vorgezeichneten Weg verläuft. Infolgedessen wird auch keine durch Zeugnisse (Mittlere Reife, Abitur usw.) belegbare Vorbildung gefordert. Es gibt keine Institution, die über die Eignung für den Beruf als Bildreporter entscheidet. Ein Urteil über die Befähigung spricht lediglich die Praxis, in der es sich dann zeigt, ob durch Abschluß eines Angestelltenvertrages mit einem Verlag oder einer Pressebildagentur oder durch den freiberuflich aus-



Aus der Historie der fotografischen Bildreportage. Oben: 1848. Die österreichische Festung Verona zur Zeit, als Italien sich gegen Habsburg erhob. Unten: 1855. Englische Kavalleristen mit einem französischen Soldaten in den Gräben von Sewastopol (Krimkrieg). Schon damals: geschickt gestellte Pose!





Links: 1865. Den ersten Skandal, der durch ein Foto verursacht wurde, löste wohl dieses Bild aus, das Bismarck zusammen mit der Sängerin Pauline Lucca zeigt. Bismarck versuchte die Veröffentlichung des für heutige Begriffe harmlosen Bildes zu verhindern, das von seinen Gegnern erbarmungslos „ausgeschlachtet“ wurde.

Unten: 1870. Kleister und Schere mußten die ersten „Bildreporter“ ebenso wie ihre Kameras handhaben können, wenn Bilder bewegter Objekte entstehen sollten. Das Foto von der Flucht der französischen Kaiserin Eugenie aus Paris dürfte dieser Klebtechnik zu verdanken sein.

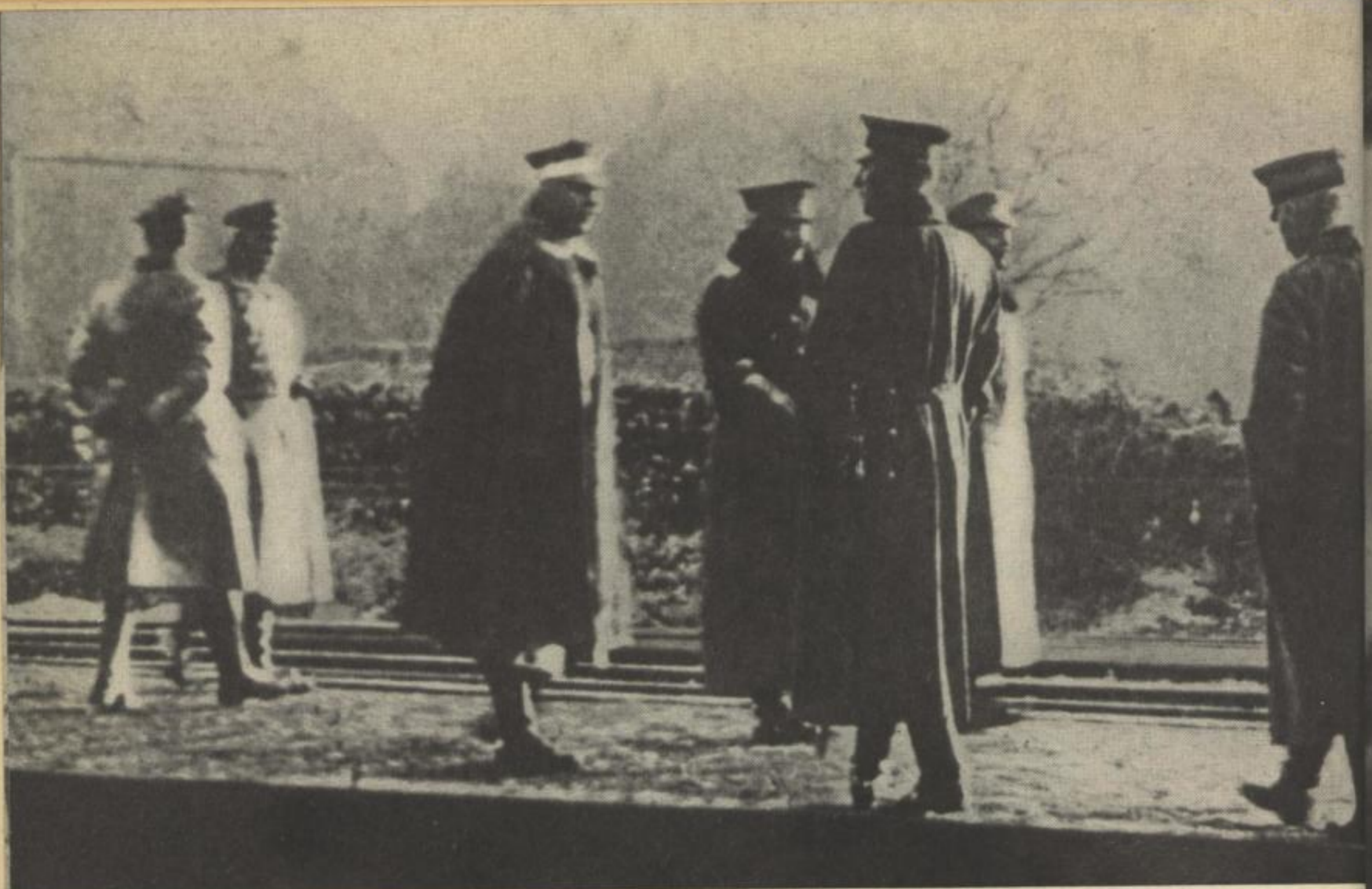




NADAR, inventeur de la Photographie aérostatique.

1886. Das erste Foto-Interview und die erste „Bild-Serie“ der Geschichte schuf Nadar, einer der berühmtesten Fotografen seiner Zeit (in der obestehenden Karikatur von Daumier verewigt). Er besuchte 1886 mit seiner Kamera den Chemiker Chevreul (links) und brachte es fertig, sich selbst im Gespräch mit dem Hundertjährigen zu fotografieren.

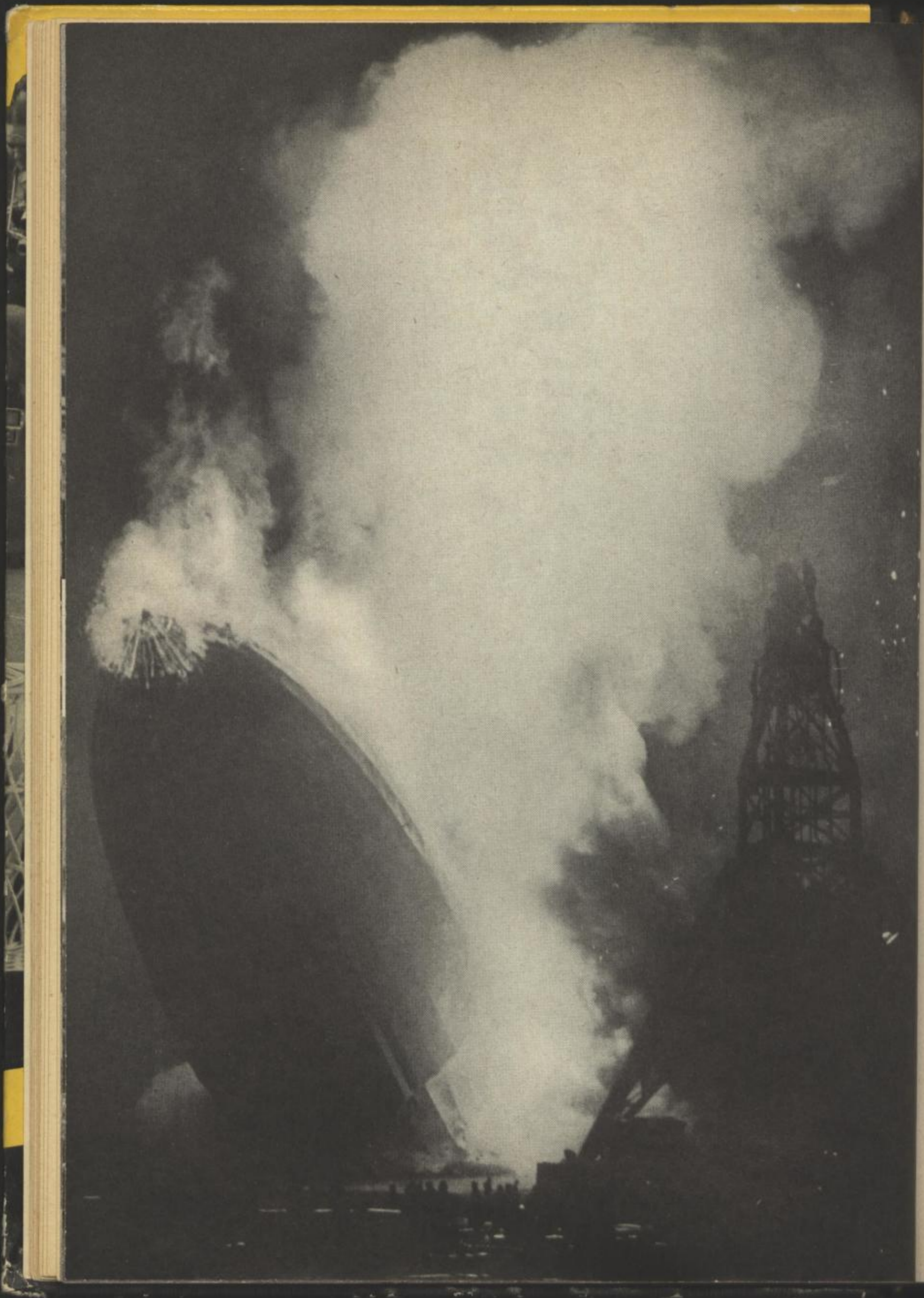




Folgeerscheinungen des Ersten Weltkriegs in Fotos, die heute längst Historie darstellen. Oben: Kaiser Wilhelm II. (vierter von links) verläßt deutschen Boden. Unten: Regierungstruppen auf dem Brandenburger Tor in Berlin (1918). Rechte Seite: Düsseldorf 1923. Ein Schupo wird von Separatisten ermordet — inmitten zuschauender französischer Besatzungstruppen.









Oben: Die erregenden, lebensecht die Atmosphäre des Kampfes schildernden Fotos, wie sie die „Kriegsbericht“ beider Seiten im zweiten Weltkrieg festhielten, sind heute bereits geschichtliche Dokumente. (Aus Hilmar Pabels Buch: „Die besten Jahre unseres Lebens“.) Linke Seite: Am 6. Mai 1937 explodierte das Luftschiff „Hindenburg“ in Lakehurst (USA). Die anwesenden Pressefotografen hielten zahlreiche Bilder fest, die zu den erregendsten Zeugnissen in einer neuen optischen Weltchronik gehören.



Eines der berühmtesten "news photos" der letzten Jahrzehnte: Flaggenhissung durch amerikanische Soldaten nach der Eroberung der Insel Iwo Jima. Der Fotograf Joe Rosenthal „stellte“ diese Szene unmittelbar nach der tatsächlichen Flaggenhissung. Seitdem wurde das Foto in Denkmälern, durch Briefmarken usw. nachgebildet und in den Rang eines nationalen Symbols der Vereinigten Staaten von Amerika erhoben.

geübten Verkauf von Bildern an Verlage, Redaktionen usw. eine Existenzgrundlage geschaffen werden kann.

Über die Vorbedingungen, die an die charakterlichen, geistigen und körperlichen Fähigkeiten des angehenden Bildjournalisten gestellt werden, wurde bereits gesprochen. Die Bedeutung des (erlernbaren) fachlichen Könnens ist ebenfalls erwähnt worden. Verschiedene Wege zu seiner Erlangung sind möglich.

Die notwendigen fotografischen Kenntnisse, welche die Praxis und die Theorie von der Aufnahmetechnik bis zur Dunkelkammerarbeit umfassen, können autodidaktisch (also etwa durch Betätigung als Fotoamateur), durch den Besuch einer Foto-Schule oder durch Absolvierung einer Lehre in einem fotografischen Betrieb erworben werden. Weitere Ausbildungsmöglichkeiten sind durch den Besuch mehrerer Institute gegeben, die sich mit der Heranbildung des Fotografen-Nachwuchses beschäftigen und die Pressefotografie in ihrem Lehrprogramm berücksichtigen.

In München besteht als Berufsfachschule die „Bayerische Staatslehranstalt für Photographie“, die der Ausbildung in allen Zweigen des Fotografen-Berufs dient. In einer Unterstufe (Ausbildungszeit: zwei Jahre) wird eine gehobene praktische und theoretische Grundausbildung in allen Zweigen der Berufsfotografie einschließlich der Pressefotografie vermittelt, die mit der Gesellenprüfung abschließt. Der Besuch der Unterstufe ist für jeden möglich, der das 18. Lebensjahr vollendet und mindestens sechs Klassen einer höheren Schule besucht hat oder eine abgeschlossene Mittelschulbildung besitzt (Ausnahmen sind möglich). Der Besuch der Oberstufe der Anstalt (Dauer: ein Jahr) bereitet auf die fotografische Meisterprüfung vor. Die Halbjahresgebühr für den Besuch der Anstalt beträgt DM 200,—. Im gleichen Zeitraum erwächst den Schülern außerdem ein Aufwand für Materialverbrauch, Gerätebenutzung usw. von etwa DM 350,—. Der Besitz zweier Kameras wird gefordert. Die „Bayerische Staatslehranstalt für Photographie“, München 13, Friedrichstraße 18, versendet auf Wunsch Prospektmaterial, aus dem alle weiteren Einzelheiten ersichtlich sind.

Mit der speziellen Ausbildung zum Beruf des Bildreporters beschäftigt sich das „Institut für Bildjournalismus“, München 13, Kurfürstenplatz 2. Fachliche Vorkenntnisse werden für die Teilnahme an den Kursen nicht gefordert. Die Ausbildung dauert zwei Jahre und umfaßt alle Sparten der Pressefotografie in Theorie und Praxis. Die Semestergebühren (für sechs Monate) betragen DM 540,—. Der Schüler hat innerhalb des ersten Halbjahres für die Anschaffung einer eigenen Kamera-Ausrüstung Sorge zu tragen und einige einfache Dunkelkammer-Geräte mitzubringen.

Eine Klasse für Fotografie besteht an der Staatlichen Schule für Kunst und Handwerk Saarbrücken, Direktor Professor Dr. Otto Steinert. Unterrichtung in allen Fächern der Gebrauchsfotografie, der freien Subjektiven Fotografie, Fotografik und laufende Lehrgänge in Bildjournalistik und Pressefotografie. Nähere Auskünfte durch das Sekretariat der Schule, Saarbrücken 1, Keplerstraße 3—5, Telefon 28 7 21.

Die „Staatliche Höhere Fachschule für Photographie“ in Köln, Hohenstaufenring 48/54, ist die „Fotografen-Universität“ der Bundesrepublik. Nach einem zweijährigen Studium legt der Schüler eine staatliche Abschlußprüfung ab, die sich auf das Foto-Handwerk oder den Foto-Handel bezieht. Voraussetzungen zum Besuch der Höheren Fachschule sind für die Schüler der Abteilung „Foto-Handwerk“ der Besitz des Gesellenbriefes des

Fotografen-Handwerkes oder eine Fotolaboranten-Prüfung mit zweijähriger Praxis. Interessenten, die keine Abschlußprüfung ablegen wollen, brauchen diese Bedingungen nicht zu erfüllen. Beim Besuch der Höheren Fachschule entstehen jährlich Unkosten in Höhe von DM 790,—. Es werden keine besonderen Kurse für Pressefotografen, wohl aber Wahl-Vorlesungen über Bildjournalismus abgehalten.

Der Besuch der namentlich genannten Institute oder anderer Fotoschulen ist nicht nur für den laienhaften Anfänger, sondern auch für Amateure von Vorteil, die bereits die Grundbegriffe der Fotografie beherrschen und den Bildjournalismus als Beruf erwählen wollen.

Ein anderer Ausbildungsweg, der sofort in die Praxis des Berufes führt, kann durch Bewerbung um eine Stelle als Volontär bei einem Verlag oder einer Bildagentur beschritten werden. Bevorzugt werden von diesen Presse-Unternehmen natürlich solche Bewerber, die bereits über fotografische Kenntnisse verfügen. Für den angehenden Fotoreporter hat dieser Weg den Vorzug, daß er keine besonderen Kosten für seine Ausbildung aufwenden muß und sofort mit der praktischen Arbeit in engste Berührung kommt. Vor allem ergibt sich schon während der Ausbildungszeit, die gewöhnlich zwei Jahre beträgt, ein Kontakt mit dem Publikum: der Volontär lernt, indem er unter der Aufsicht eines erfahrenen Reporters arbeitet oder bereits leichtere Aufgaben selbständig ausführt, wie er sich in der Öffentlichkeit zu bewegen und mit den Menschen umzugehen hat, über die im Bilde berichtet werden soll. Aus nächster Nähe kann er auch den Ablauf der Redaktionsarbeit und der technischen Herstellung der Zeitung studieren — Dinge, die er nicht selbst beherrschen muß, deren Kenntnis ihm jedoch von größtem Wert ist. Die Bildredakteure, denen der Volontär als Angehöriger des Fotoreporter-Stabes untersteht, sind auch später seine direkten Vorgesetzten — wenn er eine feste Anstellung erreicht hat — oder seine Kunden — wenn er als freischaffender Pressefotograf seine Bilder bei Zeitungen und Verlagen anbietet. Hat er während seiner Volontärjahre die spezielle Arbeitsweise in einer Bildredaktion aus eigener Anschauung kennengelernt, ist er natürlich jenen voraus, die lediglich auf eine mehr theoretische Ausbildung zurückblicken können.

Während seiner praktischen Ausbildung als Volontär im Redaktionsbetrieb sollte der angehende Fotoreporter seine fachliche Weiterbildung ganz energisch betreiben. Sind seine fotografischen Kenntnisse noch lückenhaft, empfiehlt sich der Besuch von Abendkursen, die an Foto-Schulen abgehalten werden. Da auch der Bildreporter — wie jeder Journalist — wenigstens die englische Sprache, möglichst aber noch eine zweite Fremdsprache, beherrschen soll, können an Sprach- und Volkshochschulen die entsprechenden Kenntnisse erworben werden. Perfekte Beherrschung der Stenographie und flottes Maschineschreiben sind für jeden Fotoreporter wesentliche Hilfsmittel bei seiner Arbeit: auch diese Fähigkeiten können während der Volontärzeit durch abendliche Kurse erlernt werden. Für die Ausbildung ist auch der Führerschein, um den sich ohnehin jeder moderne Mensch bewirbt, erforderlich. Der angehende Bildreporter, dessen künftiger Beruf die Anschaffung eines Kraftfahrzeuges verlangt, wenn er schnell und mit großem Aktionsbereich arbeiten will, wird vorsorglich die entsprechenden Prüfungen ablegen.

Da in den meisten Redaktionen gewöhnlich wenig Zeit und Gelegenheit zur Einführung in die Theorie des Pressewesens gegeben ist, muß sich der künftige Fotoreporter diese Kenntnisse ebenfalls selbst aneignen, wenn ihm an einem fundierten fachlichen

Wissen gelegen ist. Wer als Volontär in Berlin, München oder Münster tätig ist, kann an den Universitäten dieser Städte Vorlesungen über Publizistik hören. Diese zeitungswissenschaftlichen (publizistischen) Vorlesungen beschäftigen sich mit der öffentlichen Aufgabe der Presse und dem Presserecht, geben Einblick in die Verlags- und Redaktionsarbeit und berücksichtigen die Beziehungen der Presse zur Wirtschaft und zur Soziologie. In größeren Städten, in denen die Möglichkeiten zum Besuch derartiger Vorlesungen nicht gegeben sind, werden gelegentlich zeitungswissenschaftliche Kurse an Volkshochschulen abgehalten, meist unter Mitwirkung von Verlagen oder des Deutschen Journalisten-Verbandes, der Berufsorganisation der Journalisten. An ihre Stelle kann die Lektüre von Fachbüchern treten.

Wie schon gesagt, verlangt keine Institution irgendwelcher Art, daß die Ausbildung eines Fotoreporters einen bestimmten, vorgeschriebenen Verlauf nimmt. Diese Tatsache läßt gelegentlich den Eindruck entstehen, als seien für den Beruf des Bildreporters außer ein wenig Lust zum Fotografieren keine Vorbedingungen zu erfüllen. Allerdings kann im Bildjournalismus jeder tätig sein, der sich dafür geeignet hält. Aber zu einer erfolgreichen, gewinnbringenden Arbeit als Grundlage einer Existenz wird es nur der bringen, der die oben aufgeführten Fähigkeiten besitzt und die erwähnten fachlichen Kenntnisse erlangt hat. Nur er wird sich im Konkurrenzkampf durch die Qualität seiner Arbeit und seine bildungsmäßige Überlegenheit durchsetzen und behaupten können.

Wie sieht nun das eigentliche Berufsbild aus?

Dem Fotoreporter stehen zwei Wege zur Ausübung seiner Tätigkeit offen. Er kann sich als Angestellter in eine feste vertragliche Bindung zu einem Verlag oder einer Bildagentur begeben oder aber freischaffend tätig sein.

Der angestellte Bildreporter befindet sich in der gleichen arbeitsrechtlichen Situation wie jeder andere Angestellte. Er erhält dafür, daß er seine gesamte fotografische Produktion dem betreffenden Presse-Unternehmen zur beliebigen Verwendung überläßt, ein Monatsgehalt, das im allgemeinen zwischen DM 300,— und DM 800,— liegt. Spitzenkräfte und Pressefotografen, die als Bildkorrespondenten großer Zeitungen und Zeitschriften arbeiten, können indessen bis zu DM 1500,— monatlich verdienen. Die Unkosten (Kauf von Kameras, Materialkosten, Spesen usw.) werden meist vom Arbeitgeber getragen. Jede größere Zeitung beschäftigt mindestens einen Bildreporter im festen Angestellten-Verhältnis. Pressebild-Agenturen, also Unternehmen, die Redaktionen von Zeitungen und Zeitschriften mit Fotos beliefern, decken ihren Bedarf an Pressebildern zum großen Teil aus der Produktion festangestellter Fotoreporter.

In vielen Fällen bilden Zeitungen und Agenturen den Nachwuchs durch Schaffung von Volontärstellen selbst aus. Der festangestellte Bildreporter arbeitet gelegentlich nach eigenen Ideen, in der Hauptsache aber auf Anweisung einer Redaktion, an die er auch seine Fotos abzuliefern hat. Gewöhnlich ist er einem Bildredakteur oder einem Chef-Reporter unterstellt, der ebenfalls seine Anweisungen von der Redaktion erhält.

Der freischaffende Bildjournalist dagegen ist sein eigener Herr. Er arbeitet auf eigene Rechnung. Er muß für die gesamten Herstellungskosten aufkommen, die er investiert, um die Voraussetzungen für die Produktion von Fotos zu schaffen. Diese bietet er Redaktionen und Verlagen zum Kauf an. Werden seine Bilder angekauft, erhält er für ihre Überlassung Honorare. Seine größere Freiheit bezahlt er mit dem „Unternehmer-Risiko“

aller freischaffenden Berufe. Die Verdienstmöglichkeiten schwanken ganz erheblich und sind von der Qualität der geleisteten Arbeit und der Rührigkeit der Konkurrenz, also der anderen freischaffenden Bildreporter, abhängig. Jeder „freie“ Bildjournalist, der die vertragliche Bindung an einen Verlag scheut oder nicht erreichen kann, bemüht sich deshalb, als „freier Mitarbeiter“ in den Mitarbeiter-Kreis einer oder mehrerer Redaktionen aufgenommen zu werden. Die betreffenden Redaktionen sind nicht durch Verträge, wohl aber durch Absprache und wenigstens moralisch verpflichtet, bei Bedarf Aufträge an ihre freien Mitarbeiter zu vergeben, die diese gegen Zahlung der üblichen Honorare und Erstattung der Unkosten ausführen. Andererseits sind die Bildreporter den Gepflogenheiten entsprechend verpflichtet, besonders interessante Fotos oder sogar ihre ganze Produktion zunächst den Zeitungen anzubieten, deren freie Mitarbeiter sie sind. Aus diesem Verhältnis und der Tatsache, daß keine Redaktion auf freie Mitarbeiter völlig verzichten kann, ergibt sich schließlich der Status des „festen“ freien Mitarbeiters: durch mehr oder weniger stillschweigendes Abkommen unter den Beteiligten wird für den Bildreporter ein einigermaßen gleichbleibender Absatz geschaffen. Dieses Verhältnis wird gelegentlich durch Zahlung eines „Fixums“ weiter ausgebaut: der Bildreporter erhält von einem Verlag eine gewisse Summe dafür, daß er zu Erledigung von Aufträgen zur Verfügung steht und seine gesamte Produktion den Redaktionen des Verlages vor einem weiteren Angebot bei anderen Redaktionen vorlegt. Die angekauften Bilder werden ihm ebenfalls honoriert, doch werden meist die Honorare bis zur Höhe des bereits gezahlten Fixums mit diesem verrechnet.

Ein Verrechnungs-Fixum liegt meist zwischen DM 200,— und DM 400,—, woraus sich ungefähre Rückschlüsse auf die Verdienstmöglichkeiten eines freien Mitarbeiters bei einer größeren Zeitung ziehen lassen. Der Gesamtumsatz liegt für den einzelnen Pressefotografen natürlich höher, da jeder freischaffende Bildreporter gleichzeitig mit möglichst vielen Redaktionen zusammenzuarbeiten sucht.

Die Berufsvereinigung der freien und festangestellten Journalisten ist der Deutsche Journalisten-Verband, eine selbständige, nicht-gewerkschaftliche Organisation, die der Internationalen Journalistischen Föderation (über 45 000 Mitglieder in 17 Ländern) angehört. Die Mitgliedschaft ist freiwillig. Der Verband vertritt die Interessen der Journalisten, die sich auf beruflichem, rechtlichem und sozialem Gebiet ergeben, und ist besonders um die Sicherung des Rechtes der freien Meinungsäußerung und der Unabhängigkeit der journalistischen Arbeit bemüht. Durch Tarifverträge, die mit den Verlegern abgeschlossen wurden, hat er die Gehaltssätze und arbeitsrechtlichen Bedingungen für Journalisten, die in einem Angestellten-Verhältnis arbeiten, festgelegt. Für die Zusammenarbeit zwischen Verlagen und freien Mitarbeitern wurden Richtlinien ausgearbeitet.

Innerhalb dieses Verbandes besteht die „Fachgruppe Bild“, in der die Bildjournalisten zusammengeschlossen sind (Erster Vorsitzender: E. J. Klinsky, Frankfurt a. M., Wolfgangstraße 147). Der Deutsche Journalisten-Verband hat seinen Sitz in Bonn, Helmholtzstraße 20. Eine kleinere Gruppe von Journalisten gehört innerhalb der Industriegewerkschaft „Druck und Papier“ der gewerkschaftlichen Berufsgruppe der Journalisten an.

Was man braucht

Jeder Fotoreporter benötigt eine eigene fotografische Ausrüstung. Für freischaffende Bildjournalisten ist sie ohnehin erforderlich. Aber auch Verlage und Bildagenturen, die Reporter im festen Angestelltenverhältnis beschäftigen, erwarten von diesen meist, daß sie wenigstens einen Teil der Ausrüstung selbst mitbringen. Ist dies der Fall, wird gewöhnlich eine Vergütung, eine Abnutzungsgebühr für die Geräte, gezahlt. Der festangestellte Reporter handelt im eigenen Interesse, wenn er sich eine eigene Ausrüstung schafft, damit er bei einer Kündigung seines Vertrages ohne Unterbrechung und ohne zusätzliche finanzielle Aufwendungen als Freischaffender weiterarbeiten kann.

Die meisten angehenden Bildreporter kommen aus den Reihen der Foto-Amateure. Sie besitzen also wenigstens eine kleine fotografische Ausrüstung, die auf ihre Eignung für die Zwecke der Pressefotografie zu prüfen und gegebenenfalls zu ergänzen ist.

Der Anfänger, der nicht allzuviel Kapital investieren kann, kommt bereits mit einer Kamera und dem üblichen Zubehör (Sonnenblende, Filter usw.) aus. Der Fotoapparat soll allerdings so beschaffen sein, daß er den Anforderungen der Pressearbeit gewachsen ist. Ein Bildreporter muß unter nahezu allen Bedingungen arbeiten können. Seine Kamera darf ihm keine Grenzen setzen.

Wichtig ist ein gutes Objektiv, das über eine Lichtstärke von wenigstens 1:2,8 verfügt. Mit ihm ist es möglich, auch bei verhältnismäßig schlechten Lichtverhältnissen zu arbeiten. Seine Qualität muß für gestochene Schärfe der Abbildung bürgen, damit auch Teilausschnitte des Negativs bei erheblicher Vergrößerung keine Unschärfen zeigen. Die Skala der Belichtungszeiten der Kamera soll mindestens von einer Sekunde bis zu $\frac{1}{500}$ Sekunde reichen, damit sowohl lange Belichtung bei schlechten Lichtverhältnissen als auch Aufnahmen schnell ablaufender Vorgänge (Sport!) möglich sind. Besser ist es, wenn auch die $\frac{1}{1000}$ Sekunde zur Verfügung steht. Erforderlich ist ferner ein gekuppelter Entfernungsmesser, damit Entfernungsmessen und Scharfstellen zeitsparend in einem Arbeitsgang ausgeführt werden können. Ein *vollsynchronisierter* Verschuß soll für die Verwendung von Vacu- und Röhrenblitzen vorhanden sein. Kameras, die diese Bedingungen erfüllen, kosten wenigstens DM 350,—, sind aber meist noch teurer. Im allgemeinen muß man mit DM 500,— bis DM 800,— für die Anschaffung eines geeigneten Fotoapparates mit Bereitschaftstasche und „kleinem“ Zubehör rechnen. Selbstverständlich lassen sich auch mit billigeren Apparaten Aufnahmen machen, die hinsichtlich ihrer technischen Qualität, Schärfe usw. den Anforderungen der Presse entsprechen. Dies gelingt aber nur unter besonders günstigen Bedingungen (ausreichende Beleuchtung, kein schneller Bewegungsablauf, genügend Zeit zum Einstellen usw.). Schon der junge Foto-Amateur spürt die Begrenzungen, die in seiner billigen Kamera liegen, und wünscht sich einen besseren Apparat, um mehr Möglichkeiten zu besitzen. Der Pressefotograf arbeitet nicht nur an schönen Sonntag-Nachmittagen, sondern soll zu jeder Tageszeit, bei jedem Wetter und

bei jedem Ereignis Aufnahmen machen. Darum muß er von Anfang an durch Anschaffung einer guten Kamera die notwendigen technischen Voraussetzungen schaffen.

Andererseits garantiert eine teure Kamera „mit allen Schikanen“ noch längst nicht „sozusagen automatisch“ gute Fotos. Das Fotografieren ist nicht nur ein technischer, sondern vor allem auch ein schöpferischer Vorgang. Eine kostspielige Kamera kann deshalb fehlende fotografische (und hier: journalistische) Fähigkeiten nicht ersetzen. Aber andererseits läßt ein hochwertiger und leistungsfähiger Apparat das berufliche Können erst voll zur Entfaltung kommen.

Die Wahl des Kamera-Typs hängt nicht nur vom Geldbeutel ab. Der Fotoreporter muß Modelle bevorzugen, die möglichst universell brauchbar sind. Vor allem, wenn er sich — wie zu Beginn seiner Laufbahn — zunächst mit nur einer Kamera begnügen muß. Im folgenden sind einige Überlegungen zur Kamera-Wahl angestellt.

Die Bedingung der fast universellen Brauchbarkeit für Presse Zwecke erfüllen die bewährten Kleinbild-Kameras wie z. B. die Leica (Leitz), die Contax (Zeiss Ikon) und auch die Prominent (Voigtländer). Diese Apparate werden mit Standard-Objektiven (Brennweite 5 cm) geliefert, die hinsichtlich ihrer Lichtstärke den Anforderungen des Bildreporters genügen. Die infolge des kleinen Bildformats verhältnismäßig kurze Brennweite sichert einen erheblichen Tiefenschärfenbereich, was sich vor allem auch dann bezahlt macht, wenn bei überraschend auftretenden Situationen keine Zeit mehr zum genauen Einstellen der Entfernung bleibt. Großer Tiefenschärfenbereich und hohe Lichtstärke ermöglichen außerdem auch bei schlechten Lichtverhältnissen Aufnahmen ohne Zuhilfenahme von Blitzlicht. In der Bedienung sind die Kleinbild-Kameras einfach und bequem. Man kann mit ihnen schnell und unauffällig arbeiten. Sie sind vor allem für Schnappschüsse und Nahaufnahmen ideal. Bei Fernaufnahmen und weiten Übersichten mit vielen Details allerdings genügt das „Auflösungsvermögen“ des Negativmaterials angesichts des kleinen Formats nicht immer, um alle Einzelheiten klar und deutlich wiederzugeben. Dem Bildreporter ist das nur selten hinderlich, da er im Interesse einer deutlichen und großflächigen Darstellung ohnehin fast immer Nahaufnahmen bevorzugt. Außerdem können bei den in Frage kommenden Modellen die Objektive ausgewechselt werden, so daß mit längeren Brennweiten Entfernungen überbrückt und Einzelheiten präziser, d. h. größer, wiedergegeben werden können — dann allerdings in engerem Ausschnitt. Vor allem für Sportaufnahmen empfiehlt sich unbedingt die Anschaffung eines zweiten Objektivs mit einer Brennweite von 8,5 cm, 9 cm oder sogar 13,5 cm. Ohne daß die Kameras viel an Handlichkeit verlieren, können mit Hilfe dieser Objektive Sportaufnahmen aller Art aus größerem Abstand gemacht werden. Die mit einem dieser Objektive ausgerüsteten Kleinbild-Kamera gilt mit Recht als die ideale Kamera für den Sportplatz.

Das Negativ-Material für die Kleinbild-Fotografie, das auch zum Selbsteinlegen in die Kassetten meterweise geliefert wird, ist sehr billig. Diese Tatsache verführt im Verein mit der möglichen Aufnahmegeschwindigkeit leicht zum gedankenlosen „Knipsen“, dessen extremer Fall die „Maschinengewehr-Technik“ ist. Der Fotograf spekuliert darauf, daß unter einer Unmasse von Bildern, die er ohne wesentlichen Aufwand an Zeit und Geld aufnehmen kann, wenigstens einige „Treffer“ sind.

Das Kleinbild-Format besitzt vor allem einen Nachteil: die Negative erfordern sorgfältigste Aufnahme- und Labortechnik. Jede Nachlässigkeit, die sich in der Dunkelkammer

des immer eiligen Bildreporters oftmals nicht vermeiden läßt, mindert sichtbar die Qualität der unbedingt notwendigen Vergrößerungen. Denn auch das muß bedacht werden: Jedes Bild muß vergrößert werden, während man bei größeren Negativformaten gelegentlich den Redaktionen Kontaktabzüge zur Ansicht vorlegen kann. Ein weiterer Mangel des Kleinbild-Formates — das Sichtbarwerden des Kornes auf der Vergrößerung — gehört fast schon der Vergangenheit an. Dieser Nachteil wurde von der Foto-Industrie durch die Herstellung extrem feinkörniger Filme einerseits (am bekanntesten: Agfa Iso-pan FF, Adox KB 14, Perutz Pergrano u. ä.) und spezieller Feinstkorn-Entwickler andererseits so gut wie ganz behoben. (Darüber siehe Dunkelkammer-Kapitel.)

Wenn man eine Kleinbild-Kamera wählt, sollte man sich — das wurde bereits gesagt — möglichst bald ein Objektiv längerer Brennweite zulegen. Die Kosten für 9 cm-Objektive liegen etwa bei DM 200,—. Später wird dann ein Weitwinkel-Objektiv hinzukommen, dessen Bestimmung schon im Namen deutlich wird. Selbstverständlich erfordern diese Ergänzungen einen Aufsteck-Sucher, der sich für die verschiedenen Brennweiten einstellen läßt (etwa DM 100,—). Nicht notwendig ist diese zusätzliche Anschaffung bei der Leica M 3 und der Ambi-Silette, deren eingebaute Sucher bereits allen Anforderungen in dieser Hinsicht genügen.

Wenn es der Geldbeutel erlaubt, wird sich der Fotoreporter nach einiger Zeit zur Anschaffung eines zweiten Kamera-Gehäuses entschließen, um gleichzeitig zwei mit verschiedenen Objektiven ausgerüstete Apparate zur Hand zu haben oder eine zweite Kamera für Farbaufnahmen verwenden zu können. Vielleicht aber wird er statt dessen auch einen Apparat größeren Formates kaufen.

Zu empfehlen sind zunächst die zweiäugigen Spiegelreflex-Kameras wie Rolleiflex, Rolleicord und Iko-flex. Im Verhältnis zum Negativ-Format von 6×6 cm — es wird Rollfilm verwendet — sind diese Kameras immer noch recht handlich. Die Anschaffungskosten liegen zwischen DM 350,— und DM 550,—. Der unbedingte Vorteil dieser Apparate liegt in dem deutlichen Mattscheibenbild, das alles erkennen läßt, was auf dem Film abgebildet wird, und eine bequeme Scharfeinstellung ermöglicht. Diese Vorteile veranlassen namentlich die Anfänger häufig, zunächst nur mit einer zweiäugigen Spiegelreflex-Kamera zu arbeiten. Die Rollfilme können zudem einfach in der Dunkelkammer verarbeitet werden — sie sind nicht so empfindlich wie Kleinbildfilme, und schon der Kontaktabzug läßt die meisten Einzelheiten des Bildes gut erkennen. Erhebliche Vergrößerungen sind ohne Qualitätsminderung möglich. Das quadratische Aufnahmeformat hat den Vorzug, daß man mit der Kamera immer nur in *einer* Arbeitshaltung hantiert. Die zusätzlichen Einrichtungen zur Verwendung von Kleinbild-Filmen bei einigen dieser Spiegelreflex-Kameras sind bekannt. Wer einen derartigen Apparat neben einer Kleinbild-Kamera verwenden will, muß natürlich in seiner Dunkelkammer für Entwicklungs- und Verarbeitungsmöglichkeiten für Kleinbild- und Rollfilme sorgen.

Nach dem Kriege haben auch die großformatigen 9×12 cm-Kameras wieder an Boden gewonnen. Die bei den Standard-Objektiven infolge der langen Brennweite recht geringe Tiefenschärfe und die Notwendigkeit einer genauen Entfernungseinstellung trugen diesen Apparaten vor rund zwei Jahrzehnten das Prädikat „Für Schnappschüsse ungeeignet“ ein. Ihre Nachteile wurden aber inzwischen durch die Herstellung höchstempfindlicher Filme, die kleinere Blenden und damit größere Tiefenschärfe ermöglichten, und durch die

technische Weiterentwicklung der Kameras erheblich gemindert. Im „Pressebetrieb“ werden in Deutschland an Apparaten dieses Typs vor allem die Linhof-Press und gelegentlich die Speed Graphic aus den USA verwendet. Ihr Hauptvorteil liegt in der Größe der Negative, die eine robuste Verarbeitung ermöglicht. Allerdings ist das Filmmaterial — gleichgültig, ob Planfilme oder die noch kostspieligeren Filmpacks verwendet werden — sehr teuer. Der Anfänger, der als freischaffender Reporter tätig ist und noch keine festen Abnehmer für seine Bilder hat, wird sich deshalb diese Kameras kaum leisten können. Ihr Anschaffungspreis liegt bei etwa 900,— Mark, was eher noch zu niedrig gegriffen ist. Außerdem sind diese Apparate nicht besonders leicht. Für den nicht-motorisierten Bildreporter, der ständig unterwegs sein muß, ist dieses Argument manchmal von Bedeutung. Im allgemeinen wird man sich zur Anschaffung einer solchen großformatigen Kamera erst entschließen, wenn Spezial-Aufnahmen, bei denen peinlich genaue Wiedergabe aller Details wichtig ist, gefordert werden. Dies trifft in erster Linie auf Mode- und Werbeaufnahmen zu (Linhof-Technik).

Als grundsätzlicher Gesichtspunkt bei der Zusammenstellung der Kamera-Ausrüstung muß die Überlegung gelten, wie weit man sich durch Neuanschaffungen finanziell belasten kann. Der Start mit einer Kamera oder die schrittweise Ergänzung einer bereits vorhandenen Ausstattung sind ratsamer als der Aufwand erheblicher Mittel mit dem (begreiflichen) Wunsch, bereits zu Beginn „alles“ zu besitzen.

Daß der Pressefotograf über die üblichen Sonnenblenden und Filter für seine Kamera verfügen soll, ist selbstverständlich. Ebenso lohnt sich die Anschaffung eines guten Stativs, das vor allem bei Innenaufnahmen gute Dienste leistet. Bei seiner Wahl sollte mehr auf Stabilität als auf geringes Gewicht Wert gelegt werden. Am geeignetsten sind die Modelle, deren Beine untereinander verbunden sind und deren Kamera-Teller auf einer Zahntrieb- stange befestigt ist. Die Kamera-Höhe kann bei diesen Stativen innerhalb gewisser Grenzen verändert werden, ohne daß die Stativ-Beine verstellt zu werden brauchen.

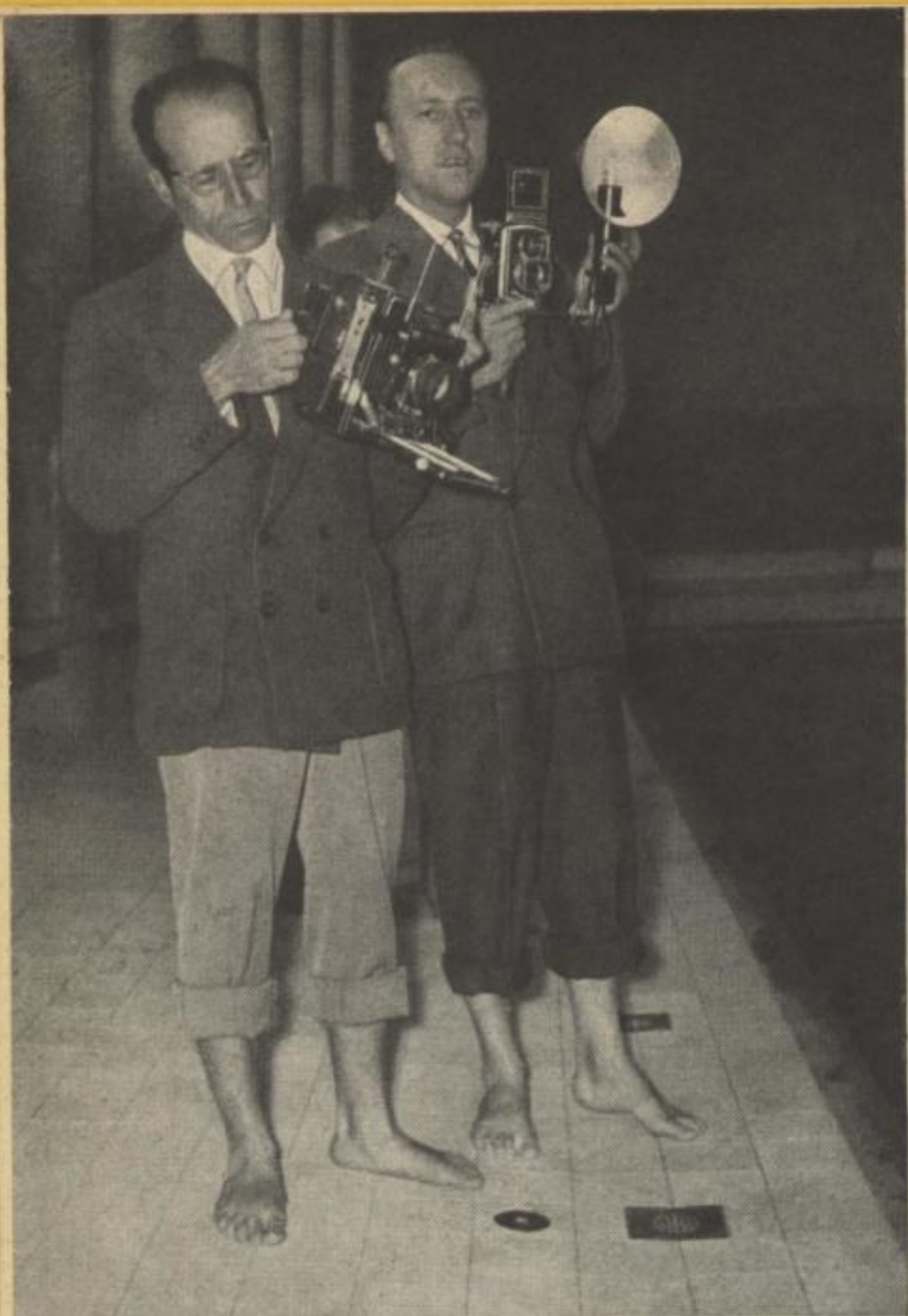
Unbedingt empfehlenswert ist die Anschaffung eines fotoelektrischen Belichtungsmessers. Welches Modell gewählt wird, ist nicht entscheidend wichtig, wenn nur ein möglichst großer Meßbereich gegeben ist. Gerade in den extremen Fällen versagt die Erfahrung. Im Durchschnitt muß man für die Anschaffung dieses wichtigen Hilfsinstrumentes in der erforderlichen Qualität mit einer Ausgabe von etwa DM 70,— rechnen. Unentbehrlich ist ein Belichtungsmesser bei Verwendung von Farbfilmen, deren geringer Belichtungsspielraum die Gefahr von Fehlbelichtungen erhöht. Der Bildreporter, der auf technische Güte seiner Bilder sieht, arbeitet zudem mit Filmen verschiedener Empfindlichkeit, um jeweils ein Maximum an Qualität zu erzielen. Schon deshalb dürfte es schwerfallen, ohne Hilfe eines Belichtungsmessers immer die richtigen Belichtungswerte zu treffen. Fehler lassen sich zwar in der Dunkelkammer durch Unter- und Überentwickeln, durch Abschwächen und Verstärken der Negative und beim Vergrößern wenigstens teilweise beheben, doch erfordern diese Prozeduren erhöhte Aufmerksamkeit und meist auch Zeit und Geld. Die einmalige Ausgabe beim Kauf eines Belichtungsmessers erspart beides.

Selbstverständlich muß der Pressefotograf stets für einen ausreichenden Vorrat an Negativ-Material sorgen, damit er — wenn nötig — auch umfangreiche Reportagen sofort in Angriff nehmen kann, ohne sich erst Filme beschaffen zu müssen. Für Aufnahmen bei guten bis mittleren Lichtverhältnissen verwendet man Filme mit einer Empfindlich-



Der Bildreporter von gestern auf dem Fußballplatz (oben, Aufnahme Bachmann) – und der von heute (rechts). Das nebenstehende Foto hat Seltenheitswert, denn es zeigt Hanns Hubmann – mit nur drei Kameras ausgerüstet. Man hat ihn auch schon mit fünf beobachtet... (Aufnahme Pragher)





Für jede Situation muß der Reporter gerüstet sein — technisch wie „moralisch“.

Links: Bei einer Taufveranstaltung der Zeugen Jehovas.

Links unten: Im Gebüsch versteckt — bei der Hochzeit in Monaco.

Unten: Der Deutschland-Vertrag ist unterzeichnet worden. Umschalten auf Nahaufnahme! (dpa)





Oben: Die Kanone. Das Triplet von 120 cm Brennweite, im ersten Weltkrieg für Zeppelin-Fotografie gebaut, dient heute noch der Associated Press für Fernfotos. Unten: Staatsmänner fügen sich in ihr Schicksal — keine Konferenz mehr ohne Belagerung durch Fotografen. Die „Großen Drei“ 1954. (dpa)





Die Verfolger werden zu Verfolgten. Nicht alle „Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens“ schätzen die Arbeit der Bildreporter.

Oben: Zwei angeklagte Spieler wollten, obwohl gefesselt, dem Fotografen an den Kragen. (dpa)

Unten: Ein der Spionage angeklagter französischer Offizier hat einen Fotografen niedergeschlagen, dem ein anderer Offizier zu Hilfe kommt. (Associated Press)



keit von $12/10^\circ$ — $15/10^\circ$ DIN (z. B. Agfa Isopan FF, Adox KB 14, Perutz Pergrano u. ä.) Diese Filme sind sehr feinkörnig und können — selbst bei Kleinbild-Aufnahmeformat — erheblich vergrößert werden. Durch extreme Ausschnittvergrößerungen läßt sich in vielen Fällen das Fehlen eines langbrennweitigen Objektivs ausgleichen. Der Vorteil der Feinkörnigkeit bleibt auch erhalten, wenn man durch Wahl bestimmter Entwicklungsmethoden (Seite 94) die Filmempfindlichkeit über die Angaben auf der Verpackung hinaus steigert. Bei sehr schlechten Lichtverhältnissen verwendet man höchstempfindliche Filme (heute um 23 — $25/10^\circ$ DIN), deren Körnigkeit durch Feinstkornentwickler unterdrückt werden kann. Dazwischen liegen die jedem Amateur bekannten „Standard“-Filme mit einer Empfindlichkeit von $17/10^\circ$ — $21/10^\circ$ DIN.

Selbstverständlich ist heute für den Bildreporter der Besitz eines Röhrenblitzgerätes, das ihm das Fotografieren auch in der Dunkelheit oder bei ungünstigem Licht erlaubt. Wie schon gesagt, muß ein Bildreporter unter nahezu allen Bedingungen arbeiten können. Dazu gehört, daß er auch bei Lichtmangel nicht kapitulieren darf, sondern seine eigene Lichtquelle mit sich führen muß.

Im allgemeinen reichen für den Bildreporter die handlichen Geräte aus, die in den Preisklassen zwischen DM 150,— und DM 300,— liegen. In ihren Akkumulatoren kann genügend Energie für 80 bis 120 Blitz-Entladungen aufgespeichert werden, für mehr Blitze also, als man normalerweise für eine Reportage benötigt. Ihre Leitzahl — eine Einheit zur Kennzeichnung der Leuchtleistung — soll etwa bei 40 liegen (bei Verwendung von $17/10^\circ$ DIN-Filmen). Das bedeutet, daß man beispielsweise bei einer Aufnahme eines 7 m weit entfernten Objektes immerhin noch auf Blende 5,6 abblenden kann, wenn Filme der erwähnten Empfindlichkeit verwendet werden (Blende = Leitzahl : Entfernung in Metern). Die in den Prospekten oft erwähnten Angaben über Joule, Lumen, Lumensekunden usw. sagen nichts direkt über die praktische Leistungsfähigkeit der Geräte aus. Wer fast ausschließlich in Innenräumen und auf größere Entfernungen, speziell am Boxring, auf Konferenzen, in Parlamenten usw. arbeitet, wird ein leistungsstärkeres (und teureres) Gerät wählen, zumal er dann die Möglichkeit hat, z. B. zur besseren Ausleuchtung eines großen Raumes mehrere Blitzlampen anzuschließen. Der Anbau einer zweiten Lampe ist heute jedoch auch bei fast allen kleineren Geräten möglich, die nicht ausschließlich für Amateure gebaut werden. In diese sind, wie selbstverständlich auch in alle größeren Geräte, Lade-Geräte eingebaut, so daß man die Akkumulatoren an jeder beliebigen Steckdose nachladen kann.

Beim Kauf eines Röhrenblitzgerätes sollte man sich gleichzeitig die geringe Ausgabe der Anschaffung eines Reserve-Akkus und eines Ersatz-Kabels machen. Der zweite Akku kann ohne Schaden aufbewahrt werden, wenn man ihn in aufgeladenem Zustand hält und gelegentlich ab- und anschließend wieder auflädt (mindestens alle vier Wochen). Auf alle Fälle ist er immer dann zur Hand, wenn einmal die Zeit zum Aufladen fehlt oder der in das Gerät eingebaute Akku in seiner Leistung nachläßt.

Von den für fast alle Blitzgeräte erhältlichen Ergänzungsteilen sind vor allem die bereits erwähnte Zweitlampe, ein Einstellreflektor und eine Sucherlampe nützlich, aber nicht unbedingt erforderlich. Die Zweitlampe gestattet ein effektvolles Ausleuchten, eine Beleuchtung des Objektes von zwei Seiten usw. Der Einstellreflektor enthält neben der eigentlichen Blitzröhre eine normale Lichtquelle, die vor der Aufnahme eine sorgfältige

Kontrolle der Licht- und Schattenverteilung zuläßt. Die Sucherlampe wird am Blitzstab befestigt und wirft ein stark gebündeltes Licht auf das Objekt. Selbst bei völliger Dunkelheit kann die Entfernung von der Kamera zum Objekt auf den dort erzeugten Lichtpunkt genau eingestellt werden.

Eine Blitzeinrichtung zur Verwendung von Vacu-Blitzen ist höchstens als Reserve zu empfehlen, da Vacu-Blitze auf die Dauer zu teuer werden. Weniger rentabel ist die Verwendung von Röhrenblitzen mit Hochspannungsbatterien. Die Batterien, die nicht aufgeladen werden können, sind teurer, und auch die Anschaffungskosten für die Geräte dieser Konstruktion liegen meist höher als für die entsprechenden Modelle mit Akkubetrieb. Ihre Vorteile: Unabhängigkeit von der Notwendigkeit des regelmäßigen Aufladens, raschere Blitzfolge.

Die Verwendung von Blitzlicht macht in den meisten Fällen die Anschaffung von Foto-Lampen überflüssig. Wer sich jedoch auf Atelier-Aufnahmen (Mode), Industriefotos usw. spezialisieren will, wird ohne einen „Lampenpark“ nicht auskommen. Ein auf den Zentimeter genaues Spot-Light, ein sanfter Licht-Schatten-Effekt, ein raffiniertes Lichtmuster auf dem Hintergrund usw. lassen sich trotz der Vervollkommnung der Blitzlicht-Technik wirklich zufriedenstellend nur mit Lampen erzielen. Vom zusammenklappbaren Reflektor bis zum 1000 Watt-Kino-Scheinwerfer sind alle Möglichkeiten gegeben. Bequem in der Handhabung und billig im Gebrauch sind Foto-Lampen, deren Glaskolben in der Art eines Reflektors innen mit einer Silberfolie ausgelegt sind.

Damit sind die Möglichkeiten der technischen Ausrüstung eines Fotoreporters keineswegs erschöpft. Wer seine Ausstattung jedoch nach den gegebenen Gesichtspunkten zusammenstellt und sich damit zunächst auf das Wesentlichste beschränkt, wird unter allen bei der Pressebildberichterstattung üblicherweise auftretenden Umständen arbeiten können.

Die Frage nach der Notwendigkeit eines Fahrzeuges für den Bildreporter läßt sich nur von Fall zu Fall entscheiden. Dem bei einem Verlag oder einer Agentur festangestellten Pressefotografen wird gewöhnlich ein Fahrzeug zur Verfügung gestellt oder finanzielle Unterstützung bei der Anschaffung gewährt. Der freischaffende Bildjournalist hingegen muß sich vor Augen führen, daß ihn ein Fahrzeug schon allein durch die notwendigen Unterhaltungskosten belastet, andererseits aber unabhängig von öffentlichen Verkehrsmitteln macht. Mit einem Fahrzeug ist er schneller, kann die Zeit besser nutzen und erweitert seinen Aktionsbereich. Es ermöglicht größere Produktivität und schnelleres Arbeiten in einem Maße, das seine baldige Anschaffung auch für den Anfänger wünschenswert macht. Da die Kosten für Anschaffung, Unterhalt und Betrieb eines Fahrzeuges von den Finanzbehörden als Betriebsausgaben anerkannt werden, können sie vor Ermittlung der Steuern vom Einkommen abgezogen werden. Einen Teil der Unkosten also „zahlt der Staat“. Bei der Wahl eines Fahrzeuges sind Autos oder wenigstens „Kabinenroller“ den sonst so praktischen Motorrollern oder Motorrädern vorzuziehen. Letztere eignen sich für den Bildreporter deshalb nicht, weil sie nicht genügend Unterbringungsmöglichkeiten für Kameras, Blitzgeräte und andere wertvolle und empfindliche Geräte aufweisen, die nicht jedem Wetter ausgesetzt werden dürfen. Außerdem setzen sie eine wetterfeste Kleidung voraus, mit der der Fotoreporter wohl auf dem Sportplatz, nicht aber im Rathaus, bei einem Empfang oder zu einer kulturellen Veranstaltung erscheinen kann.

Die Einrichtung einer kleinen Dunkelkammer ist für den Bildreporter unbedingt erforderlich, damit er jederzeit und ohne fremde Hilfe seine Filme verarbeiten kann. Es werden für den Anfang wenigstens benötigt: ein Vergrößerungsapparat, mehrere Schalen zum Entwickeln, Fixieren und Wässern der Vergrößerungen, einige kleine Tanks zur Filmverarbeitung, eine Hochglanztrockenpresse und die üblichen Hilfsmittel wie Lampen, Belichtungsuhr, Klammern, Chemikalienbehälter usw. Ein Trockenschrank für Filme ist nicht unbedingt erforderlich und kann durch einen Fön ersetzt werden. Auf ein Kopiergerät kann meist wohl verzichtet werden. Die Dunkelkammer-Ausstattung sollte in einem kleinen Raum, der mit Steckdosen und möglichst auch mit Wasserleitung und -abfluß versehen ist, ständig betriebsfertig aufgebaut sein. Wenn die räumlichen Möglichkeiten gegeben sind und keine Umbauten vorgenommen werden müssen, werden sich die Kosten einer kleinen Dunkelkammer auf etwa DM 400,— belaufen. Nicht enthalten sind in dieser Summe die Kosten für die Erstausrüstung an Chemikalien und Foto-Papieren.

Daß der Bildreporter ständig für die von ihm mit Bildern belieferten Redaktionen und seine Informanten telefonisch erreichbar sein muß, ist selbstverständlich. Zweckmäßigerweise ist das Telefon so aufzustellen, daß es bei Abwesenheit des Bildreporters von anderen Personen bedient werden kann, die Anrufe entgegennehmen.

Zur Einrichtung der „Praxis“ eines Bildreporters ist also ein gewisses Anfangskapital erforderlich. Foto-Amateuren, die als Bildjournalisten tätig sein wollen, bleiben natürlich die Ausgaben für Neuanschaffungen in dem Maße erspart, in dem bereits vorhandenes Aufnahme- und Dunkelkammergerät den Anforderungen der Presse-Bildberichterstattung entspricht. Volontäre, die von einem Verlag oder einer Agentur eingestellt werden, kommen zunächst meist ohne jede eigene Ausrüstung aus, weil sie gewöhnlich die Geräte und Anlagen ihrer „Lehrbetriebe“ benutzen dürfen.

Die Themen-Wahl

Die Arbeit des Bildjournalisten besteht darin, sich zu entscheiden, über welche Dinge und Ereignisse er berichten will, die Bildberichterstattung auszuführen und schließlich Bilder zu verkaufen. Die drei Arbeitsgänge

Themenwahl

Aufnahme

Angebot

sind — wie wir sehen werden — eng miteinander verknüpft.

Welche Themen lohnen? Das ist die Frage, von deren richtiger Beantwortung nicht zuletzt die Verkäuflichkeit der Bilder abhängt. Sie wird deshalb auch vom angehenden Bildreporter als erste gestellt. Und sie bestimmt, weit mehr als jede Einzelheit der Ausführung, Erfolg oder Mißerfolg auf lange Sicht!

Dem bei einem Verlag oder einer Agentur angestellten Bildreporter wird die Themenwahl durch Aufträge seiner Redaktion abgenommen. Der freischaffende Bildjournalist muß sich dagegen sehr ernsthaft mit diesem Problem beschäftigen.

Gewöhnlich machen es sich die „Fachleute“ bei der Beantwortung der Frage nach lohnenden, d. h. verkäuflichen Themen recht leicht. Der Neuling wird auf die Möglichkeit verwiesen, sich an Hand von Zeitungen und Zeitschriften einen Überblick über die Bilder zu verschaffen, die gegenwärtig am meisten gedruckt werden. Dem angehenden Bildreporter ist mit diesem Hinweis wenig gedient: er möchte eine Themenliste erhalten, ein Rezept kennenlernen. Immerhin: das regelmäßige und sorgfältige Studium einiger großer Zeitschriften ist für ihn unbedingt erforderlich — schon damit er sieht, welche Themen bereits bearbeitet und wie sie bearbeitet wurden, auch wohl, was zur Zeit „Mode“ ist. Aber ein Rezept für die Wahl garantiert „gängiger“ Themen vermittelt ihm diese Lektüre kaum.

Tatsächlich gibt es kein Rezept, keinen „Stein der Weisen“ für das Aufspüren bildjournalistischer Themen. Jede Redaktion ist bemüht, über Tatbestände zu berichten, die die Leserschaft ihres Blattes interessieren, um eben diese Leserschaft zu erhalten und zu erweitern. Die Absatzmöglichkeiten für Bilder werden also letzten Endes vom Interesse der Leserschaft bestimmt. Dieses Interesse kann sehr verschieden sein. Es liegt auf der Hand, daß sich die Leser einer Großstadt-Zeitung für andere Themen interessieren als die Abonnenten einer Hausfrauen-Illustrierten. Was für Zeitungsleser in München wichtig und interessant ist, mag in Stuttgart, ja selbst in Garmisch völlig belanglos sein. Schon aus diesen Gründen kann es kein allgemeingültiges Rezept für die Themenwahl in der Bildberichterstattung geben. Andererseits muß es aber möglich sein, Grundregeln zu ermitteln, die das Leser-Interesse im allgemeinen charakterisieren, zumal die bestzahlenden Abnehmer, die Illustrierten, nicht regional begrenzt sind. Ist uns diese Charakterisierung gelungen, haben wir einen Leitfaden für die Themenwahl gefunden.

Pressebilder sind bildliche Nachrichten. Und Nachrichten, so hat es der Senior der deutschen Zeitungswissenschaft, Prof. Emil Dovifat, formuliert, sind *Mitteilungen über neue, im Daseinskampf des Einzelnen und der Gesellschaft auftauchende Tatsachen*. Als ihre charakteristischen Merkmale gibt Dovifat an, daß jede Nachricht

1. für den Empfänger von Wert und Nutzen sein soll,
 2. neu, d. h. schnell und sofort übermittelt sein muß,
 3. von einem Dritten mitgeteilt und folglich dessen subjektiver Beeinflussung ausgesetzt wurde.
- Wir werden sehen, daß diese Definition für die Lösung des Problems der Themenwahl von größter Bedeutung ist.

Es ist selbstverständlich, daß jeder Leser an den Nachrichten, d. h. auch Bildnachrichten, ein Interesse hat, deren Kenntnis für ihn von Nutzen und Wert ist. Das bedeutet nicht allein materiellen Nutzen, der sich z. B. ergibt, wenn der Empfang einer Nachricht finanzielle Vorteile, Schutz von Besitz und Gesundheit usw. ermöglicht. Gemeint ist auch der Wert, den eine Nachricht deshalb für ihre Empfänger besitzt, weil sie ein Bedürfnis (Neugier, Sensationsgier, Bildungsdrang usw.) stillt, oder weil sie einfach unterhält und zerstreut (durch Humor, Erzeugung einer Spannung usw.).

Enthält eine Bildnachricht nichts, was dem Leser nützt, eines seiner Bedürfnisse befriedigt oder ihn unterhält, ist sie uninteressant und damit unverkäuflich, da die Verkäuflichkeit der Bilder im direkten Verhältnis zum Leser-Interesse steht. Oder — besser gesagt — zum Interesse, das eine Redaktion beim Abdruck eines Bildes von den Lesern ihres Blattes erwartet. An einzelnen Beispielen werden wir noch untersuchen, wie sich diese Erkenntnisse auf die Themenwahl in der Bildberichterstattung auswirken.

Die schnelle und umgehende Übermittlung der Bild- und Wortnachricht ist Voraussetzung für ihren Wert. Eine nicht mehr „taufrische“ Nachricht ist keine und damit unverkäuflich. Kein Leser ist daran interessiert, Dinge zu erfahren, die er bereits kennt. Es ist hierbei nicht entscheidend die Schnelligkeit der Übermittlung vom Zeitpunkt der Begebenheit an, sondern von dem der Entdeckung. Wenn kein Konkurrent zugekommen ist, können auch Bilder von weiter zurückliegenden Ereignissen verkauft werden.

Daß Nachrichten — also auch Bildnachrichten — von Dritten mitgeteilt werden, liegt in ihrer Natur. Dadurch ergibt sich automatisch eine subjektive Beeinflussung, deren Art und Weise direkt auch über die Verkäuflichkeit der Ware (Nachrichten und Bilder) entscheiden kann. Von bewußter Meinungsbeeinflussung (Fälschung, Propaganda) abgesehen, drückt der Fotoreporter — ob er will oder nicht — seinen Bildnachrichten stets den Stempel der eigenen Meinung auf. Das äußert sich schon darin, welche Themen er für die Berichterstattung auswählt, wie er also Dinge und Ereignisse im Hinblick auf das zu erwartende Leser-Interesse beurteilt. Hat er sich zur Berichterstattung entschlossen, unterliegt das „Wie“ der fotografischen Aufnahme wiederum seiner Wahl, ist also meinungsmäßig beeinflusst.

Wie schon festgestellt, muß ein Thema neu, d. h. aktuell sein, wenn es das Interesse des Publikums finden und damit für die Bildberichterstattung lohnen soll. Aktualität allein genügt jedoch nicht. Der Tod des Herrn A., die Fertigstellung der Villa des Herrn B., die Eheschließung der Tochter der Familie C., die Entlassung des Buchhalters D. — das alles sind Geschehnisse, die im journalistischen Sinne uninteressant sind, obgleich sie — wenn sie sich ereignen — zweifellos als „neu“ zu gelten haben. Ihre Wertlosigkeit für den

Journalisten liegt darin begründet, daß der Kreis der an diesen Ereignissen Interessierten zu klein ist. Er beschränkt sich auf die Angehörigen und Bekannten der Betroffenen. Diese Personen bilden im Leserkreis der Zeitungen und Zeitschriften eine zu kleine Gruppe. Für die überwiegende Mehrzahl der Leser sind die genannten Ereignisse bedeutungslos. Deshalb unterbleibt eine Veröffentlichung entsprechender Nachrichten. Eine Wort- oder Bildnachricht, die zum Abdruck geeignet sein soll, muß also neben der Aktualität eine gewisse allgemeine Bedeutung besitzen.

Dabei kann der Begriff der Allgemeinheit begrenzt gefaßt sein. Ein Ereignis kann durchaus als Nachrichten-Thema von Wert sein, wenn es nur für einen Teil der Öffentlichkeit bedeutungsvoll ist — vorausgesetzt, daß für diesen Teil eine Zeitung oder Zeitschrift herausgegeben wird. War der verstorbene Herr A. der Obermeister einer Schneider-Innung, so ist die Nachricht von seinem Tode, ein Bild von seiner Beerdigung usw. für alle Schneider seiner näheren Heimat von gewisser Bedeutung. Eine Zeitung, die für diesen begrenzten Handwerker-Kreis herausgegeben wird, muß dieser Tatsache durch entsprechende Veröffentlichungen Rechnung tragen. War Herr A. Bürgermeister einer kleinen Stadt, so wird die dort erscheinende Lokal-Zeitung in Wort und Bild über ihn und seinen Tod berichten. War er ein bekannter Politiker, nimmt die Presse wenigstens des betreffenden Landes von seinem Ableben durch den Abdruck von Meldungen, Artikeln und nicht zuletzt von Bildern Notiz.

Für den Bildreporter, der Ereignisse auf ihren Wert als Gegenstand der Bildberichterstattung überprüft, ergeben sich aus diesen Beobachtungen Folgerungen. Wenn eine Bildnachricht Aussicht auf Verkaufschancen haben soll, muß das Ereignis, über das berichtet wird, für die Öffentlichkeit von Bedeutung sein. Ist das Ereignis nur für einen Teil der Öffentlichkeit bedeutungsvoll, so ist festzustellen, ob sich dieser Teil wenigstens annähernd mit dem Leserkreis einer Publikation oder mehrerer Publikationen deckt. Ist diese Voraussetzung erfüllt, kann eine Bildnachricht auch im Falle einer begrenzten „allgemeinen Bedeutung“ des betreffenden Ereignisses verkauft werden.

Die Bedeutung oder — wie Prof. Dovifat formulierte — der Wert und der Nutzen, den eine Wort- oder Bildnachricht für die Allgemeinheit besitzt, kann verschiedene Wurzeln haben. Zunächst einmal sind alle jene Ereignisse von „allgemeiner Bedeutung“, die für die Allgemeinheit (lies hier: den Leserkreis) gewisse Folgen nach sich ziehen. Schon der Tod des Obermeisters A. verursacht eine Reihe von Wirkungen: ein Nachfolger muß gewählt werden; als hervorragender Fachmann, der sich besonders der Lehrlingsausbildung annahm, ist der Verstorbene kaum zu ersetzen usw. Der Tod eines bedeutenden Staatsmannes kann für ein ganzes Volk, ja die ganze Welt, katastrophale Folgen haben. Die großen innen- und außenpolitischen Ereignisse sind immer mit erheblichen Auswirkungen auf ein Land und seine Bewohner verbunden. Geschehnisse im Bereich der Parteien, der Gewerkschaften, der Kirchen usw. können — sobald sie sich über den rein lokalen Rahmen erheben — folgenschwer und deshalb der Berichterstattung würdig sein. Die Entdeckung eines neuen Heilmittels kann die medizinische Wissenschaft, den Gesundheitszustand der gesamten Menschheit umgestalten. Wir stellen fest, daß die Folgeschwere eines Ereignisses seinen Wert für die journalistische Berichterstattung beeinflusst und daß das Ausmaß der Folgen Grad und Umfang der „allgemeinen Bedeutung“ bestimmt.

Die journalistische Begabung besteht auch darin, die Folgeschwere selbst solcher Ereignisse zu erkennen, die auf den ersten Blick von geringer Bedeutung zu sein scheinen, aber — in die Zusammenhänge eingeordnet — erhebliche Wirkungen für die Allgemeinheit nach sich ziehen können. So kommt einem Unfall an einem unbeschränkten Bahnübergang zunächst nur lokale Bedeutung zu. Im Hinblick auf die große Zahl unbeschränkter Bahnübergänge und die erheblich gestiegene Verkehrsdichte ist dieser Unfall jedoch symptomatisch für eine Quelle der Verkehrsunsicherheit, die im Interesse der Allgemeinheit beseitigt werden muß.

Der Rücktritt eines Ministers einer Landesregierung kann unter Umständen eine Regierungskrise in Bonn zur Folge haben.

Nun gibt es aber auch eine ganze Reihe von Ereignissen, die von der Allgemeinheit als interessant empfunden werden, ohne daß sie für das Publikum direkte Folgen mit sich brächten. Wort- und Bildnachrichten über diese Ereignisse enthalten Bestandteile, die das Bedürfnis der Leser nach Unterrichtung und Unterhaltung befriedigen.

Der Wunsch nach Unterrichtung auch über Ereignisse, die für die Person des Lesers ohne Konsequenzen sind, kann in seiner positiven Form einem Bildungsdrang, in seiner niedrigsten Form der Neugier und Klatschsucht entspringen. Der Inhalt einer Zeitung oder Zeitschrift wird davon mitbestimmt, welche Erscheinungsform des Publikums-wunsches nach Unterrichtung durch den Abdruck von Wort- und Bildnachrichten befriedigt werden soll. Die Entscheidung dieser Frage wird von Redaktion und Verlag getroffen. Der Bildreporter muß diese Entscheidung, welche die „Hauspolitik“ festlegt, von Fall zu Fall durch Zeitungs- und Zeitschriften-Lektüre und durch persönlichen Kontakt kennenlernen. Er wird daraus Schlüsse ziehen, die bei der Wahl seiner Themen maßgebend sind. Auch in diesem Falle zeigt sich die enge Abhängigkeit der Arbeitsvorgänge Themenwahl und Angebot.

Das Bedürfnis nach Unterrichtung, das sich in der Form des Bildungsdranges äußert, wird z. B. durch Wort- und Bildnachrichten befriedigt, die den Fortschritt auf allen Gebieten des Lebens, der Kultur und der Zivilisation betreffen. Viele Ereignisse und Erscheinungen, die unter das Stichwort „Fortschritt“ fallen, sind ohnehin ihrer allgemeinen Bedeutung und Folgeschwere wegen für eine Berichterstattung lohnend. Dazu gehören Erfindungen und Entdeckungen, die für die Allgemeinheit bedeutungsvoll sind, weil durch ihre Auswirkungen jeder einzelne oder größere Publikumsgruppen betroffen sind. Als Beispiele können hier gelten: Erfindungen auf verkehrstechnischem Gebiet, Erfindungen für den „kleinen Mann“ (für den Haushalt, für die Reise und Freizeitgestaltung usw.), Entdeckungen auf medizinischem Gebiet (soweit sie der Heilung allgemein bekannter Krankheiten dienen), Entdeckung umfangreicher Vorkommen von Bodenschätzen, die die Wirtschaft eines ganzen Gebietes beeinflussen können. Ein weiteres Beispiel sind auch modische Neuerungen, soweit sie die Gebrauchsmode, die „Mode, die jeder tragen kann“, betreffen — oder auch jene extravaganten Modelle, die unsere Frauen selbst dann brennend interessieren, wenn sie ihnen nur in ihren Träumen zugänglich sind . . .

Andere Ereignisse und Erscheinungen, die sich unter dem Stichwort „Fortschritt“ einordnen lassen, sind für die Allgemeinheit weniger folgenschwer, vielleicht einem Kreis von Fachleuten sogar längst bekannt, aber dennoch als Themen für die Berichterstattung geeignet. Entsprechende Veröffentlichungen kommen nämlich dem Wunsch des bildungs-

hungrigen Lesers entgegen, sich auch über seinen eigenen Lebenskreis nicht direkt berührende Probleme zu unterrichten. Hier sind es beispielsweise neuartige Produktionsmethoden der Industrie, die sich für die Bildberichterstattung auch besonders wegen der optisch interessanten Darstellungsmöglichkeit moderner Geräte und Maschinen eignen. Bildnachrichten über Expeditionen, über Entdeckungen bei Ausgrabungen, über neue Arbeiten bekannter Künstler können als weitere Beispiele angeführt werden. Der Bildungsdrang der Leser wird von manchen Redaktionen sogar so hoch eingeschätzt, daß sie Wort- und Bildberichte veröffentlichen, denen sowohl die Aktualität als auch das Kennzeichen des Fortschrittes fehlen, die aber trotzdem vom bildungsdurstigen Leser als interessant empfunden werden. Als Beispiele seien angeführt: Das Leben fremder Völker, Erscheinungen im Tier- und Pflanzenreich, Schilderung der Fabrikation bekannter Erzeugnisse, die Tagesarbeit in verschiedenen ausgefallenen Berufszweigen (Leuchtturmwärter, Tierpräparator, Kunsthandwerker usw.). Derartige Berichte bringen dem Fachmann nichts Neues, die Themen sind in der Fachliteratur vor Jahren und Jahrzehnten ausführlich behandelt. Trotzdem werden sie immer wieder von einer bestimmten Gruppe von Zeitungen und Zeitschriften gerne gebracht, deren Leser als besonders bildungshungrig eingeschätzt werden.

Der Wunsch nach Unterrichtung, der in der Neugier und der Klatschsucht wurzelt, wird am ehesten durch Berichte über Ereignisse gestillt, in denen thematisch die Elemente „Liebe“, „Kampf“ und „Gefühl“ enthalten sind. Auch hier handelt es sich in erster Linie um Ereignisse und Erscheinungen, die den Leser selbst nicht direkt betreffen. Sie sind jedoch von großem Interesse für Leser-Gruppen, bei denen das wohl in jedem Menschen schlummernde Bedürfnis, „die Nase in fremde Angelegenheiten zu stecken“, besonders stark ausgeprägt ist. Zeitungen und Zeitschriften, die diesen Publikumskreis in erster Linie ansprechen wollen, wählen Nachrichten, Berichte und Bilder nach Gesichtspunkten zur Veröffentlichung aus, die den in der berüchtigten Reporter-Anweisung der „Washington Times“ niedergelegten Gedanken ähneln. In dieser Anweisung aus dem Jahre 1927 heißt es, daß der Leser am stärksten an Ereignissen interessiert sei, die seine primitivsten Regungen ansprechen und die Elemente „Selbsterhaltungstrieb“, „Fortpflanzung“ und „Ehrgeiz“ enthalten. Unter das Stichwort „Selbsterhaltung“ fallen Berichte und Bilder über Morde, Unfälle, Schlägereien. Das Element „Fortpflanzung“ wird durch Schilderungen von Liebesaffären, Sexual-Morden, Heiraten und Verlobungen angesprochen. Den Ehrgeiz weckt alles Geheimnisvolle und Rätselhafte (z. B. unaufgeklärte Verbrechen, unbegreifliche Vorgänge wie Mißgeburten und Spuk-Erscheinungen). Die „Washington Times“ teilte dazu mit, daß sie ihre Seiten für die große Masse der Leser fülle und alle Meldungen bewußt zurückdränge, die keines der drei genannten Elemente enthalte. Man übergehe Dinge, die nur wichtig, nicht aber im skizzierten Sinne interessant seien.

Wer die Tätigkeit des Journalisten und Bildberichterstatters nicht nur als eine beliebige Form des Broterwerbs ansieht, wer sich ein wenig der Verantwortung bewußt ist, die er als „Auge“ seiner Mitmenschen der Gesellschaft gegenüber trägt, wird jedoch nicht in dieser Weise auf die primitivsten Regungen des Publikums spekulieren. Ein Bildjournalist kann positive Seiten ansprechen und wird trotzdem auch finanziell zu seinem Recht kommen. Die ausgesprochene Sensations-Presse, deren redaktionelle Richtlinien der Anweisung der „Washington Times“ ähneln, ist in Deutschland (wie in jedem Land) in der

Minderheit. Dem verantwortungsbewußten Journalisten, der die primitivsten Themen meidet, steht eine weit größere Anzahl von Zeitungen und Zeitschriften offen, die sich gleich ihm bemühen, eine seriöse Berichterstattung auszuüben.

Nun ist die Berichterstattung über die Themen, die z. B. die Elemente „Kampf“ (Selbsterhaltung) oder „Gefühl“ enthalten, keineswegs grundsätzlich zu verurteilen. Welcher bedeutende Unterschied besteht beispielsweise zwischen der Schilderung einer Schlägerei in einem Hafenviertel und dem Bericht über die Errettung eines ertrinkenden Kindes ... obgleich in beiden Fällen eine Einordnung unter das Stichwort „Selbsterhaltung“ möglich ist. Die Wort- oder Bildnachricht von der Schlägerei mag manchen Lesern einen angenehmen Schauer über den Rücken jagen, führt aber zu keiner positiven Schlußfolgerung. Der Bericht über die Rettung des Kindes hingegen verschafft dem mutigen Retter berechnete öffentliche Anerkennung und spornt jeden einzelnen Leser an, sich in ähnlichen Situationen ebenso uneigennützig zu verhalten. Das Element des Gefühls, das in vielen Berichten der Sensations-Presse enthalten ist („Böse Stiefmutter quält kleines Kind“, „Blindenführhund wurde erschossen“, „Altes Mütterchen weint um verunglückten Sohn“), kann auch Bestandteil von Reportagen sein, die durchaus als „seriöse“ Berichterstattung anzusehen sind. Wort- und Bildberichte über das Schicksal der durch Naturkatastrophen obdachlos Gewordenen, über die an Kinderlähmung Leidenden, über die Kriegsblinden lösen Mitgefühl — das sollte der einzige Grund zur Schilderung des Unglücks anderer sein — und damit den Wunsch zur Hilfeleistung aus.

Wie schon diese einfachen Beispiele zeigen, laufen die Grenzen zwischen „seriösen“ und „unseriösen“ Themen ineinander, und oft ist es nur die Ausführung der Reportage, die das abschließende Urteil zuläßt. Außerdem können die meisten Themen gleichzeitig nach mehreren Gesichtspunkten eingeordnet werden, so daß es auch von Bedeutung ist, welches Element bei der Berichterstattung betont wurde.

Der Unterhaltung des Publikums dient die Behandlung von Themen, die einen Gehalt an Dramatik, Kuriosität und Humor besitzen. Das dramatische Element, das sich oft auch unter dem Stichwort „Kampf“ (Selbsterhaltung) einreihen läßt, ist in allen Geschehnissen enthalten, bei denen nach landläufiger Ansicht „etwas los ist“. Der erbitterte geführte Boxkampf, der Sportler, der sich trotz einer Verletzung zum Ziel schleppt, der Hund, der auf einer Eisscholle den Fluß hinuntertreibt, der Lokomotiv-Führer, der im letzten Augenblick den Zug vor dem aufgerissenen Gleis zum Stehen bringt — das sind Themen, die den Leser wegen ihres Gehaltes an Dramatik unterhalten.

Den gleichen Effekt erzielen Bildberichte über kuriose und lustige Ereignisse. Auch hier gibt es Unterschiede zwischen der plumpen „Holzhammer-Methode“ (z. B. Darstellung des als Mensch verkleideten Hundes) und der Schilderung lustiger Dinge (Beispiele: Glatzköpfiger Pudelpesitzer mit seinem prachtvoll behaarten Hund, das Schild „Zelten verboten“ auf der überschwemmten Wiese, der einzige zivile Hut unter militärischen Kopfbedeckungen im Konferenz-Saal). Meist besteht der (fotografierbare) Humor aus Gegensätzen, die schon durch ihr gleichzeitiges Auftreten Heiterkeit erzeugen. Auch durch Anwendung technischer Mittel (Verzerrungen, Foto-Montagen, absichtliche Verarbeitungsfehler) können Fotos entstehen, die als lustig und unterhaltsam empfunden werden.

Unterhalten im weiteren Sinne läßt sich der Leser schließlich noch durch das „schöne“ Bild, das ihn allein als kleines Kunstwerk, durch die Wahl einer besonders interessanten

Perspektive usw. zum Betrachten reizt. In den meisten dieser Fälle begnügt man sich nicht mit der fotografischen Wiedergabe irgendeines beliebigen Gegenstandes oder Ereignisses, sondern versucht zusätzlich das Element der Aktualität aufzunehmen. Beispiele hierfür sind die zahlreichen jahreszeitlich gebundenen Landschaftsbilder, die etwa den Beginn einer Jahreszeit anzeigen sollen (Aktualität), gleichzeitig aber als Fotos von erheblichem illustrativen Wert gelten können (Unterhaltung). Fast jede Zeitung oder Zeitschrift bringt in der Weihnachtszeit Bilder von verschneiten Dorfkirchen und Schneelandschaften, von der Weihnacht in fernen Ländern, und im Frühjahr erscheinen Fotos von der Blütenpracht an der Bergstraße, von Oster-Lämmern usw. Gelegentlich wird der Gesichtspunkt der illustrativen Darstellung auch mit anderen Elementen einer Bildnachricht verbunden. (Beispiel: Die „allgemein bedeutungsvolle“ Nachricht von der Einweihung des neuen Rathauses wird illustriert durch eine fotografisch und optisch reizvolle Aufnahme aus dem modernen Treppenhaus des Gebäudes.)

Täglich muß der Bildreporter Themen auf ihre Ergiebigkeit prüfen, sich entscheiden, ob für ihn eine Berichterstattung sinnvoll, d. h. erfolgversprechend ist. Für den Anfänger seien die wesentlichsten Bedingungen nochmals zusammengestellt, die eine Bildnachricht (Pressebild) erfüllen muß, wenn Anfertigung und Angebot lohnen sollen.

Die Bildnachricht muß sein

	<i>aktuell</i>	und	<i>allgemein bedeutend</i>
außerdem	<i>unterrichtend</i>	und/oder	<i>unterhaltend</i>
also z. B.:	folgeschwer fortbildend die Neugier befriedigend	also z. B.:	dramatisch kurios optisch reizvoll.

Informationsquellen

Wie wir festgestellt haben, beginnt die Arbeit des Bildreporters mit der Themen-Wahl. Wir haben geprüft, welche Bedingungen ein Ereignis erfüllen muß, wenn es sich als Thema für eine lohnende Bildberichterstattung eignen soll. Dabei wurde stillschweigend angenommen, daß der Bildreporter von den großen und kleinen Geschehnissen, die sich tagtäglich ereignen, Kenntnis erhält. In der Praxis aber ergeben sich in diesem Zusammenhang erhebliche Schwierigkeiten. Ohne eigenes Zutun erfährt der Bildreporter von den meisten Ereignissen nur wenig oder erst so spät, daß sich eine Bildberichterstattung nicht mehr lohnt. Die Themensuche, die Jagd nach neuen Dingen und Ereignissen, muß organisiert werden. Der Bildberichterstatter muß eine Möglichkeit finden, alles, was ihn als Journalisten interessieren könnte, schnell und umfassend zu erfahren. Er muß Informationsquellen besitzen.

An erster Stelle — weil am einfachsten zugänglich — stehen die Zeitungen. Bei der Auswertung des hier gebotenen Informationsmaterials ist allerdings einige Übung erforderlich. Vieles, ja das meiste, was in der Zeitung steht, hat sich bereits ereignet und ist damit für eine Bildberichterstattung uninteressant. Bilder, die erscheinen, sieht sich der Fotoreporter aufmerksam an, fotografiert sie aber nicht nach. Dies wäre ein Diebstahl am geistigen Eigentum eines Kollegen. Das Kennzeichen der mit Überlegung betriebenen Zeitungs-Auswertung liegt darin, daß auch die unscheinbarsten Meldungen auf ihre Bedeutung für Aufnahmemöglichkeiten überprüft werden.

Ein Beispiel aus der Lokal-Bildberichterstattung: Eine Zeitung veröffentlicht einen Bericht über die letzte Sitzung des Stadt-Parlamentes. In dem Artikel wird unter anderem darauf hingewiesen, daß die Abgeordneten dem vorgeschlagenen Bau eines neuen Rathauses zugestimmt haben. Diese Tatsache ist für jeden Einwohner der betreffenden Stadt, d. h. für jeden Leser der Lokal-Zeitungen, interessant und könnte Möglichkeiten für die Bildberichterstattung in sich bergen. Der aufmerksame Fotoreporter erkundigt sich zunächst bei der städtischen Baubehörde und erfährt den Namen des mit dem Rathaus-Bau beauftragten Architekten. Gleichzeitig hört er, daß das alte Rathaus in allernächster Zeit abgerissen werden soll. Hier ergibt sich bereits die Gelegenheit zu einer Aufnahme von dem bisherigen Rathaus, die — versehen mit der Mitteilung über den bevorstehenden Abbruch — Nachrichtenwert hat. Der mit dem Neubau beauftragte Architekt stellt für eine weitere Aufnahme ein Modell des neuen Rathauses zur Verfügung. Er teilt den Tag der Grundsteinlegung durch den Bürgermeister mit, den sich der Bildreporter in seinem Termin-Kalender notiert. Die eine oder andere Zeitung wird an einem Porträt-Bild des Architekten interessiert sein, der dem Bildberichterstatter im Laufe der sich ergebenden Unterhaltung erzählt, daß er mit dem Bau eines Theaters für die Landeshauptstadt beauftragt sei. Der Architekt selbst entpuppt sich also plötzlich ebenfalls als „Informations-Quelle“.

Wir wollen bei der Zeitung bleiben. An anderer Stelle des Blattes schildert ein Korrespondent, daß ein Ex-Weltmeister in einem benachbarten Dorf Versuche im Tabak-Bau auf einem Grundstück anstellt, das er sich von der letzten Kampf-Börse gekauft hat. Auf der Lokal-Seite steht eine winzige Notiz, nach der Frau Mathilde Oberhuber demnächst neunundneunzig Jahre alt wird. Der Bildreporter, der seine Zeitung richtig auszuwerten versteht, notiert sich den Namen und die Anschrift des Ex-Weltmeisters, um ihn gelegentlich einer bereits geplanten Fahrt in die Umgebung aufzunehmen. (Wichtig: Besuch vorher anmelden!) Nicht nur in seiner engeren Heimat dürfte eine Bildreportage über die Tabakbau-Versuche und das Privat-Leben des international bekannten Sportlers interessieren. Frau Mathilde Oberhuber dagegen wird in den Termin-Kalender eingetragen. Bleibt sie weiterhin rüstig, wird sie im kommenden Jahr ihren hundertsten Geburtstag feiern — ein kleines Ereignis, das jeder Lokal-Redakteur durch den Abdruck eines Bildes der greisen Jubilarin würdigen wird.

Der erwähnte Termin-Kalender ist eines der wichtigen Hilfsmittel des Journalisten, der unmöglich alle in der Zukunft liegenden Ereignisse im Kopf behalten kann. Der Termin-Kalender hilft ihm bei der Vorbereitung und erinnert rechtzeitig an Verabredungen und geplante Aufnahmen. Er wird wesentlich ergänzt durch eine Liste der „Veranstaltungen in Deutschland“, die von der „Deutschen Zentrale für Fremdenverkehr“ (ZfV) in Frankfurt a. M., Beethovenstraße 69, auf Wunsch geliefert wird. Diese Liste enthält alles, was in der Bundesrepublik an Messen, Tagungen, Ausstellungen, Konzerten, Feiern, Volksfesten usw. für den Bildreporter wichtig und interessant sein könnte. Im Termin-Kalender werden auch Hinweise auf die „Themen-Mappe“ festgehalten. In dieser Mappe liegen geordnet beschriftete Notiz-Zettel, Zeitungsausschnitte usw., die über Themen berichten, die irgendwann einmal in Bilder umgesetzt werden könnten. Mit dieser vorsorglich angelegten Themen-Sammlung muß es z. B. möglich sein, Zeiten zu überbrücken, in denen ein Mangel an interessanten Neuigkeiten herrscht. In erster Linie enthält die Themen-Mappe deshalb Hinweise auf Dinge, die längere Zeit bestehen und aktuell bleiben. Im benachbarten Bergwald lebt beispielsweise der letzte Köhler Süddeutschlands. In näherer Umgebung wird an einem Stauwerk oder einer wichtigen Autobahn-Verlängerung gearbeitet. Eine Bahnlinie wird elektrifiziert. Ein weltbekannter Maler hat sich in einem Dorf zur Ruhe gesetzt. Die Themen-Mappe soll so angelegt sein, daß ihr der Bildreporter Aufnahme-Tips „für unterwegs“ entnehmen kann, wenn er beispielsweise den Auftrag erhalten hat, in einer benachbarten Stadt zu arbeiten. Auf dem Hin- und Rückweg kann er dann sozusagen im Vorbeifahren noch einige Aufnahmen machen, die ihm vielleicht ein zusätzliches Honorar verschaffen.

Die Zeitung kündigt dem Bildberichterstatte große Ereignisse auf politischem, kulturellem und sportlichem Gebiet an. Der Anzeigenteil, in dem z. B. auf Parteiversammlungen, Theateraufführungen und Sportveranstaltungen hingewiesen wird, kann ebenfalls ergiebig sein. Die Zeitung als Informations-Quelle besitzt nur einen Nachteil: sie wird auch von anderen Bildberichterstatte gelesen und ausgewertet. Da heißt es eben, noch mehr zwischen den Zeilen zu lesen und schneller und besser zu kombinieren als andere.

Dem Wirtschaftsteil einer Zeitung ist beispielsweise zu entnehmen, daß der Stapellauf eines großen Schiffes am kommenden Sonnabend stattfindet. Am Sonnabend werden aber keine Zeitungen gedruckt — Redaktionsschluß für die Wochenend-Ausgaben ist der

Freitagabend. Am Montag gehört der Stapellauf längst der Vergangenheit an und wird wahrscheinlich völlig vom Sonntags-Sport in den Hintergrund gedrängt. Der Bildreporter besucht also schon am Donnerstag oder Freitag die Werft, um rechtzeitig ein Bild des neuen Schiffes anbieten zu können.

Von der im Falle des Stapellaufes angestellten Überlegung bis zum „Vorschau-Bild“ ist es kein weiter Schritt. Bedeutende Ereignisse werden nicht nur längere Zeit vorher in den Zeitungen angekündigt, sondern auch von den Veranstaltern vorbereitet. Diese Vorbereitungen lassen sich bereits fotografieren. Beispiele: Sportplätze werden für sportliche Groß-Ereignisse (Meisterschaften, internationale Wettkämpfe) vorbereitet. Die Sportler trainieren. Für die kommenden Wahlen werden Wahlbüros eingerichtet und Plakate geklebt. Künstler und Handwerker bereiten den Rosenmontagszug vor. In den Messe-Hallen werden die Stände für eine große Industrie-Ausstellung aufgebaut. Polizei und Verkehrsbetriebe entwerfen „Schlachtpläne“, um den zu erwartenden Publikums-Ansturm bewältigen zu können.

Gelegentlich lassen sich vor einem Ereignis statt ausgesprochener Vorschau-Bilder auch Aufnahmen machen, die sich zur Illustrierung der Meldungen vom Ereignis selbst eignen. Sie können bei den Redaktionen bereits vorliegen, bevor die Nachricht über das Ereignis eingeht. Beispiel: Noch während der Vorbereitungszeit lassen sich auf einer Messe besonders eindrucksvolle Ausstellungsgegenstände fotografieren. Diese Bilder werden rechtzeitig verschickt und können zusammen mit der Meldung „Industrie-Messe in Ypsilon eröffnet“ gedruckt werden.

Besonders vorteilhaft ist es für den Bildreporter, wenn er Informationen durch die Redaktion einer Zeitung oder Nachrichten-Agentur erhalten kann, bevor die betreffenden Meldungen veröffentlicht werden. Offiziell wird dies allerdings wohl nur dann möglich sein, wenn er ohnehin eng mit der Redaktion zusammenarbeitet. Auf alle Fälle sichert ein enger Kontakt zu den Kollegen in den Redaktionen nicht nur die Belieferung mit Informationen, sondern auch mit Hinweisen, ob und in welcher Form ein bestimmtes Thema aufgegriffen werden soll, ob bereits ein Fotograf mit der Beschaffung der Bilder beauftragt wurde usw.

Eine weitere, wichtige Informations-Quelle bildet der Rundfunk. Der Nachrichtendienst mit den Welt-Nachrichten ist verhältnismäßig unergiebig, obgleich natürlich auch hier Meldungen veröffentlicht werden, die der Fotoreporter auswerten kann. Interessanter dürften dagegen die Sendungen wie „Die Rundschau aus dem Hessen-Land“, „Zwischen Rhein und Weser“, „Der Stadtreporter“ usw. sein. Hier wird über Dinge berichtet, die im Bereich auch des in einem räumlich begrenzten Gebiet arbeitenden Bildberichterstatters liegen.

Auch den Kalender sollte der Fotoreporter aufmerksam studieren. Mit den Jahreszeiten wechselt das Gesicht der Natur, ändern sich die Gewohnheiten und die Kleidung der Menschen, Feste kommen und gehen. Jeder Zeitungsleser erwartet von seinem Blatt, daß es ihm nicht durch eine nüchterne Notiz ankündigt „Heute ist Frühlingsanfang“, sondern durch ein Bild beweist „Der Frühling hat begonnen“. Die Redakteure, die Kunden des Bildreporters, wissen das. Deshalb suchen sie ständig Bilder, die diese jahreszeitlichen Standard-Themen darstellen. Ostern, Pfingsten und Weihnachten, Konfirmation, Totensonntag, Muttertag — alles läßt sich fotografieren und verkaufen. Letzteres ist allerdings meist erst im folgenden Jahr möglich. Ein „echtes“, diesjähriges Oster-Bild zum Beispiel

könnte erst in einer nach den Feiertagen erscheinenden Zeitung gedruckt werden. Am Dienstag nach Ostern aber ist das Fest bereits vergessen. Es müssen also zunächst Zeit und Geld investiert werden — der Erfolg stellt sich erst ein Jahr später ein. Da Saison-Bilder jedoch meist mehrere Jahre hintereinander oder sogar „für immer“ verkäuflich bleiben, lohnt es sich, während eines Jahres einmal alle anfallenden Themen dieser Art zu bearbeiten (Termin-Kalender!).

Je nachdem, mit welchen Spezial-Gebieten sich der Bildreporter beschäftigt (auf die Dauer ist eine Spezialisierung nicht zu vermeiden!), muß der Kontakt mit Behörden, Pressestellen öffentlicher Institutionen und mit der Wirtschaft, der Polizei, der Feuerwehr, der Universität, mit dem Theater, dem Fußballklub, den Modehäusern usw. aufgenommen und gepflegt werden.

Je persönlicher sich der Kontakt gestalten läßt, desto bessere Informationen erhält man. Es erfordert viel Geschick, Einfühlungsvermögen und Takt, diese Fäden auch zu Menschen und Institutionen zu knüpfen, die auf Erwähnung in der Presse keinen Wert legen und sich deshalb „pressefeindlich“ gebärden. Der Bildreporter besitzt allerdings einen erheblichen Vorsprung vor seinen Kollegen von der Wort-Berichterstattung: er kann seine „Themen-Kühe“ mit Fotos füttern. Jeder freut sich über hübsche Vergrößerungen — besonders, wenn er selbst „mit drauf“ ist . . . und zahlt mit Tips zurück. Fotos, die versprochen werden, müssen auch übersandt werden. Leider sind manche Bildreporter mit Zusagen dieser Art sehr großzügig . . . solange sie etwas wollen und Unterstützung brauchen. Später sind die Versprechungen dann schnell vergessen — und die, denen Bilder zugesagt wurden, mit Recht verschnupft. Das bekommen gewöhnlich alle Bildberichterstatter zu spüren. Deshalb gehören auch derartige Liefertermine in den Termin-Kalender. Überhaupt sollte der nach Themen und Tips jagende Bildjournalist bestrebt sein, sich bei seinen Informations-Lieferanten so angenehm wie möglich zu machen. Das bedeutet unter anderem auch, daß er nicht lästig werden soll. Ein kurzer Anruf, ein (sehr kurzer) Besuch genügen, um die Erinnerung an den Fotoreporter und seinen ständigen Bedarf an Neuigkeiten wachzuhalten.

Die „alten Hasen“ haben sich im Laufe der Zeit eine ganze Herde von „Themen-Kühen“ zugelegt. Es handelt sich für den Bildreporter nicht nur darum, ständig Neuigkeiten zu erfahren. Oftmals ist es für ihn ebenso wichtig, beim Bekanntwerden einer neuen Tatsache den richtigen Mann zu kennen, der ihm das notwendige Fachwissen vermittelt, damit die Berichterstattung nicht ungetrübt von jeder Sachkenntnis erfolgt. „Gewußt, wo“ ist auch in diesem Fall unbezahlbar.

Pressestellen, die von Amts wegen zur Herausgabe und Weiterleitung von Informationen für die Presse verpflichtet sind, werden gewöhnlich überlaufen. Ihr Wissen ist schnell Allgemeingut. Die dort erhältlichen Informationen haben aber den Vorteil, daß sie von Fachleuten geliefert werden, die sich auf dem betreffenden Sachgebiet gründlich auskennen. Zudem zeigen sich die meisten Presse-Stellen auch Sonderwünschen gegenüber aufgeschlossen, vermitteln Aufnahmemöglichkeiten und können korrektes Text-Material für die Betextung der aufgenommenen Bilder liefern.

Soviel zu den Themenmöglichkeiten, die sich systematisch erarbeiten lassen — eine Tätigkeit, welcher der Beginnende nicht genug Aufmerksamkeit widmen kann. Denn alle Reportererfahrung besagt: man muß sich nur genügend tummeln, dann fallen einem auch

Dinge zu, die zu erobern man gar nicht auszog. Aber um sich zu „tummeln“, muß man erst einmal ein Thema, muß man konkrete Aufnahmemöglichkeiten vor Augen haben, die zu verwirklichen man die gemütliche Häuslichkeit verläßt. Bei solch strebendem Bemühen knüpft sich dann das Netz der Beziehungen, der Tips immer dichter, so daß mit der Zeit immer mehr Fische in den Maschen bleiben. Nichts ist unproduktiver (außer vielleicht für notorische Sonntagskinder), als träge sich treiben zu lassen in der Anfängerhoffnung: „Es muß doch auch mir mal was Interessantes über den Weg laufen . . .!“

Daß in den höheren Etagen der Berufspyramide — also etwa bei den Stars der großen Illustrierten, deren „Währungseinheit“ nicht das Einzelbild ist, sondern der „Mehrseiter“ (also ein über zwei oder gar mehr Seiten sich erstreckender Bildbericht) — die Systematik allein bei der Themensuche nicht mehr genügt, sondern daß hier in zunehmendem Maße aparte Originalität — zunächst im Austüfteln des Themas, dann aber auch in Regie, Aufnahmetricks und sogar Betextung — im Vordergrund stehen, sei als Schlußbemerkung noch verzeichnet, auch wenn wir es bei unserer Darstellung vornehmlich mit dem allgemein Erlernbaren zu tun haben.

Denn das sei festgehalten: die äußeren Anlässe zu ermitteln, bei denen das Fotografieren lohnt, ist auf der einfachsten Stufe noch eine reine Fleißaufgabe — je höhere Ziele man sich aber steckt, um so häufiger steht man vor der Tatsache, daß Intuition, Gestaltungskraft und die Fähigkeit, gewissermaßen mit Unwägbarkeiten zu jonglieren, immer wichtiger werden. Eine erfreuliche Perspektive: hier hat die Individualität noch ein Betätigungsfeld! Sofern zu solcherart zu demonstrierender Begabung zähe Energie und eiserner Fleiß sich gesellen . . .

Die Kamera in Fesseln

Auf dem Wege zur Aufnahme eines Pressefotos — und vor allem auf dem Wege zu seiner Veröffentlichung — stehen eine Reihe von Verbotstafeln. Der Pressefotograf muß diese Verbote kennen, da auch ihn Unkenntnis nicht vor Strafe schützt. Wenn er weiß, was verboten und was erlaubt ist, kann er außerdem beim „Einschreiten“ wichtigtuerischer Funktionäre entsprechend reagieren. Die Gesetze und Vorschriften, die der Kamera gelegentlich Fesseln anlegen, sind meist durchaus begründet und vernünftig. Weniger vernünftig sind mitunter die Menschen, die sie auszulegen haben. Gegen unerfreuliche Erlebnisse, die aus dieser Tatsache resultieren, gibt es nur ein Mittel: den guten Willen auf Seiten der Journalisten und auf Seiten derer, die den Vorschriften und Paragraphen Geltung verschaffen sollen. Die Einsichtigen in beiden Lagern müssen beständig in diesem Sinne auf die Unbelehrbaren unter ihren Kollegen einwirken.

Ganz allgemein darf man überall dort ohne besondere Genehmigung fotografieren, wo dadurch nicht die Freiheiten oder Interessen anderer beeinträchtigt werden, wo es keinen „Hausherrn“ gibt, der etwas gegen eine Bildberichterstattung einwenden könnte. Es ist zum Beispiel nicht erlaubt, mitten in einer Fahrbahn die Kamera auf das Stativ aufzubauen. Der § 366 (Ziff. 9 und 10) des Strafgesetzbuches besagt nämlich, daß sich derjenige ins Unrecht setzt, der auf öffentlichen Wegen, Straßen (auch Wasserstraßen) und Plätzen Gegenstände aufstellt, hinlegt oder liegenläßt oder auf andere Weise Polizei-Verordnungen übertritt, die zur Erhaltung der Sicherheit, Bequemlichkeit, Reinlichkeit und Ruhe auf besagten Wegen, Straßen und Plätzen erlassen wurden. Schuld hat auf Grund des gleichen Paragraphen auch, wer sich zwar ordentlich und vernünftig auf dem Bürgersteig mit der Kamera installiert, aber durch sein Tun eine riesige Menschenmenge heranlockt, die ihrerseits den Verkehr behindert. Wichtig ist aber: Wer unter Verletzung des § 366 StGB. Aufnahmen gemacht hat, kann höchstens „aufgeschrieben“ und zur Ableistung einer Buße veranlaßt werden. Kamera und Filme dürfen nicht beschlagnahmt werden. Die Einziehbarkeit bezieht sich nämlich nach § 40 Abs. 1 StGB. nur auf Gegenstände, die zur Durchführung eines Verbrechens oder Vergehens gedient haben. Beim Fotografieren unter Verletzung des § 366 StGB. handelt es sich jedoch nur um eine Übertretung, bei der § 40 nicht in Anspruch genommen werden kann. Anders können die Dinge liegen, wenn Aufnahmen von militärischen Anlagen gemacht wurden. Dann treten die Gesetze über die sogenannten Schutzbereiche, über Landesverrat und Spionage und Ausnahmeverfügungen in Kraft.

Ein Fotografier-Verbot besteht aus Gründen der Erhaltung der Verkehrssicherheit auf allen im allgemeinen nicht zugänglichen Betriebsanlagen der Bundesbahn, die hier außerdem die Rechte eines Hausherrn ausübt. Bahnkörper, Rangieranlagen usw. darf man nur mit Genehmigung der dafür zuständigen Bundesbahn-Stellen betreten — mit oder ohne Kamera. Bei der Beschaffung der Genehmigung sind die Bundesbahn-Pressestellen be-

hilflich, die auch sonst meist recht entgegenkommend sind. Sie liefern auch technische Angaben, Hinweise und alle anderen Informationen, die der Bildreporter für seine Berichterstattung im Bereich der Bundesbahn benötigt.

Dort, wo man sich auch als Reisender ungestraft aufhalten darf, kann man ebenso ungestraft fotografieren: im Bahnhofsgebäude, auf dem Bahnsteig und aus dem fahrenden Zug. Aufnahmen auf dem Bahnkörper sind außerhalb der Stationen verboten. Ähnlich verhält es sich auf Flugplätzen; dort ist die Flughafen-Verwaltung zuständig. Auch wer im Besitz einer entsprechenden Genehmigung ist, muß sich verpflichten, auf dem Flughafen-Gelände vorsichtig und vernünftig zu sein.

In Flugzeugen darf man nur mit behördlicher Erlaubnis Kameras mitführen. Einer Erlaubnis, so lautet die Ausnahme zu dieser Bestimmung, bedarf es indessen nicht, wenn „das Lichtbild-Gerät so untergebracht wird, daß die Insassen des Luftfahrzeuges das Lichtbild-Gerät während des Fluges nicht verwenden können“. In der Vorschrift heißt es weiter: „Von einem Luftfahrzeug aus dürfen Lichtbildaufnahmen nur mit behördlicher Erlaubnis gefertigt werden. Lichtbilder, die von einem Luftfahrzeug aus gefertigt werden (Luftbilder), sowie danach hergestellte Vervielfältigungen, Zeichnungen oder Abbildungen dürfen nur mit behördlicher Erlaubnis in den Verkehr gebracht werden; jede Ausfertigung muß einen amtlichen Freigabevermerk tragen. Zuwiderhandlungen sind strafbar.“ (§§ 31 ff. Luftverkehrsgesetz)

Dazu gibt die Bundesanstalt für Flugsicherung ergänzend bekannt: „Die Erlaubnis zur Betätigung auf dem Gebiete des Luftbildwesens wird erteilt

1. für gewerbliche Zwecke

- a) als allgemeine Zulassung zum Luftbildgewerbe (Grunderlaubnis); sie berechtigt zur gewerblichen Betätigung auf dem Gebiet des Luftbildwesens einschließlich der Entwicklung, Vervielfältigung usw. von Luftbildern, jedoch noch nicht zur Verwendung von Lichtbildgerät in Luftfahrzeugen;
- b) als Sondererlaubnis zur Verwendung von Lichtbildgerät in Luftfahrzeugen (Aufnahmeerlaubnis). Die Aufnahmeerlaubnis kann nur Bewerbern erteilt werden, die im Besitz der Grunderlaubnis nach 1a) sind; sie gilt nicht als Flugerlaubnis. Diese ist vom Luftfahrzeughalter jeweils unter Vorlage der Grunderlaubnis und der Aufnahmeerlaubnis beim Bundesverkehrsministerium (Abt. Luftfahrt) zu beantragen.

2. Für nicht gewerbliche Aufnahmetätigkeit (Privaterlaubnis).“

In der Praxis richtet man einen entsprechenden Antrag an die für den Wohnsitz des Antragstellers zuständige oberste Landesverkehrsbehörde, die dann das weitere veranlaßt.

Größere Filmmengen dürfen übrigens im Gepäck, das man im Frachtraum der Maschine befördern will, nicht enthalten sein. Am besten führt man Negativmaterial während eines Fluges in einer Aktentasche bei sich.

Vor Aufnahmen in einem Hafengelände, das normalerweise nicht zugänglich ist, muß die Genehmigung der Hafenbehörde oder auch der Gesellschaft (Werft) eingeholt werden, welcher der betreffende Hafenabschnitt untersteht. An Bord von Schiffen gibt allein der Kapitän die Erlaubnis zum Fotografieren. Selbst der Schiffseigner kann — wie auch in anderen Fällen des internen Schiffsbetriebes — nur Empfehlungen aussprechen.

Die Bundespost will nicht nur vor der Aufnahme von Post- und Fernmeldeeinrichtungen um Erlaubnis gefragt werden, sondern verlangt auch für diese Erlaubniserteilung Abzüge der hergestellten Fotos. Früher mußte man je zwei 13×18-cm-Vergrößerungen jeder gemachten Aufnahme liefern. Seit 1953 begnügt sich die Post mit je zwei Vergrößerungen der Fotos, die von einer Redaktion angekauft wurden. Der Deutsche Journalisten-Verband hat dazu mit dem Bundespostministerium vereinbart, daß der Bildreporter bei Übersendung seiner Abzüge wenigstens eine angemessene Entschädigung mit der Post aushandeln kann, wenn die Fotos in das Postarchiv aufgenommen werden. Mit diesen Bildern kann die Post dann allerdings tun, was sie will.

Dort, wo die gesamte Öffentlichkeit ungehindert Zugang hat, kann man ebenso ungehindert fotografieren. Das gilt also für Straßen, Plätze, Brücken usw. Die Einschränkungen, die sich aus dem § 366 StGB. ergeben, wurden bereits erwähnt. Allerdings darf nur fotografiert werden, was sich „bleibend“ dort befindet. Sonst kommt man mit dem Urheberrechtsgesetz in Konflikt, das in einem besonderen Kapitel ausführlich behandelt ist. Hier sei nur auf den § 20 KUG (Seite 145) hingewiesen, der ganz klar formuliert, was erlaubt und was verboten ist. In Gebäuden aller Art unterliegt das Fotografieren und damit auch der Vertrieb der Fotos der Genehmigung des Besitzers bzw. seines Beauftragten. Kompliziert wird das Problem, wenn der in den Innenräumen Verfügungsberechtigte nicht das Urheberrecht an der künstlerischen Ausstattung (Skulpturen, Gemälden usw.) besitzt und infolgedessen auch nicht darüber befinden kann. In Gemäldeausstellungen, in denen die erforderliche Fotografier-Erlaubnis des Veranstalters, nicht aber des ausstellenden Künstlers oder seiner Erben eingeholt werden kann, tut man gut daran, nie einzelne Gemälde, Zeichnungen usw. ohne Beiwerk zu fotografieren. Man geht Konflikten aus dem Weg, wenn man — was aus journalistischen Gründen ohnehin wünschenswerter ist — außer ein oder zwei Werken auch Ausstellungsbesucher usw. auf dem Foto zeigt. Nach dem Urheberrechtsgesetz könnte sonst der Künstler, dem das alleinige Recht zur Verbreitung seiner Werke zusteht, Forderungen geltend machen.

Das Verbot des Fotografierens ohne Genehmigung trifft auch auf Messen und Museen zu, die manchmal sogar das Recht zum Fotografieren auf bestimmte Einzelpersonen beschränken. Rechtlich ist bis zum heutigen Tage dagegen nichts auszurichten, so überholt solche Bestimmungen auch erscheinen mögen. Bisher gibt es meines Wissens nur eine einzige Ausnahme. Das Kultusministerium des Landes Niedersachsen hat das Fotografieren in den ihm unterstehenden Museen für jedermann gestattet. Es ist zu hoffen, daß dieses Beispiel Schule macht.

In zoologischen und botanischen Gärten kann und darf die Direktion das Fotografieren von ihrer Genehmigung abhängig machen.

Für die Bildberichterstattung bei Sportereignissen ist die Erlaubnis des veranstaltenden Vereines oder eines Organisations-Komitees erforderlich. Bei bedeutenden Veranstaltungen (Olympische Spiele, Fußballmeisterschaften usw.) wird häufig auch eine besondere Organisation gebildet, die eigene Fotografen beschäftigt und darüber hinaus Bildberichterstatte zuläßt. Die Bildreporter müssen sich dann meist verpflichten, nur für die Presse (nicht aber z. B. für Jahrbuch- oder Kalender-Verlage) zu arbeiten. Außerdem müssen sie eine bestimmte Anzahl ihrer Aufnahmen zur Verfügung stellen, die entweder honoriert oder im Austausch gegen Fotos der „amtlichen“ Fotografen entgegengenommen werden.

Das Fotografieren im Gerichtssaal — um auch auf dieses vieldiskutierte Thema einzugehen — ist von der Erlaubnis des Vorsitzenden in einem Verfahren abhängig. Denn ihm allein stehen die Leitung der Verhandlung und die sitzungspolizeiliche Gewalt zu. Eine Erlaubnis des Vorsitzenden schließt aber nicht ohne weiteres z. B. die Veröffentlichung von Aufnahmen des Angeklagten, seines Verteidigers oder der Zeugen ein. Diese können nämlich das „Recht am eigenen Bild“ geltend machen, das im Paragraphen 22 des bereits erwähnten Urheberrechtsgesetzes verankert ist. Gerade in diesem Zusammenhang sind weiterhin die §§ 23 und 24 KUG interessant, welche die möglichen Ausnahmen und deren teilweise Aufhebung behandeln (S. 145/146). Unter gewissen Umständen können jedoch Fotos von Angeklagten veröffentlicht werden, wenn diese der Aufnahme nicht ausdrücklich oder durch Gesten (Verdecken des Gesichtes) widersprechen. Abgesehen von juristischen Erörterungen ist in jedem Fall sehr gewissenhaft zu prüfen, ob sich aus menschlichen Gründen eine Aufnahme vertreten läßt. Auch ein Angeklagter ist ein — noch dazu in seiner Handlungsfreiheit behinderter — Mensch mit einem Persönlichkeitsrecht. Taktgefühl und journalistisches Verantwortungsbewußtsein müssen hier entscheiden.

Auf Friedhöfen, die öffentlichen Plätzen gleichgestellt sind, darf man wiederum alles „Bleibende“ — also auch künstlerisch ausgeführte Denkmäler — fotografieren. Nicht dagegen in sich abgeschlossene Grabanlagen. Kapellen und andere Bauten dürfen ohne Genehmigung nur von außen fotografiert werden. Das gleiche trifft auf jede Kirche zu. Das Fotografieren im Innern unterliegt der Erlaubnis des Pfarrers, dessen Unterstützung in den normalerweise verschlossenen evangelischen Gotteshäusern ohnehin benötigt wird. Das Verbot gilt aber auch für katholische Kirchen. Im allgemeinen wird die erforderliche Genehmigung jedoch gerne und schnell erteilt. Bemerkenswert ist, daß die Erlaubnis zum Fotografieren verbindlich nur von dem Geistlichen gegeben werden kann, dem die Kirche untersteht. Kirchenbehörden und Geistliche, die ihm vorgesetzt sind, können Anträge lediglich unterstützen.

Das vieldiskutierte „Recht am eigenen Bild“, das — mit wesentlichen Ausnahmen — jedem Menschen die Möglichkeit gibt, gegen die Verbreitung (nicht die Aufnahme) der ihn darstellenden Fotos vorzugehen, ist — wie bereits erwähnt — im Urheberrechtsgesetz begründet. Es wird im Zusammenhang mit diesem wichtigen Gesetz in einem der folgenden Kapitel (Seite 139) besprochen.

Am Anfang: die Idee

Fast jedes in einer Zeitung oder Zeitschrift veröffentlichte Bild findet mehr interessierte Betrachter als ein im gleichen Blatt erscheinender beliebiger Artikel Leser. Die im folgenden wiedergegebenen Untersuchungsergebnisse wurden von der amerikanischen *Advertising Research Foundation* ermittelt und von Kalish und Edom veröffentlicht.

In einer Sonntagsausgabe des großstädtischen *Milwaukee Journal* wurden nur vier Beiträge von 50 und mehr Prozent der Leser gelesen. Dagegen wurden 86 der insgesamt 123 veröffentlichten Bilder von 50 und mehr Prozent aller Leser betrachtet. Ein Drittel der abgedruckten Fotos fand sogar bei 75 und mehr Prozent der Leser Interesse.

Eine andere Untersuchung befaßt sich mit einer Tageszeitung (20 Seiten Umfang — Auflage: fast 46 000). Nur drei Artikel wurden von mehr als 50 Prozent der Leser gelesen. 13 der insgesamt 22 Bilder erregten dagegen das Interesse von 50 und mehr Prozent der Leser. Am wenigsten Anklang fand ein auf der Sport-Seite veröffentlichtes Bild von einem Baseball-Spiel. Es wurde von 14 Prozent der Leser betrachtet. Damit war das Foto immer noch erfolgreicher als elf der insgesamt 14 auf der gleichen Seite abgedruckten Sport-Meldungen, deren Leserschaft unter 14 Prozent blieb.

Zu ähnlichen Ergebnissen dürfte man bei gleichartigen Untersuchungen auch in Europa und in Deutschland kommen. Die hohen Auflagen reich illustrierter Zeitungen und Zeitschriften, der Zulauf, den Film- und Lichtbildvorführungen im Gegensatz zu Vorträgen ohne Bildbeigabe haben, beweisen, daß das Publikum dem Bild den Vorzug vor dem geschriebenen oder gesprochenen Wort gibt. Bilder sind jedem verständlich. Die Anschauung ist das Fundament aller Erkenntnis, sagte Pestalozzi. Er wollte damit die Pädagogen darauf aufmerksam machen, daß der Schüler den zu erlernenden Stoff leichter begreift und gedanklich verarbeitet, wenn er ihm optisch dargeboten wird. Ähnlich verhält es sich mit dem Pressebild: es vermittelt einen lebendigeren Eindruck von einem Geschehen als ein noch so „lebendig“ geschriebener Bericht. Fotos erzeugen beim Betrachter den Eindruck, er sei selbst „dabeigewesen“.

Nicht jede beliebige Fotografie aber besitzt die Eigentümlichkeit, dem Betrachter die Beobachtung mit eigenen Augen zu ersetzen, ihn zu fesseln, ihn umfassend über ein Ereignis oder einen Gegenstand zu informieren. Die Langeweile, die durchschnittliche Familien-Alben ausströmen, rührt nicht nur von den dargestellten Themen her. Sie liegt gewöhnlich auch darin begründet, daß den Fotos der Sonntags-Knipser das gewisse „Etwas“ fehlt, das ein Pressebild sofort zum Gegenstand interessierter Betrachtung macht.

Das gewisse „Etwas“? Worin liegt der Unterschied zwischen einem langweiligen Knips-Bild und einem guten Presse-Foto?

Der journalistisch Ungeschulte und fotografisch Ungeübte beschränkt sich meist auf die bloße Abbildung einer Person, eines Gegenstandes. Er löst das Objekt aus den räumlichen und zeitlichen Zusammenhängen heraus. Der Sonntags-Knipser, der zufällig Zeuge

eines Verkehrsunfalles wird, fotografiert den eingedrückten Kotflügel mit dem zertrümmerten Scheinwerfer. Das Bild des Fotoreporters zeigt mehr: den Fahrer des Unglücksautos neben dem beschädigten Fahrzeug, den Polizisten, die Neugierigen. Der Knipser registrierte eine der sich während des Ereignisses ergebenden Tatsachen, der Bildreporter liefert mit seinem Foto eine ganze Situationsschilderung.

Wenn Fotografen ohne journalistische Erfahrung (und Begabung) gemeinsam mit Bildreportern unter gleichen Bedingungen arbeiten, oder wenn Nicht-Journalisten (wie oft in Katastrophenfällen) als erste zur Stelle sind, zeigt sich der Unterschied am deutlichsten: er beruht auf der unterschiedlichen Aussagekraft der Fotos.

Die ersten Bilder von der Hochwasser-Katastrophe des Jahres 1956 im Weser-Leine-Gebiet stammten von „Laien“. Sie zeigten im wesentlichen nur weite Wasserflächen, denen man nicht ansah, ob es sich um friedliche Seen oder überflutetes Ackerland handelte. Erst die kurz darauf eintreffenden Bildreporter fotografierten das Ereignis „Hochwasser-Katastrophe“ nach journalistischen Gesichtspunkten: ihre Bilder zeigten das im Wasser stehende Vieh, die auf den Wellen treibenden Heubündel, das verlassene Fuhrwerk und dahinter ebenfalls die endlose Wasserfläche, die sich damit eindeutig als überschwemmtes Land auswies. (Bilder von den später anlaufenden Rettungs- und Bergungsarbeiten waren zu diesem Zeitpunkt noch nicht möglich.)

Der Nicht-Journalist „knipst“ das, was ihm gerade vor die Kamera kommt — der Fotoreporter dagegen bemüht sich, seine Fotos auch bei unbedeutenden Ereignissen zu Dokumenten zu formen. Seine Bilder wollen nicht registrieren, sondern sie sollen das Charakteristische eines Geschehens an einem bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit dokumentieren. Diese Aufgabe muß so ausgeführt sein, daß das Foto möglichst viele Fragen beantwortet, die der Zeitungsleser im Hinblick auf das betreffende Ereignis stellen kann, und daß das Bild zum interessierten Betrachten reizt.

Wir haben festgestellt, daß nur solche Themen für eine Bildberichterstattung geeignet sind, die das Interesse der Leser finden. Diese Feststellung wird jetzt weitergeführt: die Darstellung des als geeignet erkannten Themas hat so zu erfolgen, daß die Elemente, die Interesse erwecken, auch tatsächlich den wesentlichen Inhalt der aufgenommenen Bilder darstellen. Nach dem Arbeitsgang der Themenwahl handelt es sich also darum, das „Wie“ der fotografischen Darstellung zu ermitteln, bei der Aufnahme eines Bildes eine Idee zugrundezulegen und auszuführen. Die Idee, die durch ein Foto verwirklicht wird, macht dieses zu einer Aussage mit fotografischen Mitteln und hebt das Bild über das Niveau einer lediglich registrierenden Fotografie empor.

Die Idee, der Leitgedanke einer bildjournalistischen Berichterstattung, stellt sich in den seltensten Fällen „von selbst“ ein. Allerdings kommen dem journalistisch Begabten und Geschulten vor und während der Berichterstattung Einfälle, ohne daß er bewußte Gedankenarbeit leistet. Seine Spezialbegabung und seine Erfahrung lassen ihn — sobald er sich mit einem Thema beschäftigt — das Wesentliche (Interessante) schnell erkennen, und es erstehen vor seinem geistigen Auge die Darstellungsmöglichkeiten. Darüber hinaus aber und in den meisten Fällen wird die Idee nicht durch den „Kuß der Muse“ erweckt, sondern ist das Produkt einer gründlichen Auseinandersetzung mit dem Thema.

Wie bei der Themenwahl gibt es auch bei der Wahl der Darstellungsmöglichkeiten kein fertiges „Rezept für alle Fälle“. Die Ereignisse und Gegenstände, die eine Bildbericht-

erstattung lohnen, sind zu vielgestaltig und vielseitig, als daß eine „Gebrauchsanweisung“ formuliert werden könnte. Dagegen kann man durchaus die Gedankengänge erfassen, nach denen in großen Zügen die Darstellung eines Themas festgelegt werden kann, damit sich daraus eine „Idee“ entwickelt.

Bildberichte von Gegenständen sind — was die gedankliche Vorarbeit anbelangt — meist einfacher als Reportage-Bilder von ablaufenden Ereignissen. Gewiß: je mehr „passt“, desto mehr kann man fotografieren. Aber es gehört mindestens Routine dazu, beim raschen Aufeinanderfolgen von Einzelhandlungen den „richtigen Augenblick“ für eine Aufnahme zu erkennen und trotz der Notwendigkeit zum raschen Handeln einem Ereignis die charakteristischen Seiten abzugewinnen. Gegenstände — ob es sich dabei nun um ein neuartiges medizinisches Gerät, ein Auto oder einen Neubau handelt — bewegen sich nicht und lassen dem Bildreporter Zeit, an Ort und Stelle durch den Eindruck der persönlichen Anschauung eine Idee der Darstellung zu gewinnen. Zunächst einmal handelt es sich darum, zu ermitteln, welche Eigenschaften des Gegenstandes, über den berichtet werden soll, für das Publikum besonders interessant sind. Auch hier ist unter dem Begriff „Publikum“ wieder der Personenkreis zu verstehen, der die Mehrzahl der Leser der Zeitungen und Zeitschriften bildet, denen die Fotos später angeboten werden sollen. Der Bildreporter muß die Eigenschaften des Gegenstandes fotografieren, die diese Leser besonders eingehend betrachten würden, wenn sie Gelegenheit zu einer Besichtigung hätten. Das bedeutet, daß der Pressefotograf wiederum über die Interessen dieser Leser unterrichtet sein muß.

Beispiel: Kürzlich wurde der höchste Sendemast in der Bundesrepublik fertiggestellt. Die Leser der Tageszeitungen, die ja zugleich Rundfunkhörer sind, interessieren sich für dieses Thema, weil es ein außerordentliches Bauwerk (den höchsten Sendemast!) betrifft, und weil von seiner Errichtung eine Verbesserung des Rundfunkempfanges zu erwarten ist. Letzteres kann bildmäßig nicht dargestellt werden. Also konzentriert sich der Bildreporter auf die Eigenschaft „Höhe“ des Sendemastes. Er zeigt die riesige Antenne im Vergleich zu einem Gegenstand bekannter Größe (Haus, Menschen usw.) oder wählt eine andere Darstellungsmöglichkeit, welche die gewaltige Höhe des Mastes zum Ausdruck bringt (z. B. Sicht von unten schräg nach oben). Sein Kollege, der Fotos für eine radiotechnische Zeitschrift anzufertigen hat, muß von anderen Überlegungen ausgehen. „Seine“ Leser haben andere Interessen. Für diesen Publikumskreis ist die Höhe des Turmes weit weniger interessant als seine technische Ausstattung, die nach modernsten Gesichtspunkten erfolgte. Auf den Fotos müssen also die technischen Einzelheiten besonders gut zu erkennen sein.

Bei der Überprüfung der Möglichkeiten zur Darstellung eines Gegenstandes muß ein wesentlicher Punkt beachtet werden: eine bloße fotografische *Abbildung* wirkt — auch wenn sie alle interessanten Einzelheiten zeigt — unweigerlich langweilig. In Fachblättern sieht man gelegentlich solche Fotos, die zwar für den Fachmann instruktiv sind, aber sonst in keiner Weise zum Betrachten reizen. In Zeitungen und Zeitschriften, die sich an etwas breitere Leserkreise wenden, wären diese Bilder undenkbar, weil sich die gelangweilten Leser schließlich anderen, interessanter bebilderten Publikationen zuwenden würden.

Der Leser will sich durch das Betrachten von Pressebildern das Gefühl vermitteln lassen, er sei „selbst dabei gewesen“. Dieser Eindruck kann nicht entstehen, wenn er

keine Brücke aus seiner Gedankenwelt zum Bildinhalt zu schlagen vermag, weil dort Anknüpfungspunkte fehlen. Derartige Anknüpfungspunkte werden bei Bildern von Gegenständen geschaffen, indem man die Gegenstände in Aktion zeigt, indem man Personen ins Bild bringt, die sich mit den Gegenständen beschäftigen. Dadurch wird nicht nur die Darstellung des Gegenstandes selbst „lebendiger“, sondern es wird auch z. B. bei Geräten und Maschinen gleichzeitig der Verwendungszweck angedeutet. Der Leser sieht also, wozu der neue Apparat „gut ist“ und was man „damit machen kann“. Die zusammen mit dem Gegenstand dargestellten Personen ermöglichen ihm darüber hinaus, sich in diese hineinzusetzen. Es entsteht der Eindruck, man sei selbst „dabei gewesen“. Zudem ermöglicht die Anwesenheit eines oder mehrerer Menschen (oder bei kleineren Gegenständen die zusätzliche Abbildung von Händen usw.) einen Größenvergleich, den der Leser zu seiner Orientierung anstellen muß. In der Werbung sind diese Dinge seit langem bekannt: fast jedes Plakat, fast jedes Inserat, das für einen bestimmten Gegenstand werben soll, zeigt diesen Gegenstand nicht allein, sondern in Verbindung mit Menschen, ihren Köpfen oder Händen. Das Werbebild soll zwar den Kaufwunsch wecken, während das Pressebild zunächst nur den Wunsch nach eingehender Beschäftigung mit dem betreffenden Foto hervorrufen soll. In beiden Fällen aber wird das gesetzte Ziel leichter erreicht, wenn der Betrachter an den gezeigten Gegenstand gedanklich herangehen kann, indem er sich in die Rolle gleichfalls dargestellter Personen versetzt.

Besitzen die darzustellenden Gegenstände große und größte Ausmaße (Häuser, Sportanlagen, Stauwerke usw.), gelten praktisch die gleichen Gesichtspunkte: die Fotos müssen das Wesentliche (z. B. eine neue Fassade, die Kampfbahn eines Stadions, die gewaltige Stauwerk-Mauer) zeigen — und zugleich so aufgenommen sein, daß sie zum längeren Betrachten reizen. Das erreicht man beispielsweise im Falle der Mauer eines Stauwerkes, indem man diese nicht irgendwie, sondern so fotografiert, daß ihr Halbrund an der Diagonale des Bildes entlangschwingt und den Blick des Betrachters vom Vordergrund in den Hintergrund führt. Dadurch ist eine attraktive Bildwirkung erzielt, deren Reiz sich der Betrachter nicht verschließen kann.

Jeder, der sich ein wenig mit Fotografie, mit Motivgestaltung und Bildkomposition beschäftigt hat, erkennt: auch das Pressebild soll, wo immer dies möglich ist, nach den Gesetzen des „Schönbildes“ aufgebaut sein. Es handelt sich nicht darum, in der aktuellen Bildberichterstattung fotografische Kunstwerke zu schaffen — aber auch das Pressefoto ist eine bildliche Darstellung und sollte als solche den Gesetzen der Bildkomposition unterworfen sein, die hier nicht der Ästhetik, sondern der Anschaulichkeit dienen sollen. Nur mit Hilfe der fotografischen Gestaltungsmittel (Perspektive, Beleuchtung usw.) lassen sich Fotos so aufnehmen, daß sie das Interesse der Leser erwecken. Vor allem muß das Wesentliche eines Bildes dem Betrachter sofort ins Auge springen. Der Blick darf nicht hilflos auf dem Foto umherirren und nach einem Halt suchen. Deshalb müssen die Bildteile, auf die es thematisch ankommt, straff zusammengefaßt sein und dürfen nicht durch Weitläufigkeit oder stark unterschiedliche Beleuchtung zerflattern. Keinesfalls dürfen „Löcher“ vorhanden sein, Flächen also, die mit „nichts“ ausgefüllt sind und wesentliche Motivgruppen voneinander trennen.

Leider können wir auf dieses interessante Kapitel der Fotografie (nicht nur der Pressefotografie) nicht näher eingehen, das allein Gegenstand eines umfangreichen Bandes sein

könnte. Der Leser hat zudem die Möglichkeit, sich durch die Lektüre von Büchern der allgemeinen Foto-Literatur mit diesen Dingen vertraut zu machen, wenn sie ihm nicht ohnehin durch seine Tätigkeit als Berufs- oder Amateurfotograf geläufig sind.

Die Darstellung von Ereignissen (im Gegensatz zur Bildberichterstattung über „tote“ Gegenstände) geschieht ebenfalls nach dem Gesichtspunkt, daß das, was an einem Geschehen als besonders interessant beurteilt wird, aufgenommen werden muß. Dabei ergibt sich die Schwierigkeit, daß eine einmal verpaßte Gelegenheit gewöhnlich nicht mehr wiederkehrt. Der Bildreporter hat aus dem Ablauf eines Geschehens — da er ja nicht filmt — einen bestimmten Augenblick herauszuschneiden. Dieses Ereignis-Bruchstück muß so beschaffen sein, daß es für das ganze Ereignis stehen kann, daß seine Darstellung zur Darstellung des Gesamt-Geschehens wird.

Dieses Problem ergibt sich nicht nur in der Pressefotografie, sondern ist eines der Hauptprobleme jeder Form der bildlichen Darstellung. Lessing schrieb dazu in seinem „Laokoon“: „Die Malerei kann in ihren koexistierenden¹⁾ Kompositionen nur einen einzigen Augenblick der Handlung nutzen und muß daher den prägnantesten wählen, aus welchem das Vorhergehende und das Folgende am begreiflichsten wird.“ Wir können das Wort „Malerei“ durch „Pressefotografie“ ersetzen und erhalten eine Formel, nach der jedes abrollende Ereignis, von dem ein Pressebild aufgenommen werden soll, untersucht werden kann.

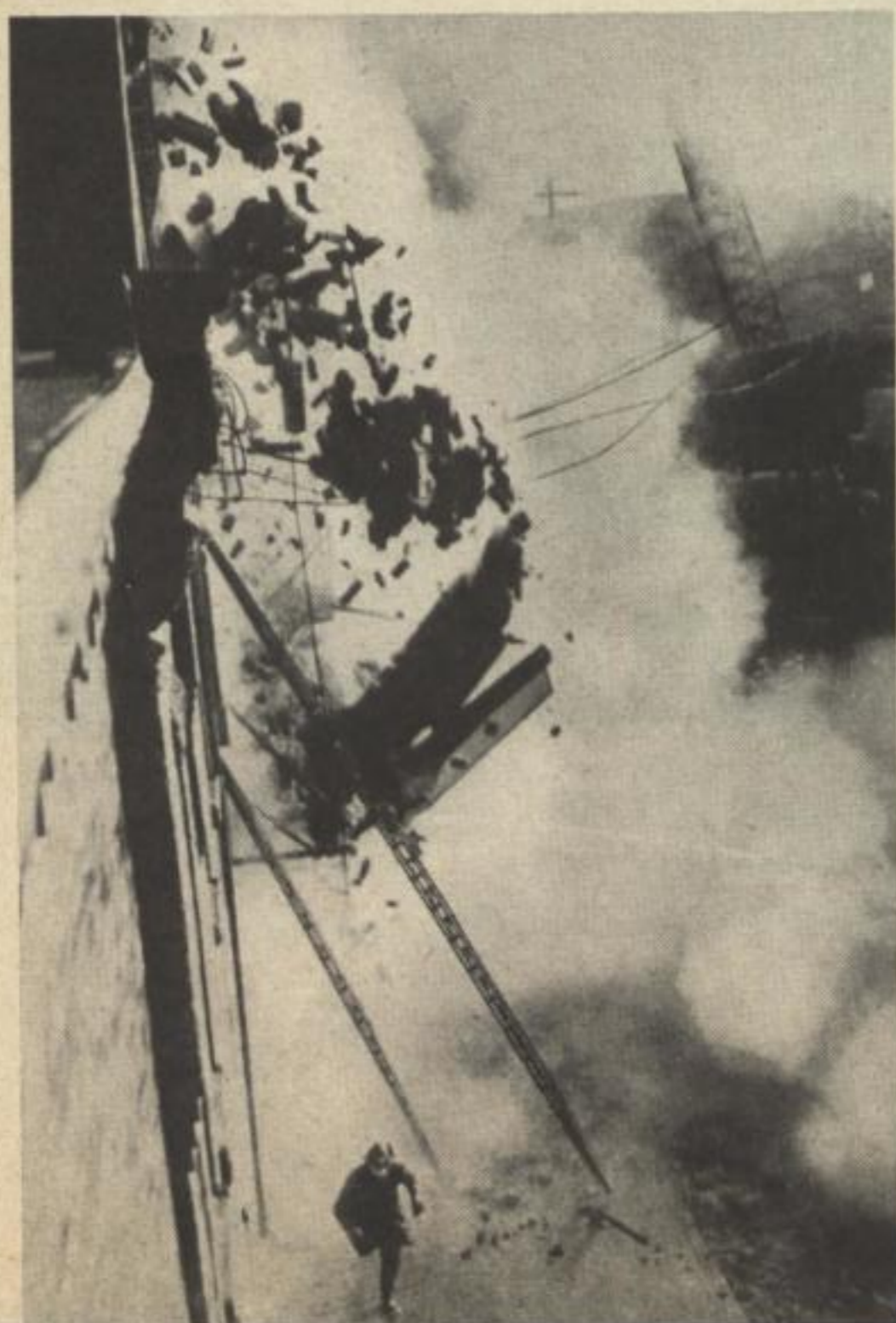
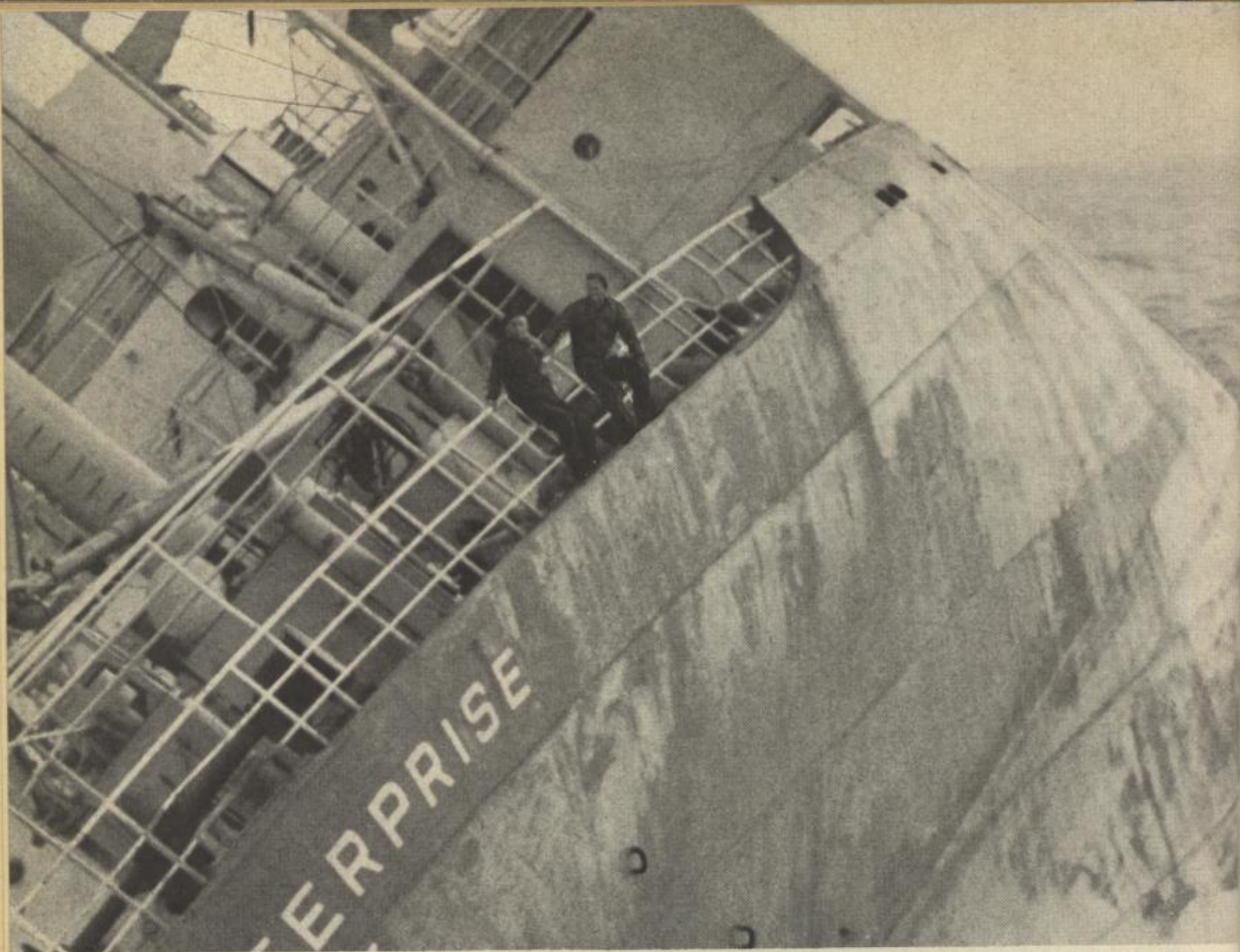
Der (für den Betrachter) prägnanteste Augenblick, aus dem das Vorhergehende und das Folgende am begreiflichsten wird, läßt sich am ehesten finden, indem man sich wiederum in den Zeitungsleser hineinversetzt. Die Fragen des Bildreporters müssen lauten: Was würde den Leser am meisten interessieren, wenn er Gelegenheit hätte, an diesem Ereignis teilzunehmen? Bei welchem Teilabschnitt des Geschehens würde er besonders aufmerksam beobachten, weil ihm diese Einzelhandlung als besonders charakteristisch für das Gesamt-Ereignis erscheint?

Wie bei der Vielfalt der Ereignisse, über die der Pressefotograf zu berichten hat, nicht anders zu erwarten ist, läßt sich auch hier keine Regel für das Auftreten des prägnantesten Augenblicks formulieren, die für alle Geschehnisse verbindlich sein könnte. Der Bildreporter muß den Ablauf einer Handlung, über die er berichten soll, mit größter Aufmerksamkeit verfolgen und dann nach den obigen Gesichtspunkten den für den Zeitungsleser interessantesten Augenblick auswählen. Da — wie schon gesagt wurde — verpaßte Gelegenheiten nicht wiederkehren, gehört oftmals eine erhebliche Reaktionsfähigkeit dazu, den als „prägnant“ erkannten Augenblick für eine Aufnahme zu nutzen. Es ist deshalb angebracht, den vermutlichen Handlungsablauf schon vor seinem Beginn vor dem geistigen Auge abrollen zu lassen und auf wahrscheinliche Höhepunkte zu untersuchen. Auch hier ist es von Vorteil, wenn man das Thema vorher mit Fachleuten, die ähnliche Ereignisse aus eigener Anschauung kennen, durchspricht. Der erfahrene Bildreporter weiß zudem aus seiner Praxis in vielen Fällen, wie dieses oder jenes Geschehen verlaufen wird und wie sich die Höhepunkte zeitlich verteilen werden. Diese Routine erleichtert ihm seine Arbeit wesentlich, kann aber dazu führen, daß er bei einander ähnlichen Ereignissen immer wieder die gleiche fotografische Einstellung wählt, so daß auf seinen Bildern praktisch nur

¹⁾ koexistierend = Zusammensein am gleichen Ort zu gleicher Zeit.



Beim aktuellen Reportagefoto spielen Feuersbrünste und Flutschäden eine große Rolle. Nicht immer bieten sie so eindrucksvolle Bilder wie die Flugaufnahme aus Amerika, bei der es sich um eine Kombination beider Katastrophenarten handelte. (Associated Press)



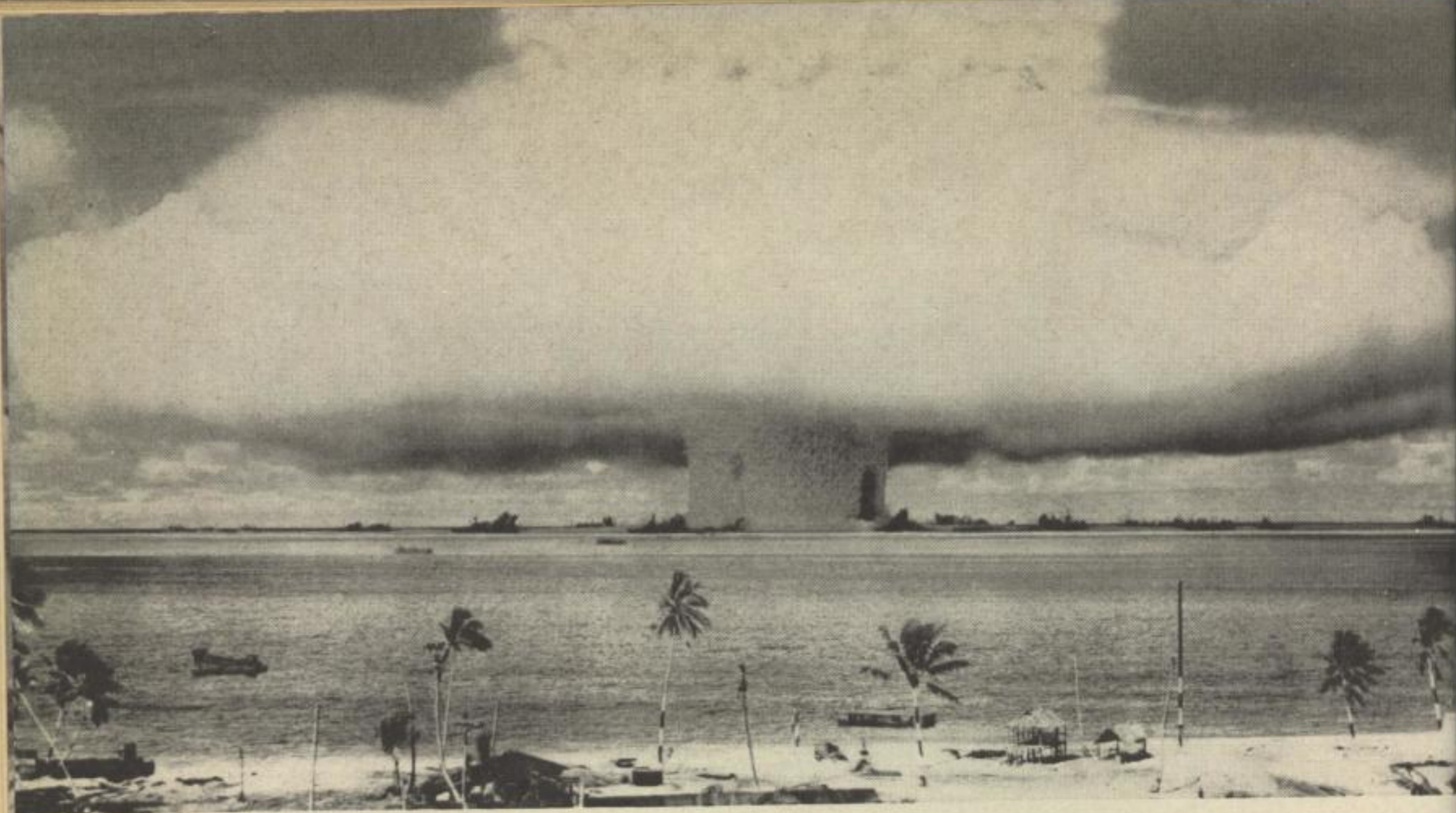
Aufregende Geschehnisse — natürliche oder menschgeschaffene — bilden den dankbarsten Themenstoff der „aktuellen“ Bildreporter. „Rangehen“ heißt die Parole, damit sie bei jenen seltenen Gelegenheiten, da wirklich Erregendes geschieht, die Vorgänge anschaulich und packend festhalten — als Ausgleich für die Monotonie der Flugplatz-Empfänge und der „Schauplatz-nach-der-Tat“-Fotos.

Oben: Die „beiden Letzten“ auf dem mit schwerer Schlagseite treibenden Schiff „Flying Enterprise“ kurz vor dessen Untergang. (Associated Press)

Links: Ein Feuerwehrmann entkommt der stürzenden Mauer eines brennenden Hauses in Philadelphia. (Associated Press)



In der Kriminalreportage sind amerikanische Fotografen „Meister“. An das Netz des Polizeifunks angeschlossen, sind sie oft überraschend schnell zur Stelle und halten, unbekümmert um menschliche Sentiments, das Geschehen „in the raw“ fest – wie hier den Täter eines Raubüberfalls und sein Opfer (sitzend). (dpa)



Die wirklich umwälzenden Weltereignisse bleiben meist der Kamera verborgen. In den Fällen jedoch, in denen die Reporter anwesend waren, entstehen Dokumente, die später die Geschichtsbücher illustrieren werden. Oben: Die erste der Atombomben-Explosionen bei Bikini. (Associated Press). Unten: Der Pascha von Marrakesch (Mitte) unterwirft sich dem Sultan von Marokko. (Assoc. Press)





Dokumente eines überraschenden Geschehens sind die Bilder, die während des Aufstands in der Sowjetzone Deutschlands vom 17. Juni 1953 fotografiert wurden. Das obere Bild entstand am Potsdamer Platz während des dramatischen Geschehens, das untere mit Telekamera während der Folgetage: die von den Aufständischen entfernte rote Fahne auf dem Brandenburger Tor wird von den Sowjets wieder aufgezogen. (Fotos: dpa)





Selten haben die Fotografen, die einen Besuch von Staatsmännern begleiten, so originelle Motive vor der Kamera, die zugleich Hintergründigkeiten der Weltpolitik optisch faßbar vor aller Augen offenbaren, wie bei dem Staatsbesuch, den Bulganin und Chruschtschow im Jahre 1955 der jungen indischen Republik abstateten. Fotos, die in jedem Land der Welt kaum der knappsten Wer?-Wann?-Wo?-Unterschrift bedürfen. (Associated Press)



Schwieriger ist die Aufgabe des Fotografen, der anlässlich einer Tagesfrage, welche diese Personen vorübergehend „ins Gerede“ bringt, Reportagebilder liefern soll, die keine „Archivporträts“ sind. Im Falle des ehemaligen Feldmarschalls Schörner (oben, dpa-Göbel) spricht die Lösung für sich selbst. Der Bundesverteidigungsminister Theodor Blank (unten) wurde fotografiert (dpa-Kammler), als er während einer Pressekonferenz zur Frage des weiblichen Hilfsdienstes ablehnend Stellung nahm.





„Aktuelle Fotos“ waren für uns lange Zeit Bilder wie dieses, das man woanders lediglich als einzelnes „human-interest“-Foto gewertet hätte. — Bunkerräumung in Düsseldorf, 1952. (dpa)

die Gesichter der handelnden Personen wechseln. Jeder aufmerksame Zeitungsleser kennt derartige Schema-Bilder, die sich immer wiederholen (Politiker schütteln einander die Hände, der Film-Star grüßt von der Gangway des Flugzeuges, der Angeklagte spricht mit seinem Verteidiger usw.). Jeder einigermaßen anspruchsvolle Bildredakteur fürchtet diese Schema-Bilder, und er wird sie unberücksichtigt lassen, wenn ihm originellere Fotos angeboten werden. Originellere Fotos — das sind Bilder, auf denen das zu sehen ist, was das betreffende Ereignis für den Leser interessant macht, was auch vielleicht durch verblüffende Perspektive seinen Blick auf sich zieht. Das sind Fotos, die nicht nur Illustration einer Meldung sind, sondern „für sich selbst sprechen“. Der einsam während der Etat-Debatte auf der Regierungsbank sitzende Finanzminister kennzeichnet die Situation „Alle gegen Einen“ besser als das übliche Übersichtsbild vom Plenum mit dem jeweiligen Redner am Rednerpult.

Der Erfüllung der Forderung, die wichtigste und interessanteste Seite eines Geschehens darzustellen, sind gewisse Grenzen gesetzt. „Die bildliche Darstellung darf das Schönheitsgefühl des Betrachters nicht verletzen“, sagte Lessing in seiner bereits zitierten Untersuchung über die Malerei, und diese Formel sollte auch für die Bildberichterstattung verbindlich sein. Fotos von schockierendem Realismus erregen den Widerwillen des Betrachters: er lehnt derartige Bilder rein gefühlsmäßig ab, sie verlieren für ihn an Interesse. Als Beispiel können in diesem Zusammenhang Aufnahmen von Verkehrsunfällen dienen. Bei einem schweren Auto-Unglück ist natürlich die eine Tatsache am „wichtigsten“, daß soundsoviele Menschen dabei ihr Leben verloren. Daraus kann jedoch nicht gefolgert werden, daß das ideale Reportagebild in einem Foto von den verstümmelten Leichen mit ihren zerfetzten Gliedmaßen besteht. Vom dadurch verletzten Schönheitsempfinden zu sprechen, wäre hier sogar noch zu wenig. Fast von selbst ergibt sich ein anderer wichtiger Gesichtspunkt, der — von einer höheren Warte aus gesehen — tatsächlich sogar bedeutender als die Zahl der Toten ist. Es läßt sich die Frage stellen: Wie entstand das Unglück? Und weiter: Wie läßt sich in Zukunft Ähnliches verhindern? Eine bildmäßige Lösung liegt bei diesem Beispiel etwa in der Darstellung des gesamten Handlungsortes mit allen zur Vorgeschichte des Unglückes gehörenden Einzelheiten (unübersichtliche Straßenecke, unbeschränkter Bahnübergang usw.). Im Text oder auch durch Einzeichnen von Linien und Markierungen wird der Ablauf des Unfalles geschildert.

Dieses einfache Beispiel läßt auch erkennen, wie man einem Reportagebild eine Idee unterlegen kann. Es wurde eine Möglichkeit der Darstellung gefunden, die auf den ersten Blick nicht zu erkennen war und sich erst nach gedanklicher Beschäftigung mit dem Thema ergab.

Die Idee, deren Verwirklichung zur Erzielung der größtmöglichen attraktiven Bildwirkung dienen soll, führt den Bildreporter oftmals dazu, ein Bild zu „stellen“. Er sucht also nicht eine geeignete Perspektive, erwartet nicht den „richtigen“ Augenblick, sondern stellt Personen und Gegenstände so auf, wie ihm dies (im Hinblick auf die Bildwirkung) wünschenswert erscheint. Er ist dabei bestrebt, eine Situation zu schaffen, die ihm für die Handlung oder den Gegenstand, über den er berichten soll, besonders charakteristisch erscheint.

Gegen das „Stellen“ von Bildern ist so lange nichts einzuwenden, wie dabei Szenen entstehen, die den tatsächlichen Gegebenheiten entsprechen oder doch stark ähneln.

Praktisch kann man ja bereits von „gestellten“ Aufnahmen sprechen, wenn ein Pressechef eine Gruppe von Politikern wieder und wieder veranlaßt, einander die Hände zu schütteln, damit jeder der anwesenden Bildreporter dieses Bild freundschaftlicher Verbundenheit aufnehmen kann. Der Sport-Fotograf „stellt“ für seine Zwecke nach Abschluß einer Veranstaltung ein Bild vom neuen Deutschen Meister beim Stabhochsprung „während der Wettkämpfe“, weil beim Ablauf der Konkurrenz selbst eine Aufnahme nicht möglich war oder die Sportler gestört hätte. Auch hiergegen ist nichts einzuwenden, da das Reportagebild ja einen Zustand zeigt, der sich tatsächlich ergeben hat, aber aus rein technischen Gründen nicht sofort fotografiert werden konnte. Oftmals beschränkt sich das „Stellen“ auch nur darauf, die beteiligten Personen und Gegenstände räumlich so „aufzubauen“, daß sie überhaupt mit einer einzigen Aufnahme dargestellt werden können, während sie „in Wirklichkeit“ durch (optisch leer wirkende) Zwischenräume voneinander getrennt sind. Bei derartigen Schönheits-Korrekturen ist allerdings schon Vorsicht geboten. Man darf beispielsweise die Arbeiter an einer Maschine nicht auf solche Weise nach „bildmäßigen“ Gesichtspunkten aufstellen, daß ihre Verteilung sämtlichen Bedienungs- und Arbeitsvorschriften widerspricht, was jedem Fachmann natürlich sofort auffallen würde.

Als Kuriosum sei erwähnt, daß es sich bei der wohl berühmtesten Aufnahme aus dem Zweiten Weltkrieg um ein „gestelltes“ Bild handelt. Das Foto, das der Fotograf Joe Rosenthal der Associated Press aufnahm, zeigt die Hissung einer amerikanischen Fahne am 23. Februar 1945 auf der hartumkämpften Marianen-Insel Iwo Jima durch US-Marine-Infanteristen. Dieses Bild, das zum offiziellen Symbol der 7. Amerikanischen Kriegsanleihe wurde, diente als Vorlage für eine Erinnerungsbriefmarke und ein Denkmal. Ursprünglich war die „echte“ Flaggenhissung einige Stunden früher von einem Sergeanten aufgenommen worden, dessen Foto jedoch nahezu unbekannt blieb.

Das „Stellen“ sollte lediglich ein Mittel zur Verbesserung der Bildwirkung bleiben und niemals zu Aufnahmen führen, die sich von den tatsächlichen Gegebenheiten soweit entfernen, daß man von Fälschungen und bewußter Irreführung der Zeitungsleser sprechen kann.

Der Spezialist

Von einem Bildreporter werden fotografisches Können und journalistische Begabung gefordert. Da er für seine Mitmenschen über Ereignisse und Dinge zuverlässig und exakt berichten soll, ist auch — neben einer fundierten Allgemeinbildung — Fachwissen notwendig. Im Wort-Journalismus hat man längst die Forderung nach dem journalistischen Universal-Genie, dem „Allround-Man“, aufgegeben und eine Arbeitsteilung im Sinne der „klassischen“ vier Zeitungs-Ressorts — Politik, Feuilleton, Wirtschaft und Sport — herbeigeführt. Dies geschah nicht zuletzt aus der Erkenntnis heraus, daß ein Journalist unmöglich auf allen Gebieten so sachkundig sein kann, wie er es im Interesse einer unanfechtbaren Berichterstattung sein sollte. Im Bildjournalismus bahnt sich allmählich eine ähnliche Entwicklung an. So sehr einerseits die Notwendigkeit des Spezialistentums zu bedauern ist, so sehr muß es andererseits gefördert werden. Nur ein Bildreporter, der sich auf einzelne Sachgebiete konzentriert hat, kann ganze Arbeit leisten. Wer über alles Bescheid wissen und berichten will, muß notwendigerweise oberflächlich bleiben. Diese Überlegung hat bereits zahlreiche Pressefotografen dazu geführt, sich nach Beendigung ihrer Lehrjahre fast ausschließlich einem Teilgebiet ihres Berufes zu widmen.

So kann das aktuelle Reportagebild im engeren Sinne zum Spezialgebiet werden. Allerdings dürfte dieser Zweig der Pressefotografie in der Hauptsache den festen Mitarbeitern der Zeitungen, Zeitschriften und Agenturen vorbehalten sein. In ihren Händen liegt zu einem großen Prozentsatz die Berichterstattung bei offiziellen Veranstaltungen, Unfällen, Katastrophen und ähnlichen hochaktuellen Ereignissen. Sie müssen ständig auf Abruf einsatzbereit sein. Selten können sie sich für einen halben Tag in ein Filmatelier setzen oder auf die Suche nach Stimmungsbildern gehen. Darin liegt die Chance für den völlig frei arbeitenden Bildreporter, der die engere Bindung an eine Redaktion scheut. Er ist also eher Herr seiner Zeit und kann dort arbeiten, wo es ihm lohnend erscheint. Er kann sich allmählich ein Revier schaffen, in dem er voll und ganz zu Hause ist.

Der Bildreporter, der sich das „Hochaktuelle“ zum Arbeitsgebiet erwählt hat, darf keineswegs vergessen, daß auch er die Ereignisse nicht schlicht registrieren soll. Obgleich er sich thematisch von der „schönen“ Fotografie entfernt hat, ist auch für seine Arbeit die Beachtung der Grundregeln attraktiver Bildwirkung wesentlich. Selbst eine Zehn-Zeilen-Meldung kann man gut oder schlecht schreiben. Ebenso verhält es sich mit den reinen Nachrichten-Bildern. Auch das „Drei-Männer-Bild“ vom Treffen prominenter Politiker läßt sich — vor allem, wenn ein wenig Glück hinzukommt — so aufnehmen, daß es zum Hinschauen zwingt. Derartige Fotos lassen sich selten „stellen“. Der Erfolg hängt in erster Linie vom Warten-Können, vom blitzschnellen Erfassen des richtigen Augenblicks und eben von der zwingenden Bildwirkung ab.

Der Vergleich mit der Zehn-Zeilen-Meldung ist übrigens gar nicht so treffend, wie es zunächst erscheinen mag. Den Wert der kürzesten Meldung kann auch der oberfläch-

lichste Redakteur erst beurteilen, nachdem er sie gelesen und durchdacht hat. Eine (wenn auch hier unbedeutende) Denkarbeit ist zu vollbringen, und ganz unbewußt erfolgt ein Sich-Einstellen auf die Meldung. Anders beim Bild. Ein Foto ist in Bruchteilen einer Sekunde zu erfassen. Ehe überhaupt ein Denkvorgang einsetzt, wird seitens des Betrachtenden Stellung bezogen. Die Entscheidung über eine Meldung erfolgt vorwiegend verstandesmäßig, die über ein Bild (wenigstens zunächst) dem gefühlsmäßigen Eindruck nach. Das Gefühl jedoch ist von Stimmungen und Launen stark beeinflusst. Auch das ist ein Grund dafür, warum das Wesentliche eines Bildes sofort ins Auge springen und das Interesse wecken sollte und warum auf „angenehme Erscheinung“ in Gestalt technischer und bildlicher Qualität Wert gelegt werden muß. Ein mißvergnügter Redakteur blättert blitzschnell einen Stapel von fünfzig Bildern von der Sorte „Kann — aber muß nicht“ durch und lehnt alle ab. Fünfzig Zeilen eines Artikels gleicher Qualität zwingen ihn zum Einlesen und Mitdenken. Er muß sich auf den Artikel einstellen. Dabei kommt ihm vielleicht eine Idee, wie er den Beitrag ansprechend „aufmachen“ kann: der Artikel wird angekauft.

Besonders ausgeprägt ist das Spezialistentum bei der *Sportfotografie*. Während man unter Umständen sogar Staatsoberhäupter dazu veranlassen kann, ein Bild zu „stellen“, ist der Presse-Fotograf auf dem Sportplatz völlig von der Verständigung mit seinen „Opfern“ abgeschnitten. Der „richtige Augenblick“ läßt sich vom Laien auf sportlichem Gebiet so gut wie gar nicht vorausbestimmen. Er übersieht die Ansätze zu entscheidenden Aktionen, die er infolgedessen verpaßt. Die besten Sportfotografen sind oder waren selbst aktive Sportler. Bei ihnen paart sich eine enge Beziehung zur Materie mit bildjournalistischem Können — auch in jedem anderen Fall eine ideale Mischung.

Die heute allgemein verbreitete Sportbegeisterung läßt dort, wo der Veranstaltungskalender reichhaltig genug ist, eine fast ausschließliche Beschäftigung mit der Sport-Bildberichterstattung zu. Im Mittelpunkt steht natürlich der Fußball-Sport, der am Montag in vielen Blättern den meisten Raum einnimmt. Die Bildnachfrage ist ganz erheblich — meist nach Fotos von lokalen Spielen. Bilder von Fußballspielen, die in anderen Städten ausgetragen wurden, interessieren gewöhnlich nur, wenn der „eigene“ Verein dort antrat oder wenn ein Spiel von besonderer Bedeutung stattfand.

Der motorisierte Bildreporter kann auch aus diesen Veranstaltungen Kapital schlagen, indem er sich vorher von mehreren Redaktionen Aufträge geben läßt. Bei Spielen in der näheren Umgebung ist er — da motorisiert — vor Redaktionsschluß zurück und liefert noch am Sonntagabend seine Vergrößerungen. Größere Entfernungen können mit Hilfe des Funkbild-Netzes der Bundespost überbrückt werden. Das setzt allerdings voraus, daß in der fremden Stadt ein Labor zur Verfügung steht. Am ohnehin arbeitsarmen Sonntagnachmittag sind Fotohändler meist zur Vermietung ihrer Dunkelkammer für die erforderliche kurze Zeit bereit. Eine Entwickler-Dose und eigene Chemikalien nimmt der Bildreporter am besten mit. Das alles — wie auch die Beschaffung der Eintrittskarten — muß natürlich rechtzeitig organisiert werden.

Auf dem Fußball-Platz arbeiten die meisten Fotografen heute mit Kleinbild-Apparaten, die mit Objektiven längerer Brennweiten (9 cm und 13,5 cm) ausgerüstet sind. Eine Standard-Entfernung wird bei möglichst kleiner Blende (wegen der Tiefenschärfe) eingestellt, dazu eine sehr kurze Belichtungszeit. Die Bestimmungen, die die internationale

Fußball-Organisation, die FIFA, über das Fotografieren bei Weltmeisterschafts- und Länderspielen erlassen hat, umreißen gleichzeitig die günstigsten Plätze für den Bildreporter. Bei diesen Spielen nämlich darf ein Fotograf „nicht näher als vier Meter an die Abseitslinie bei der Torlinie und seitwärts des Tores“ herantreten. Außerdem ist auch bei Spielunterbrechungen das Betreten des Rasens nicht gestattet. Ohne Rücksicht auf Beleuchtung und Witterung ist Blitzen verboten.

Es würde zu weit führen, auf die gesamte Sport-Bildberichterstattung im einzelnen einzugehen. Jede Veranstaltung hat Höhepunkte, die für den Bildreporter am dankbarsten sind. Sie wechseln natürlich — je nach der Sportart. So werden von Geschwindigkeitskonkurrenzen (Laufwettbewerbe, Rennen, Schwimm-Wettkämpfe usw.) in erster Linie Fotos bevorzugt, die den späteren Sieger allein oder besser gemeinsam mit seinen Konkurrenten auf der Strecke oder beim Einlauf in das Ziel zeigen. Geht ein ganzes Feld wie beim Lauf, Autorennen, Pferderennen usw. auf die Bahn, ist eine solche Aufnahme verhältnismäßig einfach anzufertigen. Wird — wie beim Bobrennen, Ski-Slalom, Jagd-Springen usw. — einzeln gestartet, muß man zunächst fast alle Teilnehmer — wenigstens aber die Favoriten — allein auf der Strecke aufnehmen und später den Sieger herausuchen. Das ist recht langwierig und läßt sich nur umgehen, wenn man sich auf ein Bild von der Siegerehrung beschränkt. Eine nicht immer befriedigende Lösung. Bei Veranstaltungen, bei denen es weniger um Siege und Rekorde geht, mag auch ein Übersichtsbild über die Kampfstätte genügen. Am besten ist es natürlich, wenn man alle Einzelheiten berücksichtigt und in vielen Einstellungen festhält. Das ist nicht immer möglich. Wie sollte man z. B. beim 100 m-Lauf, der nur Sekunden dauert, das Feld auf der Strecke, im Ziel und dann den Sieger nach dem Lauf aufnehmen. Der Sportbildreporter muß sich also vorher entscheiden und jenen Aufnahme-Standpunkt aussuchen, der am meisten verspricht.

Noch mehr als etwa auf dem Fußball-Platz ist blitzschnelles Reagieren am Boxring erforderlich. Man muß sozusagen das Gehirn ausschalten und eine direkte Verbindung Auge-Hand-Auslöser herstellen, um die entscheidenden Situationen gerade noch im Bild festhalten zu können. Wird die Beobachtung „Gleich kommt eine rechte Gerade“ erst noch dem Denkkapparat mitgeteilt, der seinerseits die den Auslöser betätigende Hand „informieren“ muß, ist es längst zu spät. — Vorsicht vor den Seilen des Boxringes ist geboten. Sie können — insbesondere, wenn sie vom Blitzlicht getroffen werden — grellweiß das Bild „durchschneiden“ oder aber häßliche Schatten werfen. Bei Nachtveranstaltungen, bei denen der Ring von großen Tiefstrahlern erhellt wird, kommt man oft ohne Blitzlicht aus. Die Aufnahmen werden dann sogar viel plastischer und stimmungsgeladener, wobei sich geringe Bewegungsunschärfen gar nicht einmal schlecht ausnehmen müssen. An Kameras wird am Boxring so ziemlich alles verwendet, was schnelles Arbeiten und großen Tiefenschärfenbereich ermöglicht.

Auch im Sportbetrieb ergeben sich immer wieder Bilder vom Randgeschehen, die neben den Fotos vom eigentlichen Ereignis Verkaufschancen haben können. In der Mehrzahl der Fälle aber trifft dies nur dann zu, wenn die Veranstaltungen eine überlokale Bedeutung besitzen und die Zeitungen mehr als ein oder zwei Bilder davon bringen wollen. Der Sportbild-Spezialist hat dank seiner persönlichen Beziehungen weiterhin die Möglichkeit, interessantes Hintergrund-Material zusammenzutragen (Einzelbilder und Serien vom

Training, von Vorbereitungen zu Großveranstaltungen, über das Privatleben bekannter Sportler usw.).

Lesern, die sich für die Sportbildberichterstattung besonders interessieren, sei unbedingt die Lektüre des ausgezeichneten Buches „Sportfotografie — ein Sport für Alle“ von Josef Makovec empfohlen, das im Umschau Verlag, Frankfurt/Main, erschienen ist. Dieses mit großer Sachkenntnis geschriebene und hervorragend illustrierte Werk beantwortet dem Anfänger alle Fragen und gibt auch dem erfahrenen Bildreporter manchen wichtigen Hinweis.

Im allgemeinen steht „der Aktuelle“ nach erfolgreichem Durchbruch zum Schauplatz des Geschehens mitten im Ereignis selbst und kann sofort fotografieren. Im *Theater* und im *Film-Studio* pflegen die Schwierigkeiten dann erst zu beginnen. Wer sich das Gebiet des Theater- und Filmbildes mit seinem besonderen Milieu zum Spezialfach machen will, muß mit einer unerhörten Portion Geduld und erheblichem Einfühlungsvermögen ausgerüstet sein. Da ist der Regisseur, dem die grundsätzliche Aufnahme-Erlaubnis abzurufen ist. Theaterleitung oder Filmverleih helfen dabei. Der Regisseur hat prinzipiell nie etwas gegen das Fotografieren ... So sagt er. Aber er darf seine Schauspieler nicht ablenken lassen, er will unbedingt gerade diese eine Szene ungestört durchproben — und vertröstet überaus liebenswürdig auf später. Ergibt sich einmal eine Pause, läuft alles in die Kantine und die Garderobe. Die Dekoration wird umgebaut oder ist überhaupt noch nicht fertig. Die Kostüme fehlen, und der große Star ist nicht gut aufgelegt.

Der Bildreporter muß warten können. Sehr oft und sehr lange. Das gilt für das Fotografieren im Theater, im Film- und Fernsehstudio besonders. Wichtig aber ist, daß der Pressefotograf während der Wartezeit den Kontakt mit allen Beteiligten — vom Bühnenarbeiter bis zum Regisseur — findet. Gelingt ihm dies, gehört er dazu und fällt nicht mehr auf. Das Wesentliche der Handlung ist ihm als freiwillig-unfreiwilligem Zuschauer inzwischen nicht verborgen geblieben: er überlegt sich einige charakteristische Einstellungen. Dank des persönlichen Kontaktes und der Kenntnis der Materie kann er sie später in den knappen Pausen realisieren. Großaufnahmen, Totale von der ganzen Szene und Randbilder gehören dazu. Bei Filmaufnahmen kann man unter Umständen bei Tageslicht (oder mit lichtstarken Objektiven bei Scheinwerferlicht) auch während des Spielablaufes fotografieren, sofern der Kamera-Verschluß geräuschlos abläuft. Der ganze Aufbau präsentiert aber seine beste Seite der Filmkamera, und gerade dort ist der Bildreporter nicht erwünscht. Also bleibt auch hier meist nur die Möglichkeit des „Stellens“ einzelner Szenen in den Pausen.

Unter diesen Umständen ist ein nur gelegentliches Arbeiten im Filmatelier, im Theater, im Fernseh-Studio selten erfolgreich. Andererseits kann man als Spezialist dort, wo die Möglichkeiten vorhanden sind, mit guten Theater- und Film-Bildern Erfolge erzielen, die den Aufwand mehr als wettmachen. Bedeutende Inszenierungen und große Filme interessieren zudem nicht nur am Ort, sondern im gesamten Bundesgebiet. Ergeben Film oder Bühnenstück keinen ausreichenden „Aufhänger“ — wie der unschöne Fachausdruck lautet —, so findet sich oft ein anderer Gesichtspunkt, unter dem die Fotos verkäuflich werden. Ein Beispiel: Handlung: uninteressant; Drehbuchautor: unbekannt; Regisseur: keine Sensation. Aber: der berühmte „Burg“-Schauspieler steht in diesem Film erstmals vor der Kamera. Oder: Am soundsovielten Drehtag feiert der beliebte Nachwuchs-Star

im Kollegen-Kreis Geburtstag. — Auch diese Dinge erfährt nur, wer sich mit den „Leuten vom Bau“ gutsteht.

Die Filmverleih-Gesellschaften überschütten die Redaktionen mit einer Flut kostenloser „Standfotos“. Ganze Filmseiten können damit ohne einen Pfennig Honorar illustriert werden. Anspruchsvolle Redaktionen begnügen sich jedoch nicht mit diesen Bildern, die auf Verteilung in Massen zugeschnitten sind und jedem etwas bieten sollen. Meist fehlt bei den Verleih-Bildern auch ein „gag“, ein journalistisch interessanter „Dreh“. Gegen dieses kostenlose Überangebot mit ähnlichen Szenenfotos konkurrieren zu wollen, ist völlig sinnlos. Es lohnt sich aber durchaus, die Schwächen des Verleihbilder-Systems auszunutzen und originellere Ideen zu verwirklichen. Im Mittelpunkt steht für den Bildreporter nicht die „weltbewegende“ Tatsache, daß wieder ein neuer Film gedreht wird (so sehen es nämlich die Film-Propagandisten). Für den Bildjournalisten ist wichtiger, daß er im Zusammenhang mit dem Ereignis „Es wird gefilmt“ eine kleine Geschichte, eine interessante Tatsache mit seinen Bildern illustriert. Gelingt es dem Bildreporter, mit seinen Fotos die Fragen zu beantworten, die der Zeitungsleser (und Kino-Besucher) im Hinblick auf neue Film-Stars, neue Filme usw. stellt, kann er des Verkaufes seiner Aufnahmen sicher sein.

Ein weiteres Sondergebiet, das sehr viel Sachkunde für die darzustellende Materie erfordert, ist die *Mode-Fotografie*. Selbst wenn man nicht mit den großen Mode-Fotografen konkurrieren will — oder gerade dann —, ergeben sich erhebliche Möglichkeiten. Es ist ein verbreiteter Irrtum, anzunehmen, daß die Zeitungen und Zeitschriften ihren Lesern ausschließlich Modelle aus Paris, Rom und den größten deutschen Mode-Häusern zeigen wollen.

Natürlich sind Fotos von den wirklich großen, tonangebenden Modenschauen vor allem vor und zu Beginn einer neuen Saison besonders gefragt. Diese Bilder werden meist von bekannten Modefotografen und von den Agenturen geliefert. Dann aber wollen die Redakteure Moden zeigen, die die Frau Gemahlin, die Hausfrau, die langjährige Abonnentin des Blattes anziehen können. Jenseits der großen Moden-Schauen ergeben sich durch Absprache mit Konfektionshäusern, der Schneider-Innung, dem Kürschner-Gewerbe und — sagen wir — einer Badeanzug-Fabrik lohnende Gelegenheiten.

Mehr und mehr hat sich das Modebild „im Freien“ durchgesetzt, d. h. die Atelieraufnahme trat gegenüber dem Freilichtfoto zurück. Das Tageslicht wirkt auch beim Modefoto natürlicher als das Kunstlicht. Außerdem stehen dem Pressefotografen wohl selten ausreichende Atelierräume und ein umfangreicher Lampenpark zur Verfügung. Im Freien finden sich Kulissen jeder Art — vom sportlichen Bootssteg bis zum vornehmseriösen Portal. Für das Atelier-Bild müssen Requisiten beschafft werden, der Kampf mit den Schatten an der Wand entbrennt, und die Gefahr, daß Pose und Milieu gekünstelt wirken, ist groß.

Das Modefoto soll nicht nur als Bild wirken, sondern muß auch die wesentlichen modischen Details erkennen lassen. Zwangsläufig ist also Sachkenntnis erforderlich. Nichts darf den Blick vom gezeigten Modell ablenken. Ein stark aufgegliederter Hintergrund, der scharf abgebildet wird, muß vermieden werden. Einzelheiten wie Gürtel, Kragenverarbeitung usw. können als Großaufnahmen gebracht werden. Diese „Einstellungen“ lockern beim Angebot die ganze Bild-Kollektion in willkommener Weise auf.

Das Modefoto erfordert besonderes Regie-Vermögen. Gute Berufsmannequins wissen selbst am besten, wie sie die Modelle zu präsentieren haben, sind aber selten und teuer. In den meisten Fällen läßt sich die Mannequin-Frage gemeinsam mit dem Modehaus arrangieren. Die Auswahl der vorführenden Mädchen sollte weniger nach den persönlichen Sympathien als nach den Ratschlägen einer in modischen Dingen bewanderten Frau vorgenommen werden. Das Mannequin soll ja nicht in erster Linie als Frau ansprechen, sondern eigentlich nur „Kleiderständer“ sein. Ein gut aussehender zwar — aber keine Sex-Bombe, die mit ihrer Vollblut-Weiblichkeit vom Thema, dem vorgeführten Modell, ablenkt. Wenn bei den zu beliefernden Redaktionen Frauen über den Ankauf von Modebildern entscheiden, ist in diesem Punkt ohnehin Vorsicht geboten. Männer lassen sich dagegen eher bei der Bildauswahl vom hübschen Gesicht des Mannequins bestechen, auch wenn ein Foto, vom modischen Standpunkt aus betrachtet, nicht allen Anforderungen gerecht wird.

Jedes Ereignis erzeugt bei den anwesenden Personen, bei Zuschauern und Gästen eine bestimmte Reaktion. Man sollte sich deshalb mit der Kamera vom eigentlichen Ereignis gelegentlich abwenden und diesen Reaktionen nachspüren. Derartige Aufnahmen, die oft das Wesentliche eines Geschehens viel intensiver als die übliche, immer wieder gezeigte Einstellung vermitteln, lassen sich überall dort machen, wo das Geschehen selbst das Publikum besonders heftig beeindruckt oder mitreißt. Wer sich nach diesen „Reaktions-Bildern“ einmal umsieht, wird viele zusätzliche Möglichkeiten entdecken. Und darauf kommt es ja in der Presse-Fotografie an: immer neue, immer wieder packende und kennzeichnende Blickwinkel aufzuspüren und für diejenigen festzuhalten, die nicht dabei gewesen sind.

Auf Ausstellungen und Messen kommt der Bildreporter zwangsläufig in Kontakt mit Industrie und Handel. Ganz von selbst können sich daraus Aufträge entwickeln, die zusätzlichen und gewöhnlich recht erheblichen Verdienst versprechen. Die Werbe-Abteilungen zeigen sich bei der Honorierung selten kleinlich, und außerdem fallen dabei Fotos für Fachzeitschriften ab.

Das *Werbepbild* baut sich nach den gleichen Gesichtspunkten wie das gute Presse-Foto auf. Großflächige Darstellungen mit Plakatwirkung werden bevorzugt. Natürlich dürfen dabei die Details, die der Werbeleiter zu betonen wünscht, nicht zu kurz kommen. Solange Maschinen, Fahrzeuge, Haushaltgeräte usw. „in Aktion“ gezeigt werden sollen, ergeben sich kaum Schwierigkeiten. Die gestellten Aufgaben sind den Forderungen, die an Pressebilder gestellt werden, zu ähnlich, als daß völlig neue Gesichtspunkte auftauchen könnten. Im Mittelpunkt steht immer der Gegenstand oder der Vorgang, für den geworben werden soll — andere Personen oder Gegenstände sind nur Beiwerk. Klarheit der Linien und saubere, bildhaft anziehende Darstellung sind oberstes Gebot.

Für ihre besonderen Zwecke benötigen Industrie und Handel jedoch auch häufig Aufnahmen, die der Bildjournalist als ausgesprochen langweilig empfindet: reine Materialfotos, bei denen nicht einmal fotografische Licht-Effekte erwünscht sind. Diese Bilder werden sogar vor ihrer Veröffentlichung stark retuschiert, um die letzten Reste einer Beziehung zur Umwelt zu beseitigen.

Bei größeren Objekten (Maschinen, Fabrikationsanlagen usw.) liegt die Schwierigkeit in der richtigen Lichtverteilung. Alles, was zum Gegenstand der Darstellung gehört, muß

gleichmäßig beleuchtet und peinlich scharf sein. Spiegelungen, Lichtreflexe, Schatten müssen verschwinden. Ohne einen gewissen Lampenpark und Silberblenden zum Aufhellen ist eine solche Aufgabe nicht zu bewältigen. Es empfiehlt sich, diese Aufnahmen mit einer großformatigen Kamera vom Stativ aus zu machen. In vielen Fällen wird man während der (langen) Belichtungszeit mit einer Lampe um den Gegenstand der Darstellung herumgehen und die letzten Schattenreste durch kurzes Anstrahlen beseitigen müssen. Der Hintergrund — seine Tönung soll im Gegensatz zu der des Objektes stehen — muß außerhalb der Schärfenzone liegen und so weit entfernt sein, daß er keine Schatten aufnimmt.

Werbe- und Industriaufnahmen erfordern auch im Fotografisch-Technischen größte Sorgfalt — vom Beginn der Aufnahme bis zum Abschluß der Retusche. Vor allem beim Arrangieren der Beleuchtung und bei der Dunkelkammer-Arbeit kann nicht pedantisch genug vorgegangen werden. Deshalb sollte man bei Zeitmangel lieber einen derartigen Auftrag ablehnen als Pfusch liefern! Ungenügende Leistungen kosten nicht nur weitere Aufträge, sondern auch den Kontakt mit den Firmen, der für die eigentliche Arbeit, die Presse-Bildberichterstattung, wichtig ist.

Im allgemeinen verlangt die Industrie mehrere Abzüge der hergestellten Fotos. Üblicherweise werden in diesen Fällen die Aufnahme selbst (mit wenigstens DM 20,— pro Aufnahme) und für jede Vergrößerung ein besonderer Stückpreis (z. B. für eine 18×24 Vergrößerung DM 2,50) berechnet. Wird nichts anderes vereinbart, verbleibt das Urheberrecht natürlich beim Fotografen. Je nach dem Grad der Schwierigkeit der Aufnahmen und nach dem Verwendungszweck werden auch weit mehr als DM 20,— für eine Aufnahme gezahlt.

Die Bildserie

Das erste Foto-Interview und wohl auch die erste Bildserie der Geschichte verdanken wir dem französischen Fotografen Gaspard Felix Tournachon (1820—1910), der unter dem Namen Nadar bekannt wurde. 1886— also nicht ganz fünfzig Jahre nach der offiziellen Geburtsstunde der Fotografie — besuchte er den damals hundertjährigen Chevreul, den berühmten Chemiker, mit einer unförmigen Riesen-Kamera. Mit Hilfe eines Fernauslösers fotografierte er Chevreul und sich selbst mehrere Male. Noch heute können wir uns der lebendigen Wirkung der Fotos vom Gespräch der beiden Männer nicht entziehen. Mit diesen Bildern bewies Nadar Einfallsreichtum, Begabung für Regie, Sinn für lebendigen Handlungsablauf und — nicht zuletzt — persönlichen Mut, denn der als bissig bekannte Chevreul war überzeugter Gegner der noch jungen Fotografie.

Wie damals — vor über einem halben Jahrhundert —, so muß man auch heute diese Eigenschaften besitzen, wenn man eine gelungene Bildserie aufnehmen und zusammenstellen will.

Eine Bildserie ist oftmals nicht so schwer zu fotografieren wie zuweilen ein einziges, komprimiertes Bild. Der Serien-Fotograf hat die Möglichkeit, räumlich um das Objekt herum- und zeitlich an den in Einzelphasen aufgegliederten Handlungsablauf heranzugehen. Damit entfällt die Forderung „Alles auf ein Bild“, die oft nicht oder nur auf Kosten eines wirkungsvollen Bildaufbaus zu erfüllen ist. Das bewegungsgeladene Einzelbild deutet den Ablauf einer Handlung an. Die Serie schildert ihn vom Anfang bis zum Ende (extremer Fall: die mit Hilfe eines Kamera-Motors aufgenommene Bildserie, die „kino-graphierte“ Bildreihe). Oder: die Bildserie zeigt die verschiedenen „Ansichten“, die sich an einem Objekt ergeben. Oder: beide Möglichkeiten werden in einer Serie miteinander kombiniert.

Wie auch beim Einzelbild stehen der Mensch und sein Schicksal heute im Mittelpunkt der lohnenden Serien-Themen. Die Zeiten sind vorbei, in denen man etwa die Serie „Von der Braunkohle zum Brikett“ gleich mehrere Male an größere Blätter verkaufen konnte. Allerdings beginnt sich der Absatzmarkt für Serien dieser Art wieder etwas auszuweiten, seitdem es eine größere Anzahl kleinerer und mittlerer Zeitschriften gibt, die auf eine Belehrung ihrer Leser besonderen Wert legen. Die betreffenden Redaktionen suchen durch den Abdruck entsprechender Bildserien ihre Leserschaft mit den Berufsgruppen des arbeitenden Volkes, mit verständlichen Schilderungen komplizierter Produktionsvorgänge und durch „Betriebsreportagen“ mit sozialen und arbeitsrechtlichen Problemen bekannt zu machen. Abnehmer derartiger, nach speziellen Gesichtspunkten ausgerichteter Serien sind auch die zahlreichen „Kunden-Zeitschriften“, die das Interesse an den von ihnen propagierten Erzeugnissen durch Reportagen von entsprechenden Produktionsvorgängen wecken wollen.

Beim Durchblättern der Zeitschriften kann der Eindruck entstehen, daß die Anfertigung von Bildserien über aktuelle Großereignisse lohnend sei. Tatsächlich veröffentlichen

fast alle „Illustrierten“ von bedeutenden Veranstaltungen, internationalen Konferenzen, Katastrophen usw. „Bildserien“, deren Abdruck sich über zwei und mehr Seiten erstreckt. Dabei handelt es sich jedoch in erster Linie um die Fotos der festangestellten Fotografen, die von ihren Redaktionen zu den betreffenden Ereignissen entsandt werden. Bilder, die vom gleichen Thema von freischaffenden Bildreportern oder auch von Agenturen angeboten werden, finden höchstens als ergänzende Aufnahmen Verwendung. Schon aus wirtschaftlichen Gründen müssen die Redaktionen in diesen Fällen hauptsächlich die Fotos „ihrer“ Fotografen verwenden.

Die Anfertigung einer *aktuellen* Bildserie lohnt sich für den freischaffenden Bildreporter nur, wenn er einen festen Auftrag erhalten hat, wenn er aus besonderen Gründen mit einem großen Zeitvorsprung arbeiten kann oder wenn er zunächst als einziger das Recht oder die Gelegenheit zum Fotografieren hat. Am Rande großer Ereignisse oder hinter den Kulissen kann allerdings die „Rand-Serie“ entstehen, die auf das eigentliche Geschehen nur mit wenigen Bildern eingeht, dann aber die Reaktionen des Publikums und die Dinge zeigt, die der Öffentlichkeit verborgen blieben. Redaktionen, die einen Sinn für originelle Darstellung haben, bringen diese Reportagen oftmals lieber als Bildberichte, die dem Leser eigentlich nur eine Bestätigung für das bringen, was er bereits in den Meldungen der Zeitungen gelesen hat. Wer jenen „sechsten Sinn“ besitzt, der zum Aufspüren interessanter Einzelheiten erforderlich ist, und jene leichte Hand, die zu ihrer Gestaltung gehört, sollte sich ruhig einmal mit der „Rand-Serie“ beschäftigen.

Bei der Planung aktueller Serien muß vor allem geprüft werden, ob das betreffende Ereignis so „stark“ ist, daß die „Illustrierten“ wenigstens auf einer halben oder ganzen Seite darüber berichten werden, obgleich die schnellere Tagespresse das Thema in Wortberichten und Einzelbildern vorher „zu Tode gehetzt“ hat. Die Tageszeitung, die auch von den größten Ereignissen höchstens drei oder vier Bilder bringt, ist ja immer schneller als die wöchentlich oder in noch größeren Abständen erscheinende Zeitschrift. Doch kann man auch in diesen Fällen durch eine vom üblichen Durchschnitt abweichende Serienkomposition das an sich abgeflaute Interesse an einem Ereignis wieder beleben.

In jedem Falle bleibt die aktuelle Serie, die nicht als „Auftrag“ angefertigt wird, immer ein Risiko. Ihre Zusammenstellung erfordert viel Zeit — ihres Gehaltes an Aktualität wegen ist sie aber höchstens eine Woche lang verkäuflich. Mißglückt in dieser Woche der Verkauf — und das kann aus vielerlei, von der Qualität der Serie völlig unabhängigen Gründen geschehen —, dann war die Arbeit umsonst. Die richtig aufgezogene Bildserie dagegen kann zur „Lebensversicherung“, zur Dauerrente, werden — oder sich aber wenigstens in einem längeren Zeitraum mehrere Male verkaufen lassen. Sie wird immer wieder aktuell: zu einer bestimmten Jahreszeit, zu regelmäßig wiederkehrenden Ereignissen, nach der Aktualisierung durch einige neue Fotos.

Auch während eines Ereignisses von aktueller Bedeutung kann eine solche „zeitlose“ Serie entstehen. Ein Bildreporter, der beispielsweise den Auftrag erhalten hat, eine aktuelle Bildserie oder auch nur mehrere Einzelbilder von der „Kieler Woche“ zu liefern, kann die Gelegenheit benutzen, um gleichzeitig eine Reportage allgemeinerer Art anzufertigen. Etwa unter dem Titel „Segel — Wasser — und eine Mütze voll Wind“ stellt er eine Bildserie zusammen, die über den Segelsport, den Kampf mit Wellen und Wind, lustige Ereignisse an Bord eines Segelbootes usw. berichtet. In diese Reportage gehören

bildmäßig reizvolle Fotos von einem dramatischen Bojenmanöver, vom Bord-Hund, von attraktiven jungen Damen, die am Mast lehnen, und vom alten „Fahrensmann“, der in die Sonne blinzelt. Eine solche Bildserie veraltet nie — sie wird sich in jedem Sommer wieder verkaufen lassen. Wird als „roter Faden“ der Ablauf einer Regatta zugrundegelegt, werden sich auch Segelsport-Zeitschriften für diese Reportage interessieren.

Wer eine Reise in das Ausland unternimmt, fühlt sich häufig zur bequemen „Land-und-Leute-Serie“ hingezogen. Meist wohl nur deshalb, weil ihm nichts Besseres einfällt — oder auffällt. Unmittelbar nach dem Kriege, als die bloße Tatsache einer Auslandsreise mit Interesse zur Kenntnis genommen wurde, ließ sich diese Arbeitsweise mit einigem Gewinn durchführen. Damals war nach jahrelanger Abgeschlossenheit beinahe jedes Foto von „draußen“ verkäuflich. Inzwischen haben deutsche Fotografen viele Länder regelrecht „abgegrast“; dazu kommt ein ständiger Strom solchen Materials von ausländischen Fotografen und Agenturen.

Selbst wer an einer Expedition quer durch Afrika teilnimmt, muß sich heute schon etwas Originelles einfallen lassen, wenn er seine Reportagen verkaufen will. Die Übersichtsaufnahme des Neger-Krals, der Häuptling vor seiner Hütte, die Weiber beim Backen, der Charakterkopf des Dorf-Zauberers — das sind Bilder, die wohl jeder Zeitschriftenleser schon mehr als einmal gesehen hat. Fast die gleichen Motive reihen sich aber zu einer gut verkäuflichen Serie zusammen, wenn man eine etwas originellere Leitidee zugrundelegt, als Geographie-Lehrbücher sie verwenden. Der Zeitschriftenleser ist kritischer und auch gebildeter, als im allgemeinen angenommen wird. Man greife sich also die wirklich unbekannteren Dinge heraus, interessante oder auch kuriose Details und spezifische Gesichtspunkte. Das heißt, daß man beispielsweise die sozialen Probleme aufspürt, den Gegensätzen zwischen den Bevölkerungsschichten nachgeht, das Schicksal der Deutschen im Lande studiert und über gewaltige Industrie-Planungen berichtet. Stichworte sind: „Wußten Sie schon . . . ?“ und „Die anderen haben auch Sorgen“. Die „Land-und-Leute-Serie“ entsteht ohnehin beim täglichen Links- und Rechts-Knipsen, und der Bildreporter benötigt sie für das eigene Archiv.

Auf Reisen fotografiert man am besten zunächst einmal in der betreffenden Stadt, in dem betreffenden Land das, was auffällt, was „anders als bei uns“ ist, was an bedeutenden Bauwerken usw. vorhanden ist. Durch diese Arbeit sammelt der Bildreporter die „Standard-Fotos“, die er Jahr für Jahr aus seinem Archiv verkaufen kann, und die er bei unerwarteten Geschehnissen als erste Illustrationen den Redaktionen anbieten kann. Bei diesen Aufnahmen macht er sich zwangsläufig mit dem fremden Land und seinen Bewohnern vertraut: die ersten Serien-Ideen entstehen.

Zeitschriften, die man unter dem Sammelbegriff „Familien-Blätter“ zusammenfaßt, bringen zu Beginn der Sommermonate gerne Reportagen über „klassische“ Reise-Länder und solche, die es werden könnten. Hier ergibt sich im Hinblick auf die „Land-und-Leute-Serie“ die Ausnahme von der Regel. Allerdings müssen in derartigen Reportagen natürlich die für den Reisenden und Erholungsuchenden interessanten Gesichtspunkte betont werden: die Möglichkeiten für geruhige Spaziergänge, interessante Touren und Besichtigungen, die speziell für Fremde geschaffenen Einrichtungen usw.

Als Abnehmer für Bildserien kommen in erster Linie Zeitschriften in Frage. Aber auch Tageszeitungen mit einer Wochenend-Beilage sind an Serien und illustrierten Artikeln

interessiert. Bei letzteren verhält sich die Bildzahl zur Textmenge gerade umgekehrt wie bei der „reinrassigen“ Bildserie, bei der ein Begleittext von ein bis zwei Schreibmaschinen-Seiten ausreicht und die nicht wesentlich mehr als 15 Fotos umfassen soll. Wer in der Lage ist, interessante Artikel zu schreiben — oder sich diese schreiben lassen kann — findet durch Anfertigung illustrierter Artikel Möglichkeiten zum zusätzlichen Verkauf von Fotos. Die Probleme, die sich im Zusammenhang mit der Abfassung der Texte und Begleitartikel ergeben, werden ausführlich im Kapitel „Das Wort zum Bild“ behandelt.

Ein weiterer Hinweis: Einige Tageszeitungen veröffentlichen gerne von Zeit zu Zeit Reise-Reportagen und belehrende Bildserien, welche sie über Wochen hinweg auseinanderziehen: Tag für Tag erscheint aus einer solchen Reportage an der gleichen Stelle der Zeitung unter dem gleichen Motto ein Bild. Natürlich sind dafür nur Bildserien geeignet, bei denen kein Handlungsablauf, kein zeitlich allzu knappes Aufeinanderfolgen von Aktionen zugrunde liegt: die meisten Leser können wohl das Thema der Fortsetzungsreihe, nicht aber die Einzelheiten des jeweils am Vortage veröffentlichten Bildes in Erinnerung behalten. Für diese Art der Veröffentlichung eignen sich Themen wie „Unbekannte Berufe“, „Frühlingsblumen“, „Kirchen unserer Heimat“, „In unserem Zoo“ und ähnliche bildmäßige Aufzählungen. Ohne großen Aufwand lassen sich diese Bildreihen gelegentlich aus dem Material, das nach der Auswertung für andere Zwecke zurückbleibt, oder aus Archiv-Beständen zusammenstellen. Redaktionen, die derartige Fortsetzungsreihen noch nicht gebracht haben, kann man verhältnismäßig leicht dazu anregen. Es ist den Bildredakteuren oft nicht unlieb, wenn sie jeweils wenigstens ein Bild für jede Ausgabe schon Wochen im voraus „einplanen“ können.

Die *Technik der Bildserien-Fotografie* ergibt sich schon daraus, daß die Serie während eines zeitlichen Handlungsablaufes oder an einem räumlich ausgedehnten Objekt oder durch Kombination beider Möglichkeiten entsteht. Vor Beginn der Aufnahmen überlegt man sich: Was kann im Rahmen des Themas wann und wo passieren? Was ist zum Thema wichtig? Wo kann sich ein Randbild zur „Auflockerung“ ergeben?

Nachdem man sich eingehend mit dem Thema vertraut gemacht hat (durch Studium entsprechender Zeitungsmeldungen, durch Lektüre von Veranstaltungsprogrammen, durch Gespräche mit Fachleuten usw.), stellt man zweckmäßigerweise ein kleines „Drehbuch“ zusammen, in dem die „Einstellungen“ notiert sind, die sich vermutlich ergeben werden. Schon bei dieser Vorarbeit wird man feststellen, daß man einen „roten Faden“ haben muß, damit tatsächlich eine geschlossene Bildserie und keine willkürliche Aneinanderreihung von einzelnen Bildern entsteht. Wie der Verfasser eines Artikels oder einer Kurzgeschichte gewisse Grundregeln des Aufbaus und der Fortführung seiner Gedanken beachten muß, hat auch der Serienfotograf dafür zu sorgen, daß seine Reportage einen Anfang und ein Ende, „Höhepunkte“ und Rand-Motive enthält. Das „Drehbuch“ ermöglicht einen Überblick über die erforderlichen Aufnahmen und verhindert, daß der Bildreporter wichtige Fotos vergißt. Natürlich wird er beim Fotografieren feststellen, daß sich die eine oder andere Bild-Idee nicht verwirklichen läßt, daß sich aber auch Motive ergeben, deren Möglichkeit er zuvor nicht bedacht hat.

Ein Beispiel: In Berlin sollte ein modernes Hochhaus nach den Plänen des Architekten Le Corbusier gebaut werden. Als Bauplatz war ein freies Gelände innerhalb eines Villen-Viertels am Olympia-Stadion in Aussicht genommen. Die Besitzer der Villen

protestierten durch Anbringen von Schildern und Trauerschleifen an ihren Häusern gegen den Neubau, der ihrer Meinung nach den Charakter ihrer „Garten-Stadt“ zerstören (und damit den Wert ihrer Häuser mindern) würde. Ein Bildreporter erhielt den Auftrag, die Protestschilder für eine Tageszeitung zu fotografieren. Dies war der Anlaß für ihn, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Durch Gespräche mit den Villen-Besitzern erfuhr er während der Erledigung seines Auftrages eine Reihe weiterer Einzelheiten: das Problem „Hochhaus-Neubau“ schien ihm so interessant, daß er es zum Thema einer Bildserie wählte. Sein „Drehbuch“, das er nach Besprechungen mit den zu einer Interessen-Gemeinschaft zusammengeschlossenen Villenbesitzern, mit Vertretern des Magistrates usw. zusammenstellte, sah folgendermaßen aus:

1. Protestschilder an typischen Villen,
 - 1a) Großaufnahme eines Schildes mit humoristischer Inschrift,
2. Übersicht über das in Aussicht genommene Baugelände,
3. Modell des Hochhauses,
4. Ein Bild vom (zurückliegenden) Besuch Le Corbusiers in Berlin (dieses Foto stellte ein anderer Bildreporter zur Verfügung),
5. Der Sprecher der Interessen-Gemeinschaft der Villen-Besitzer beim Durchblättern eines Stoßes von Beschwerdeschreiben an die Stadtverwaltung usw.,
 - 5a. Lebhaft diskutierende Villen-Besitzer am Gartenzaun,
6. Der verantwortliche Beamte des Magistrates, der sich für die Errichtung des Hochhauses ausgesprochen hat,
7. Porträt eines bekannten Architekten, der zu dem Problem Stellung nahm,
8. ein Bild eines ähnlichen, ebenfalls von Le Corbusier erbauten Hochhauses in Marseille, das vor einigen Jahren während einer Frankreich-Reise aufgenommen wurde (Archiv-Bild),
9. ein Bild vom Berliner Olympia-Stadion, das unter Einhaltung gewisser Bau-Vorschriften errichtet wurde, die durch den Hochhaus-Bau verletzt worden wären.

Durch diese Fotos, die sich sämtlich ohne Schwierigkeiten aufnehmen bzw. beschaffen ließen, wurde das gesamte Thema erschöpfend behandelt. Bild 1 enthält den aktuellen „Aufhänger“ („Proteste der Bevölkerung“). Die Bilder 2 und 3 zeigen den bisherigen Zustand und das Projekt im Modell. Bild 4 macht mit dem Mann bekannt, dessen Pläne die Diskussion auslösten. Die Bilder 5, 6 und 7 waren erforderlich, um über die Meinungen der interessierten Parteien und eines neutralen Sachverständigen berichten zu können. Bild 8 geht auf einen Parallel-Fall ein und Bild 9 auf eine sicher nicht allgemein bekannte, aber in diesem Zusammenhang interessante Tatsache. Daß bei der Zusammenstellung dieser Bildserie auch die Unterstützung eines Kollegen in Anspruch genommen und ein Archiv-Bild ausgewertet wurde, ist Beweis für die gründliche Vorbereitung dieses Reportage. Sie wurde nacheinander in einer Berliner Illustrierten (auf zwei Seiten) und in zwei westdeutschen Zeitschriften (auf je einer Seite) veröffentlicht. Das Thema war aktuell genug, um das Interesse der Redaktionen zu wecken, aber nicht so vergänglich, daß die Bildserie in einem Monat „veraltet“ wäre: das typische Beispiel für eine „halbaktuelle“ Bildserie.

Im Falle der Reportage „Hochhaus-Neubau“ wurde der Bildreporter durch einen Auftrag auf das Thema hingewiesen. Die Bildserie, deren „Drehbuch“ im folgenden wieder-

gegeben ist, entstand auf Grund verschiedener Zeitungsmeldungen, die einen Presse-Fotografen zur Anfertigung der Reportage veranlaßten.

Aus seiner wichtigsten Informations-Quelle, der Tageszeitung, entnahm der in Südwest-Deutschland lebende Bildreporter, daß ein Universitäts-Institut in seiner Heimatstadt Untersuchungen durchführte, um die Folgen atomarer Versuchsexplosionen für die Atmosphäre über Deutschland und den Gehalt der Luft an radioaktiven Partikeln zu kontrollieren. Die Ergebnisse der Untersuchungen waren für die damalige Zeit sensationell und besagten, daß nach jeder Atom-Explosion meßbare Mengen radioaktiven Staubes auch über Deutschland dahinzögen. Nach einem vorher aufgestellten „Drehbuch“ enthielt die Bildserie folgende Fotos:

1. Außenansicht des Universitäts-Institutes,
2. der Leiter des Institutes bei der Auswertung von statistischen Unterlagen,
3. Instrumente, mit denen der Gehalt der Luft an radioaktiven Bestandteilen gemessen wird (mehrere Bilder),
4. Reproduktion des graphischen Aufzeichnungen eines Meß-Instrumentes,
5. Beauftragter des Institutes an einem Regenwasser-Sammler (Regenwasser wurde ebenfalls untersucht).

Beim (zweimaligen) Abdruck in westdeutschen Zeitschriften wurde die Reportage ergänzt durch ein von einer Bildagentur geliefertes Bild von einer Atombomben-Explosion. Die Anregung zur Beschaffung dieses Fotos war von dem Reporter ausgegangen. Im darauffolgenden Jahr wurden langanhaltendes, ungewöhnlich schlechtes Wetter und Meldungen über weitere Explosionen von Atom-Versuchsbomben von der beunruhigten Bevölkerung in Zusammenhang gebracht. Wissenschaftler äußerten sich zu diesen Vermutungen, Vertreter der Landwirtschaft fürchteten Folgen für die Viehzucht, in den Parlamenten wurden entsprechende Anfragen eingebracht. Der Bildreporter nutzte die Gelegenheit, seine Bildserie nochmals zu verkaufen. Zuvor ergänzte er sie durch folgende Bilder:

6. Landschaft mit Weide-Vieh und schweren Wolken („Atom-Regen“),
7. Tierarzt, der über seine Beobachtungen berichtet,
8. Parlamentarier, der eine entsprechende Anfrage an die Regierung einbrachte,
9. Stammtisch-Runde, die — wie im Text erwähnt wurde — das „Atom-Wetter“ diskutiert.

Selbstverständlich wurden der Begleittext der Serie geändert und die letzten Beobachtungsergebnisse des Universitäts-Institutes berücksichtigt. Der Leiter des Institutes wurde zu einer Erklärung und Stellungnahme zu den zirkulierenden Gerüchten veranlaßt.

In Anlehnung an den Leitgedanken, nach dem jede Veröffentlichung für den Leser einen gewissen Nutzen besitzen soll, wurde eine spezielle Form der belehrenden Bildserie gefunden: die Serie, die auf die Frage „Was tue ich, wenn ...“ antwortet. Bildreportagen dieser Art beschäftigen sich mit den kleinen und großen Problemen, die an jeden Menschen plötzlich herantreten können, ohne daß er darauf vorbereitet ist. Diese Bildserien müssen besonders sorgfältig geplant werden, wobei meist die Unterstützung und Beratung durch Juristen, Mediziner, Pädagogen usw. erforderlich ist. Im folgenden sind einige Themen dieser Art angedeutet:

„Leben wir zu schnell?“. Ein einführender Artikel eines Arztes wird umrahmt von Fotos, die einprägsam und wirkungsvoll die Entstehung der „Manager-Krankheit“ und

die Möglichkeiten ihrer Heilung zeigen. Bildbeispiele: „Manager“ am Schreibtisch, mit drei Telefonen, Akten, Besuchern; geruhsam arbeitender Beamter (als „Gegenstück“); Straßenszene mit hastenden Passanten; gemächlicher Spaziergänger im Park; Schlaflosigkeit (zigarettentrauchender Mensch neben seinem Bett — die Uhr zeigt die dritte Morgenstunde an); Röntgen-Aufnahmen eines gesunden und eines „manager-kranken“ Herzens; Arzt bei der Untersuchung eines Patienten usw.

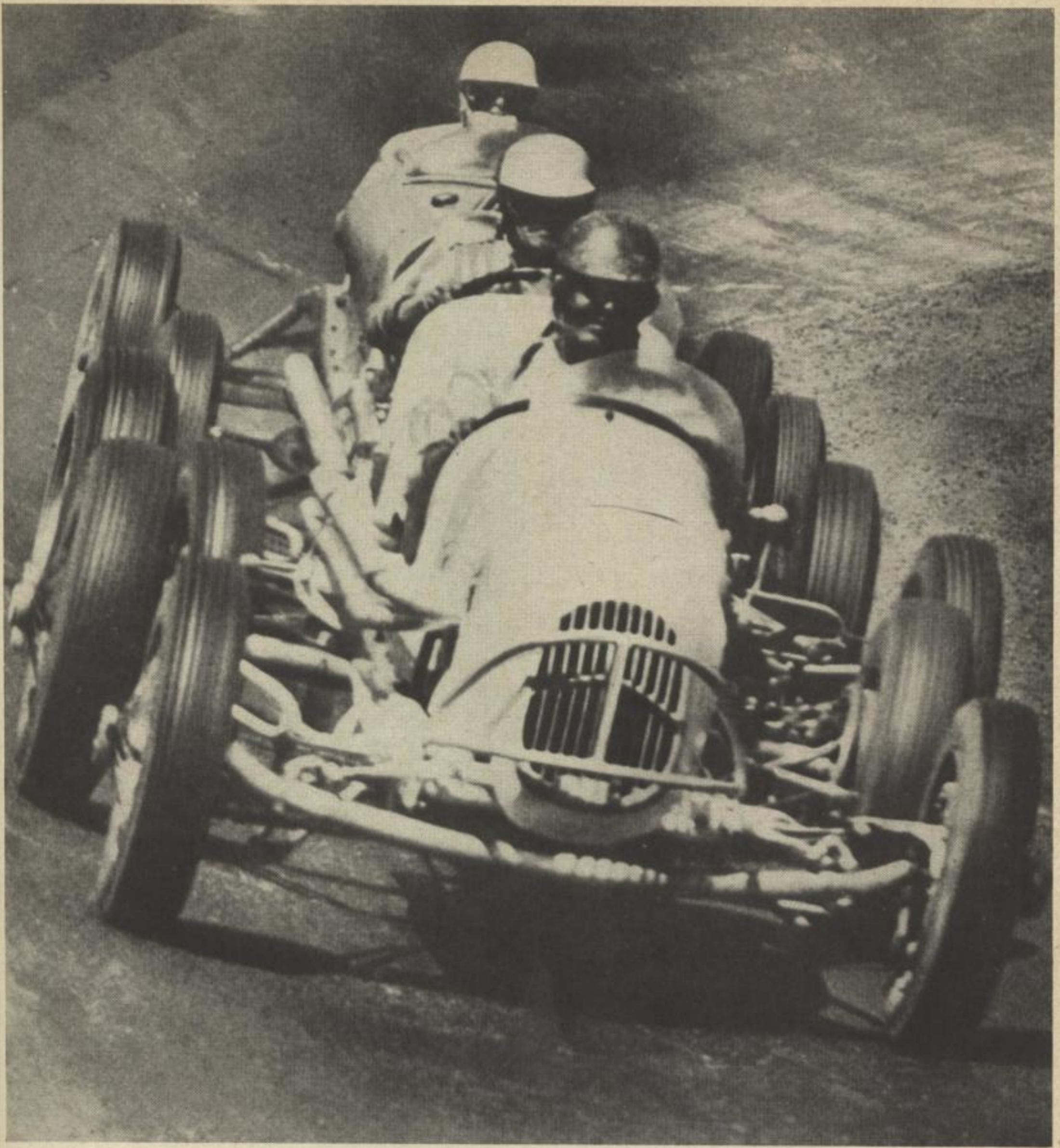
„Mein Kind gehorcht nicht mehr!“ Bildbeispiele: Mittagstisch der Familie — der Platz des Kindes ist leer; „Halbstarke“ an der Straßenecke; die berufstätige Mutter an ihrem Arbeitsplatz (hat für das Kind zu wenig Zeit); streitende Eltern (unharmonische Umgebung des Kindes); überfüllte Schulklasse (mangelnde Aufsichtsmöglichkeit); Vater betrachtet gemeinsam mit seinem Sohn ein Buch (guter und enger Kontakt zwischen Vater und Sohn); der Sohn hat Freunde eingeladen („Es darf getobt werden“); es gibt Taschengeld (Ansporn und Belohnung) usw. usw.

Einige andere Themen: „Was ist Hausfriedensbruch?“ — „Was darf ein Untermieter?“ — „Wie erziehe ich einen Hund?“ — „Mutter ist meine beste Freundin“ (Problem der heranwachsenden Tochter) — „Wir wollen verreisen“ (Reisevorbereitungen) — „Was kostet ein Auto?“ — „Blumenpflege“.

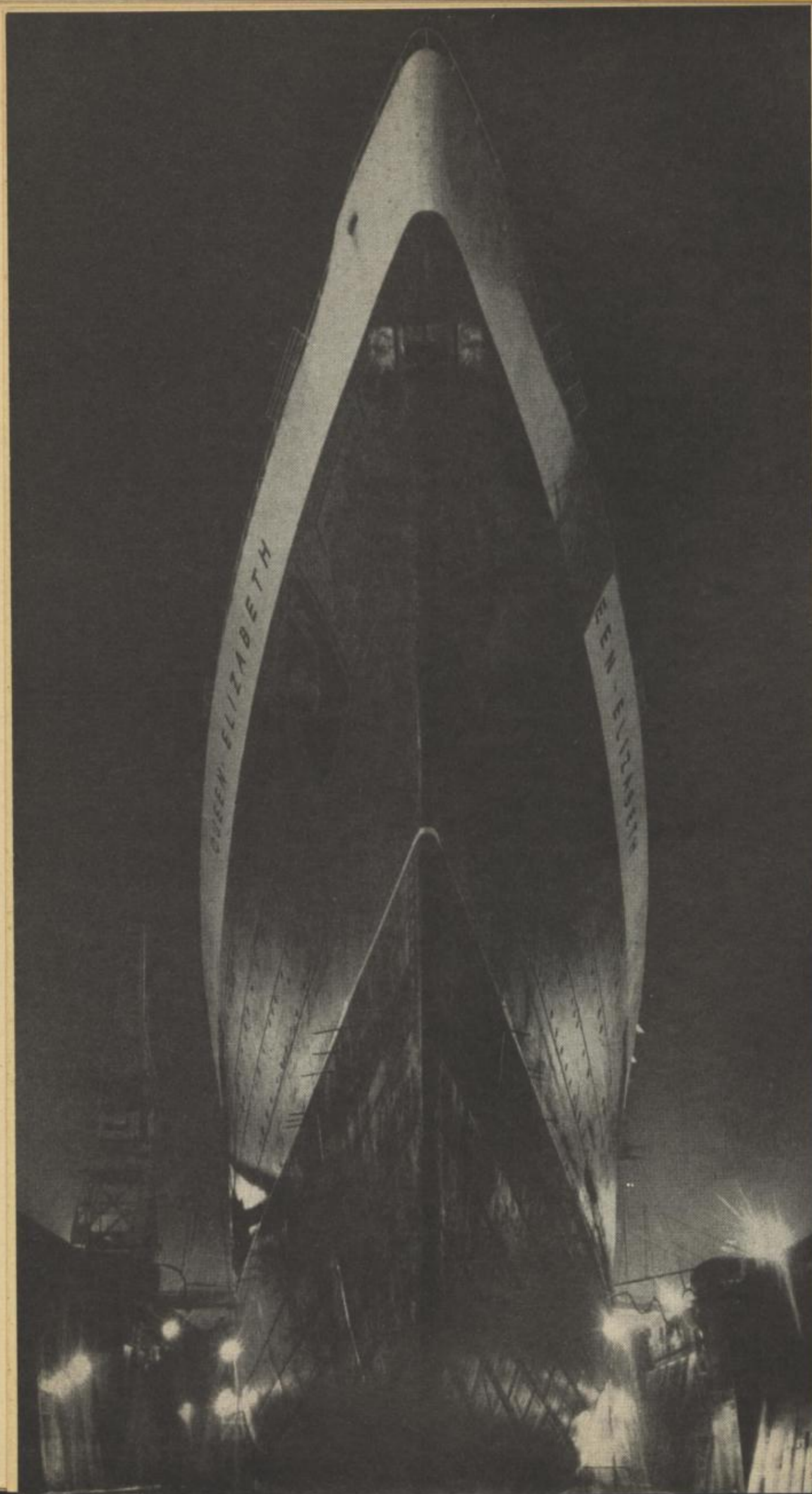
Sämtliche derartigen Bildserien verfolgen den Zweck, dem Leser ein praktisch anwendbares Wissen zu vermitteln. Alle zitierten Serien-Themen sind bereits ausgearbeitet worden — die Reportagen wurden mit gutem Erfolg verkauft. Abnehmer waren in erster Linie Zeitschriften mittlerer Auflagen, die sich besonders an die Familie als Leser-Gemeinde wenden. Auch bedeutende Rundfunk-Zeitschriften druckten einige dieser Bildserien ab, deren Vorteil für den Bildreporter darin liegt, daß sie immer „aktuell“ bleiben. Ein Bildreporter, der auf die Idee kam, im Haushalt eine Reportage „Was dem Kleinkind zustoßen kann!“ zu fotografieren, verkaufte diese Serie 28mal an mittlere und kleine Zeitschriften!

Selbstverständlich müssen die meisten Bilder für solche Serien „gestellt“ werden. In dieser Tatsache liegt eine Gefahr: die Posen der dargestellten Personen wirken leicht gekünstelt und unnatürlich. Es gehört einiges Regie-Vermögen dazu, um die „Schauspieler“, die dem Familien- und Bekanntenkreis entstammen können, zu veranlassen, ihre Rollen natürlich und überzeugend zu spielen. Zunächst macht man daher jeden Mitwirkenden mit seiner Aufgabe vertraut und läßt ihn „üben“. Um die Scheu vor der Kamera zu nehmen, fotografiert man dabei einige Male „blind“, d. h. ohne den Kameraverschluß wirklich auszulösen. Die „Schauspieler“ dürfen nicht in den Apparat blicken und sollen immer „etwas tun“: das löst die Verkrampfung. Allmählich begeistern sich die Darsteller für ihre Aufgabe, es macht ihnen Spaß: der richtige Augenblick ist gekommen.

Wesentlich ist natürlich auch die Wahl der „Typen“: einen „Manager“ kann man nicht von einem jungen Mann darstellen lassen, und als „hastender Passant“ eignet sich kein gemütlich aussehender Herr mit Bäuchlein. Außerdem: die Darsteller sollen auch äußerlich „nicht aus der Rolle fallen“. Eine Hausfrau trägt bei der Küchenarbeit kein Festtagskleid, und ihre Frisur wird dabei nicht immer ganz einwandfrei sein. Grundsätzlich muß man die „Schauspieler“ über den beabsichtigten Verwendungszweck der Fotos aufklären und sich am besten auch ihr Einverständnis schriftlich bestätigen lassen. Sie könnten sonst ihr Recht am eigenen Bild geltend machen (Seite 145) oder sich sogar beleidigt fühlen (z. B. durch die Darstellung als „Halbstarke“, „zankende Eltern“ usw.).

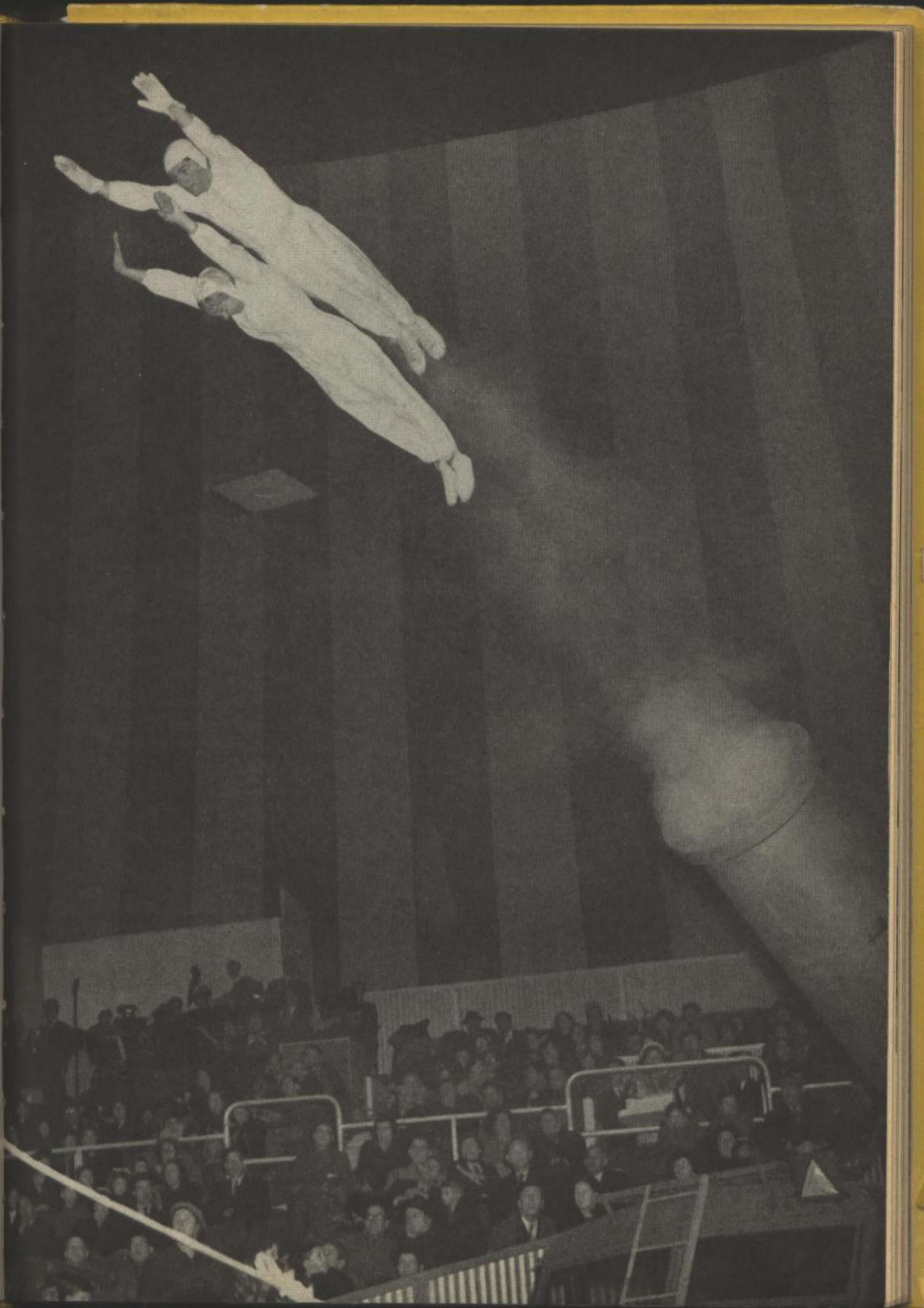


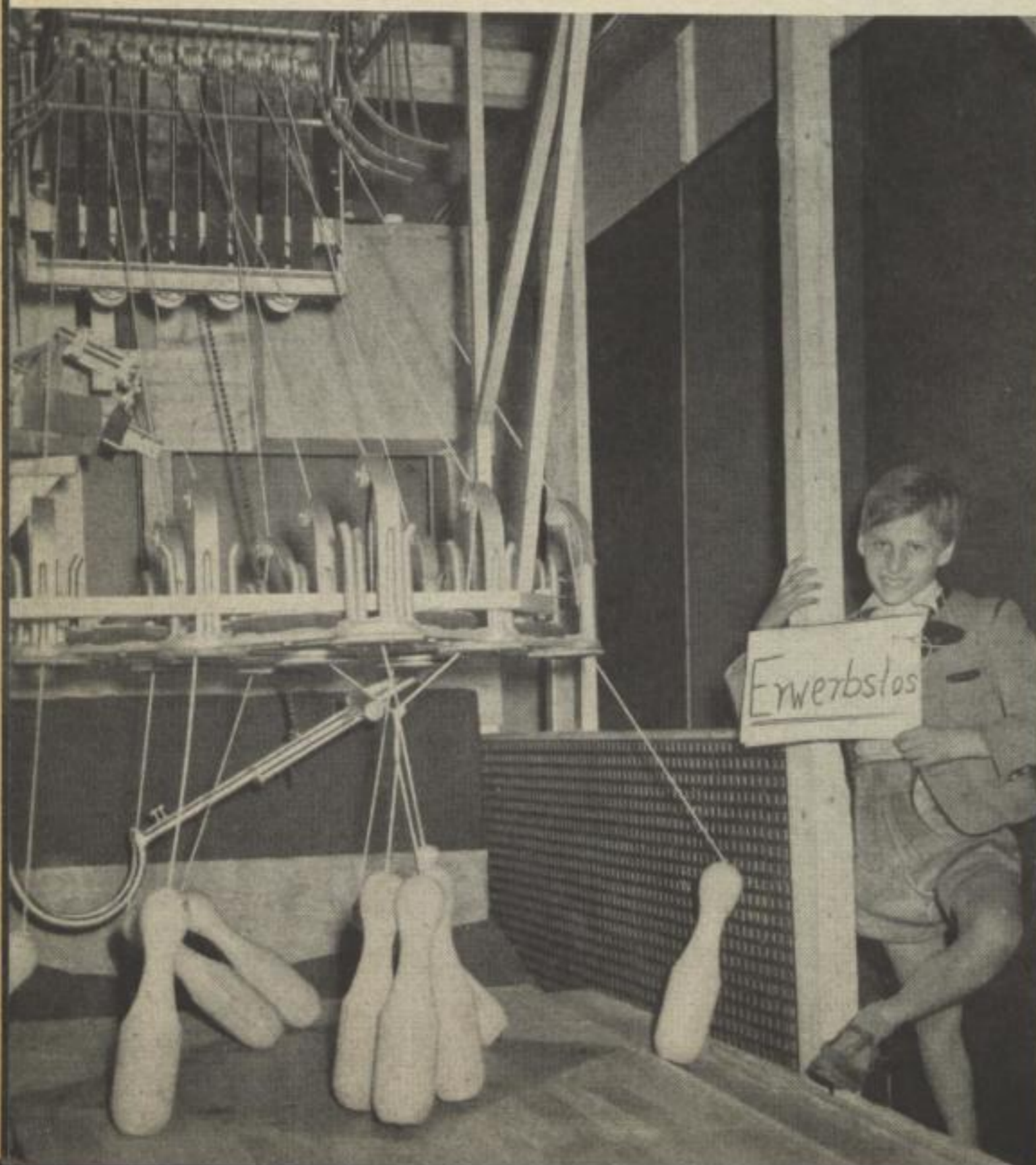
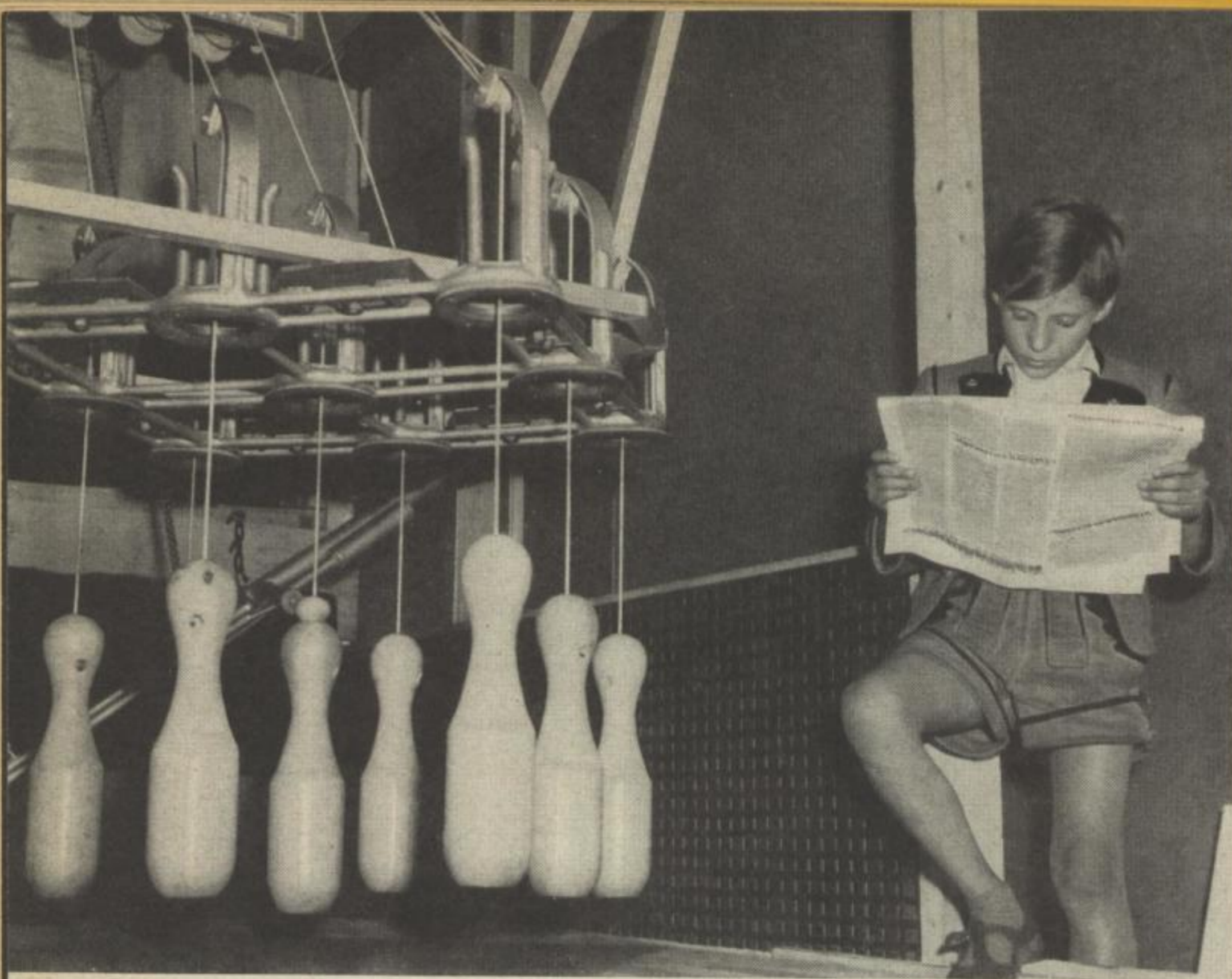
Die Wirkungsmittel der Bildreportage sind zu einem guten Teil in der fotografischen Technik begründet. Das seltsame Phänomen eines Rennwagens mit 12 Rädern und 3 Fahrern z. B. entsteht gewissermaßen als optische Täuschung durch den entfernungs-überbrückenden Effekt der überlangen Brennweite, die Auseinanderliegendes „zusammenzieht“. (Associated Press)



Links: Der Eindruck des Ragen- den, Übermächtigen wird ebenfalls durch fotografische Mittel verstärkt: der Reporter wählte tiefen Standpunkt und Weitwinkel für seine Aufnahme des britischen Ozeanriesen. (dpa)

Rechts: „Lebende Geschosse“ waren wiederzugeben, und der Fotograf wandte in geschickter Weise das kompositorische Hilfsmittel der Diagonalwirkung an. Der Blick wird auf der imaginären Geschosßbahn mitgezogen; die Bewegung und ihr Ablauf werden gleichsam sichtbar. (Reuter)





Kleine Zutaten, die der Reporter sich oft selbst ausdenken muß, können helfen, eine nachrichtenswürdige Situation — hier eine automatische Kegelsetz-Anlage — handgreiflicher zu verdeutlichen.

Links: Die „Holzhammermethode“: Der Kegeljunge hält ein Schild „Erwerbslos“ der Kamera entgegen.

Oben: Eleganter und „natürlicher“: zeitunglesend demonstriert der Kegeljunge die neue Situation. (Schirner)



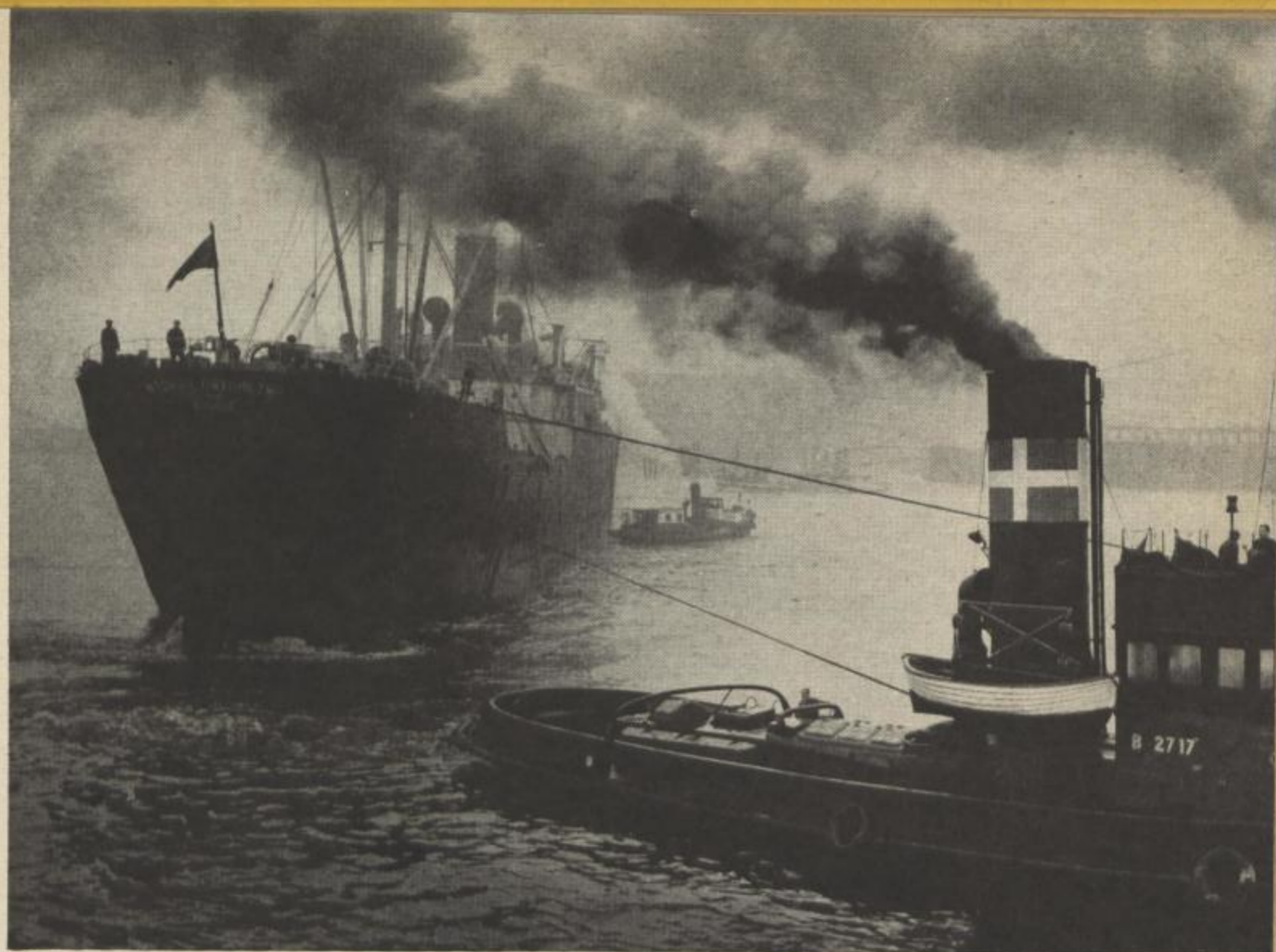
Die Steigerung an Eindringlichkeit, die sehr häufig von der Bevorzugung der Großaufnahme statt der Totalen ausgehen kann, wird demonstriert durch diese Fotos. Sie entstanden am gleichen Tag in der gleichen Berliner Kirche während eines Bittgottesdienstes anlässlich der Viererkonferenz. (dpa-Herold)



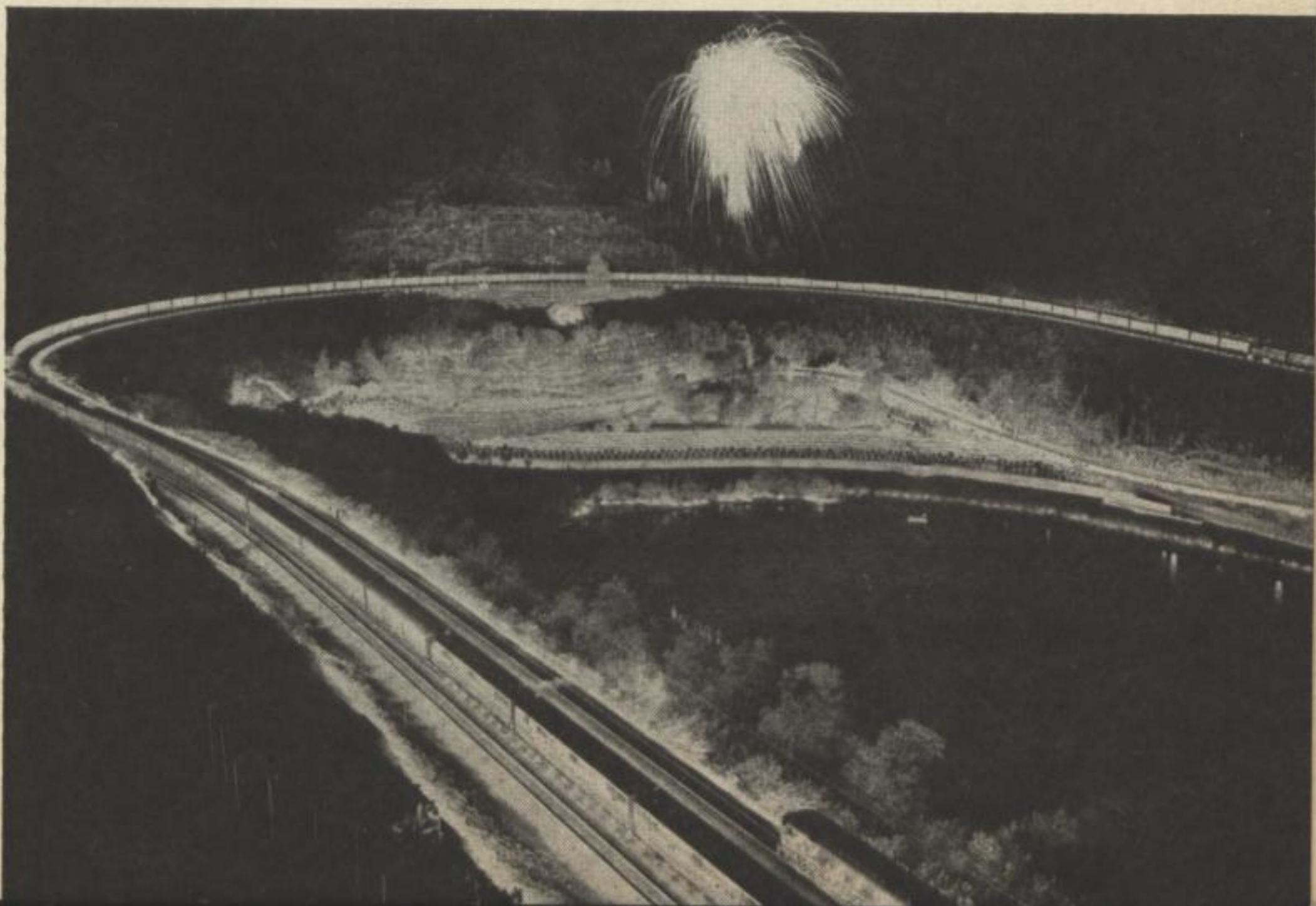


Oben: Welch verschiedenartige Wirkung in den beiden Aufnahmen des Eiffelturms, lediglich bewirkt durch Wechsel von Vordergrund und Perspektive! Hier konventionell, dort interessant . . . (World Press)
Unten: Die heute etwas strapazierte Methode der „Verwischung“ hat ihren Sinn bei der Darstellung einer Schafherde im Stadtverkehr. (Meyer-Ude, Conti-Press)





Oben: Aktuelles Foto und „Schönbild“ sind hier vereint. Bei der Ankunft des ersten Sowjet-Schiffes nach dem Kriege im Hamburger Hafen schoben sich Frachter, Schlepper und Rauchfahne zu einem wirklichen „Bild“ im Sucher zusammen. (dpa-Herold). Unten: Moderne Blitztechnik im Dienste interessanter Fotografie. Sechstausend Blitzbirnen waren zur vollständigen Ausleuchtung der nächtlichen Züge notwendig! (dpa)





Bizarre Licht- und Bewegungsspiele können dazu dienen, einem sonst keineswegs „fotogenen“ Objekt reizvoll-verblüffende Seiten im Dienste des „Blickfanges“ abzugewinnen. Thema: Ein Hubschrauber, dessen Rotorspitzen für nächtliche Rettungsaktionen mit Lichtern ausgerüstet wurden. (dpa)

In der Dunkelkammer

Improvisation ist auf die Dauer kein erträglicher Zustand — und erst recht kein nutzbringender. Entwicklerdose auf der Fensterbank, Bretter als Unterlage für Schalen, Vergrößerungsgerät über der Badewanne, das reicht vielleicht für den Sonntagsnachmittags-Fotografen aus, nicht aber für den Profi. Sogar Amateure, denen es mit ihrer Liebhaberei ernst ist, ringen ihrer Eehälfte ein separates Seitengemach für die Dunkelkammer-Arbeit ab. Anders werden auch die Grundbedingungen

Qualität

Sauberkeit

Ordnung

nicht erfüllt, zu denen sich im Labor eines Bildjournalisten noch die Forderung nach

Schnelligkeit

gesellt. Qualitätsarbeit auch in der Dunkelkammer ist Voraussetzung für jeden Erfolg und ebenso wichtig wie eine ausgefeilte Aufnahmetechnik. Qualität ist nur durch perfekte Beherrschung aller Vorgänge vom Ansetzen des Entwicklers bis zum Trocknen der Vergrößerungen zu erreichen. Dieses Wissen ist unumgänglich auch für solche Bildreporter, die als Angestellte einer Zeitung oder Agentur ein Labor mit geschulten Laboranten im Rücken haben. Schon bei der Aufnahme selbst wird die Kenntnis der Dunkelkammer-Kniffe benötigt, damit man mit den richtigen Voraussetzungen an die Aufgabe herangeht. In unserem foto-begeisterten Zeitalter ist es nicht schwer, sich durch Kurse dieses Wissen zu verschaffen. Bei dieser Gelegenheit erfährt man alles, was zur Einrichtung einer zünftigen Presse-Dunkelkammer erforderlich ist, und man lernt, daß ein Maximum an Sauberkeit und Ordnung aufgewendet werden muß.

Die Dunkelkammer soll nicht durch kostspielige Geräte imponieren, sondern schnelles und gutes Arbeiten gestatten. Die Entwicklung der Filme erfolgt zweckmäßig in den handelsüblichen kleinen *Standentwicklungs-Tanks* aus Steingut, die Filme aller Formate auf entsprechenden Drahtgestellen aufnehmen. Auf diese Weise kann man die Entwicklung überwachen, deren fortlaufende Kontrolle bei der *Dosenentwicklung* nur schwer möglich ist. (Abschwächen und Verstärken der Negative kostet immer Zeit und ist nicht ganz ohne Risiko!) Die Klein-Tanks ersparen andererseits ein ständiges Dabeisein (wie bei der Schalenentwicklung) und auch die kostspielige Anschaffung einer großen Standentwicklungs-Anlage.

Die Wahl des Entwicklers hängt in erster Linie von den verwendeten Filmen, ihrem Fabrikat und ihrer Empfindlichkeit ab. Zunächst soll gesagt werden, daß man vorteilhaft mit einem einzigen Entwickler arbeitet, dessen Eigenschaften man genau kennenlernt. Alle damit verbundenen Fragen hier zu erörtern, würde schon deshalb schwierig sein, weil in den letzten Jahren die gesamte Frage der Filmentwicklung, insbesondere für Kleinfilme, auf höchst erfreuliche Weise in Fluß geraten ist — in einem Tempo, das weitere

Fortschritte erhoffen läßt, so daß Abschließendes heute noch kaum gesagt werden kann. Das Wesen der neuen Erkenntnisse, die sich jetzt in der Praxis durchsetzen, sei im folgenden kurz gekennzeichnet.

Lange Zeit galt es als fachmännisch, Kleinbildfilme *länger* zu belichten, als ihrer angegebenen Empfindlichkeit entspricht, und sie dann in einem wenig energischen „Feinkornentwickler“ hervorzurufen. Hauptziel dieser Methode war die Milderung jener Erscheinung, die man kurz Körnigkeit nennt. „Grobes Korn“ läßt, insbesondere bei Flächen gleichmäßiger Helligkeit, die Töne eines Bildes zerrissen erscheinen. Die früher üblichen „echten“ Feinkornentwickler erkaufte die Feinkörnigkeit mit einem Zwang zur Überbelichtung, worunter zwangsläufig die Bildschärfe litt (Diffusionslichthof in der Schicht!). Die modernen Feinkornentwickler erfordern eine Überbelichtung nicht mehr. Die Folge ist eine verbesserte Bildschärfe.

Daneben hat sich eine Methode herausgebildet, die, summarisch ausgedrückt, darin besteht, daß man Kleinbildfilme *wesentlich* kürzer belichtet, als man bisher gewohnt war. Man verwendet dabei weich arbeitende Spezialentwickler (Neofin blau, Isonal), welche die Allgemeinempfindlichkeit des Films voll auszunutzen gestatten. Diese Entwickler bewähren sich nur bei niedrigempfindlichen Feinstkornfilmen (13—14/10° DIN) und Aufnahmen mit großem Motivkontrast. Für solche Bedingungen sind diese Entwickler geschaffen worden; man „gewinnt“ 3—4/10° DIN an Allgemeinempfindlichkeit — dazu überraschend detailreiche Bilder von optimaler Schärfe. Auf dem Wege über solche Erfahrungen ist man dazu gekommen, den alten Richtsatz „Belichte reichlich, entwickle kurz!“ endgültig als überholt beiseitezuschieben. Man hat — darin besteht ein weiterer Fortschritt — inzwischen gelernt, daß die modernen Feinstkornentwickler (Atomal Neu, Ultrafin 55) für höchstempfindliche Filme zugleich wirklich „empfindlichkeit-ausnutzende“ Hervorrüfer sind; man ist also dazu übergegangen, die Sicherheitstoleranzen unserer fotoelektrischen Belichtungsmesser auch dabei in Abzug zu bringen. Motive mit geringeren Gegensätzen müssen außerdem — unabhängig von dem Erwähnten — kürzer belichtet werden als Motive normalen Kontrastumfangs, auf welche die Belichtungsmesser abgestimmt sind. So erklärt sich die Anweisung, daß ein Film von 23/10° DIN wie 26/10° DIN belichtet werden soll, bei Motiven geringeren Kontrasts noch erheblich kürzer. Diese Erkenntnisse kommen in erster Linie der „available light“-Methode zugute — also Aufnahmen bei ungünstigen Lichtverhältnissen, bei denen man um der Unmittelbarkeit des Eindrucks willen auf Blitzlicht verzichten möchte. In solchen Fällen wird man natürlich etwas „Korn“ in Kauf nehmen müssen (eine Not, aus der einzelne fotografische „Schulen“ geradezu eine Tugend gesteigert werden soll). Doch ist erstaunlich, welche klare und scharfe Vergrößerungen man heute selbst mit solcher Arbeitsweise erzielen kann, bei deren Beschreibung sich einem Kleinbildmann noch vor 10 Jahren die Haare gestäubt hätten. Nun, nicht allein neue Gedankengänge oder die Schaffung dieses oder jenes Entwicklers haben diese Möglichkeiten erschlossen, sondern vor allem auch die Tatsache, daß das Filmmaterial in den letzten Jahren in seinen hier besprochenen Eigenschaften entscheidend verbessert worden ist, so daß die Fortschritte ineinander verflochten erscheinen.

Das soeben Besprochene bezieht sich auf Fragen der Negativentwicklung, welche die Pressefotografie nicht spezifisch interessieren, sondern lediglich im selben Maße wie jede

nezeitliche fotografische Betätigung überhaupt. Daneben kommen für Fotoreporter „Ausnahme-Entwickler“ in Frage.

Ein solcher Hervorrufener, der den Entwicklungsprozeß enorm beschleunigt, ohne die Qualität allzusehr zu mindern, ist im folgenden angegeben:

In 750 ccm Wasser und 48 ccm Methanol (Methylalkohol) werden nacheinander gelöst:

- 7,0 g Metol
- 52,5 g Natriumsulfit
- 11,0 g Hydrochinon
- 18,0 g Ätznatron (Natr. caustic.)
- 6,0 g Bromkalium.

Jede Substanz darf erst dann der Lösung zugesetzt werden, wenn die vorhergehende völlig gelöst ist. Abschließend wird auf 1000 ccm mit Wasser aufgefüllt. Bei einer Temperatur von 18° C beträgt die Entwicklungszeit in diesem Schnellentwickler, der unverdünnt angewendet wird, etwa 55 Sekunden. Um ein ungleichmäßiges Angreifen des Entwicklers zu vermeiden, ist es zweckmäßig, die Filme vor dem Entwickeln durch ein Netzmittel-Bad (Agfa-Agepon) zu ziehen. Die Fixage erfolgt ohne Zwischenbad in einem sauren Härte-Schnellfixierbad. Die in dieser Weise behandelten Negative weisen — wenn eine normale Belichtung zugrunde liegt — eine normale Gradation auf.

Aus begreiflichen Gründen ist dieses Verfahren nur für Negative vom Format 6×6 und größer anwendbar. Wird kein besonderer Wert auf Feinkörnigkeit gelegt (und größte Sorgfalt angewendet!), kann man sich auch an die Schnellst-Entwicklung kleinerer Negative wagen.

Zum Fixieren genügt eines jener billigen sauren Fixierbäder, die man fertig kauft oder selbst ansetzt. Nicht schaden kann ein Zusatz von 20 g Chromalaun je Liter Fixierbad, das damit gleichzeitig zu einem Härtebad wird.

Dann allerdings lassen sich die Filme nicht mehr verstärken oder abschwächen; das wäre erst wieder nach fünfminütiger Behandlung mit einem Enthärtebad (20 g Kaliumcitrat gelöst in 500 ccm Wasser) möglich.

Wenn Eile geboten ist, arbeitet man mit einem Schnellfixierbad, das auch nach der oben beschriebenen Schnellstentwicklung angewendet werden kann. Auch dieses Schnellfixierbad kann man selbst ansetzen:

- 200 g Natriumthiosulfat krist. (Fixiernatron)
- 50 g Chlorammonium
- 20 g Kaliummetabisulfit.

Man löst die Chemikalien in etwa 750 ccm Wasser und füllt auf 1000 ccm auf. Die Entwicklung wird sofort unterbrochen — nach 2—3 Minuten kann der Film bereits gewässert werden. Für das Fixieren empfehlen sich ebenfalls die erwähnten Steingut-Tanks. Gewässert wird unter fließendem Wasser in einem passenden Behälter.

Wer auch beim Trocknen Zeit sparen will, zieht die Filme durch Spiritus und setzt sie dann der warmen Luft des Trockenschrankes oder Föns aus. Ein Trockenschrank macht sich übrigens immer bezahlt, wenn größere Filmmengen verarbeitet werden, und wenn auf absolut staubfreies Trocknen (wie bei Kleinbildfilmen) gesehen werden muß. Soll schon vor dem endgültigen Trocknen vergrößert werden, zieht man das Negativ durch Glyzerin und legt es fest zwischen die Glasscheiben des Vergrößerungsapparates. Man

kann das Negativ auch in einer gesättigten Pottasche-Lösung schwenken und dann mit einem weichen, saugfähigen Lappen trocken reiben (!). So haarsträubend sich das anhört, so gut hat sich das Verfahren in eiligen Notfällen bewährt. Die Schicht wird nicht verletzt. Bei der Glyzerin- oder Pottasche-Behandlung muß das Negativ nach abgeschlossener Vergrößerung natürlich nochmals gut gewässert und in der sonst üblichen Weise getrocknet werden.

Der fototechnische Vorgang beim Vergrößern kann als bekannt vorausgesetzt werden. Selbstverständlich muß ein ausreichender Vorrat aller benötigten Papiere und Gradationen vorhanden sein (die man sonst meist am Sonntagnachmittag vermißt, wenn alle Geschäfte geschlossen sind). Ein Lager mit Papieren verschiedener Oberflächen ist für den reinen Pressebetrieb nicht erforderlich. Für Presse Zwecke reicht weißes glänzendes Papier nicht nur aus, sondern ist sogar erforderlich.

Der Vergrößerungsapparat soll den verwendeten Negativ-Formaten entsprechen und regelmäßig gesäubert werden. Nichts macht einen schlechteren Eindruck als Vergrößerungen, die als Folge verstaubter Negative und verschmierter Glasplatten Unsauberkeiten zeigen.

Beim Vergrößern selbst wird die Frage des Bildausschnittes wichtig. Allgemein bekannt ist die Tatsache, daß sich eine langweilige Fotografie durch das Herausvergrößern eines formal oder inhaltlich interessanten Ausschnittes in ein packendes Bild verwandeln kann. Der Reiz von „Schönbildern“ steht und fällt mit dem richtig gewählten Ausschnitt. Am Vergrößerungsgerät zeigt sich noch einmal, wer sowohl fotografisch wie journalistisch sehen kann. Grundsätzlich sind wir uns also über die Notwendigkeit von Ausschnitten einig. In welcher Form sie gewählt werden, wird allein von bildmäßigen Gesichtspunkten bestimmt. (Es sei denn, durch das Ausschneiden fielen Dinge weg, die vom Thema her wichtig sind.)

Nun sind Bildreporter jedoch keine Lichtbildner, die die Fotografie der künstlerischen Werte wegen betreiben. Sie liefern — präzise gesprochen — keine Fotos, sondern Druckvorlagen. Und als Druckvorlage kann das schönste Foto mit einem idealen Ausschnitt unbrauchbar sein. Weil es sich infolge seines durch den gewählten Ausschnitt bedingten Formates nicht in die Spalten einer Zeitung zwängen läßt! Weil — es soll auf die erste Seite — „oben“ kein Platz für den Titel der Zeitschrift ist. Weil „unten“ kein Raum für ein Schriftband ist, das unbedingt hineingelegt werden soll. Und so weiter. *Der „ideale“, eng gefaßte Ausschnitt ist also nicht immer das Richtige.* Der Redakteur muß einen Spielraum für die Durchführung seiner eigenen Pläne haben. Man wählt deshalb einen Ausschnitt, der — sagen wir — bei einer 18×24-Vergrößerung an jeder Seite um zwei bis drei Zentimeter weiter gefaßt ist, als er es eigentlich sein sollte. Dann bleiben die Möglichkeiten für einen individuellen Bildausschnitt der Redakteure, das Einbauen von Schrift, Textkästen usw., das „Anschneiden“ der Bilder (am Seitenrand) erhalten.

An dieser Stelle ist etwas nachzutragen, was eigentlich schon bei der Aufnahme beachtet werden muß: die Antwort auf die Frage „Hoch oder quer?“. Sie wird in allererster Linie durch das Motiv selbst entschieden. Herrscht eine vertikale Gliederung vor (stehende Personen, in die Höhe strebende technische und architektonische Anlagen usw.), wählt man schon rein gefühlsmäßig das Hochformat. Verlaufen die Linien in der Hauptsache horizontal, ergibt sich zwangsläufig das Querformat. Das wird bei fast allen Landschafts-

aufnahmen (Fernsichten), größeren Personengruppen und langgestreckten Bauwerken (Brücken, Bahnanlagen usw.) der Fall sein. Wo es möglich ist, sollte man sich bereits vor und während der Aufnahme mit dieser Frage beschäftigen. Muß man nämlich später aus „bildmäßigen“ Gründen ein Hochformat aus einer querformatigen Aufnahme herausvergrößern, verschenkt man einen erheblichen Teil der Negativ-Fläche, und die technische Qualität der Vergrößerung (Korn!) läßt nach. Im umgekehrten Fall — Querformat aus Hochaufnahme — ist es nicht anders.

Wenn man Zeit hat, kann man der Formatfrage in Ruhe und Gemächlichkeit zu Leibe gehen. Im „aktuellen Betrieb“ wird sie an Bedeutung oft zunächst von anderen Dingen überdeckt: man hält die Kamera so, wie man sie am schnellsten und bequemsten bedienen kann. Damit verlagert sich die Lösung des Format-Problems in die Dunkelkammer. Wie schon gesagt: in erster Linie entscheidet das Motiv durch seine Gliederung. Sind beide Lösungen möglich oder ein hoch- und ein querformatiges Negativ vorhanden, kommen andere Gesichtspunkte ins Spiel. Die Mehrzahl aller Tageszeitungen bevorzugt das Hochformat. Für Fotos von zweitrangiger Bedeutung oder Bilder, die nicht unbedingt veröffentlicht werden müssen, opfert der Redakteur nicht gerne zwei oder mehr Spaltenbreiten. Das wäre beim Querformat aber erforderlich. Ein Hochbild kann dagegen meist in einer Spalte untergebracht werden. Das ist der Grund, warum die Zeitungen prozentual mehr Hochbilder kaufen und drucken. Weiterhin wirken sie eher blickfangend als die behäbigen Querbilder. Bei Illustrierten liegen die Dinge nicht viel anders. Außerdem hat hier nur das Hochformat die Chance, auf den Titel zu kommen.

Bei Bildserien soll man — wenn es eben geht — das zahlenmäßige Verhältnis zwischen Hoch- und Querformaten etwa ausgleichen oder eher die Hochformate leicht überwiegen lassen. Damit erleichtert man ein abwechslungsreiches „Aufmachen“ der Seiten, was bei Lieferung nur einer Format-„Sorte“ nicht recht möglich ist. Die Patentlösung besteht darin, die ganz wichtigen Motive als Hoch- und Querformate in die Serie einzubauen.

Wie schon erwähnt: der Pressefotograf liefert in erster Linie Druckvorlagen. Deshalb darf er auch die Vergrößerungen in ihrer Gradation nicht ganz so anfertigen, wie sie eigentlich im Sinne der „Schönfotografie“ ideal wären. Als Vorlage bevorzugt man in den Klischeeanstalten Fotos, die eine Kleinigkeit weicher sind als normal. Das heißt nicht, daß „matte“ Vergrößerungen ideal sind. Aber: Vor die Wahl zwischen einem etwas zu weichen und einem „normalen“ Bild gestellt, entscheidet man sich für das erstere. Zu harte Vergrößerungen darf es überhaupt nicht geben.

Nun suchen allerdings nicht die Leute aus der „Chemigraphie“ die Fotos aus, sondern Bildredakteure. Und die müssen — leider — nicht immer und unbedingt etwas von der Klischeeherstellung und vom Druck verstehen. Vielleicht gefallen denen die „richtig“ vergrößerten Bilder besser. Das ist jedenfalls ein Gesichtspunkt, der zu beachten ist und dem in gewissen Fällen das Ideal der guten Druckvorlage zugunsten des Gesichtspunkts leichter Verkäuflichkeit geopfert werden muß.

Es ist eine Binsenwahrheit, daß großformatige Bilder den Betrachter intensiver ansprechen als kleine Vergrößerungen. Selbst der Fachmann, der schon am Negativ oder am Kontakt die Bildwirkung beurteilen kann, läßt sich durch das Format einer sauberen 24×30 cm-Vergrößerung bestechen. Außerdem erleichtert das große Format die Positiv-Retusche ganz wesentlich. Gegen das Großformat sprechen die höheren Herstellungskosten

und die Versandschwierigkeiten. Im allgemeinen sollte man sich deshalb auf 18×24 cm-Vergrößerungen beschränken — bei aktuellen Fotos genügt sogar das 13×18 cm-Format. Selbstverständlich werden die Bilder nicht aufgezogen. Ob man die Vergrößerungen mit oder ohne Rand herstellt, bleibt der Entscheidung des einzelnen überlassen und wird in vielen Fällen vom Bild selbst bestimmt. Randlose Vergrößerungen sind einfacher anzufertigen und erscheinen großzügiger, moderner. Hochglanz-Trocknung ist bei Pressebildern selbstverständlich.

Eine Retusche, die im wesentlichen sich auf „Ausflecken“ beschränken wird, kann bei aktuellen Bildern ganz unterbleiben, ist aber bei allen anderen Aufnahmen angebracht. Durch das Überarbeiten der Vergrößerungen mit Stift und Pinsel wird das Auge des Betrachters ebenfalls bestochen — die für den Druck erforderliche Positiv-Retusche kann der Pressefotograf ohnehin nicht ersetzen. Immerhin lassen sich durch Retusche Mängel beseitigen, die beim Vergrößern entstanden sind.

Gelegentlich werden Reproduktionen erforderlich. Alte Fotos, deren Negative verlorengegangen, Schriftstücke oder Landkarten können der „Abrundung“ einer Reportage dienen und müssen deshalb vervielfältigt werden. Das Reproduzieren geht am einfachsten mit Hilfe einer alten Mattscheiben-Kamera mit doppeltem Bodenauszug vor sich. Das Verfahren ist so billig und bequem, daß sich die Anschaffung einer solchen (heute meist sehr preiswerten) Kamera lohnt. Wenn man sich dazu einen entsprechenden Tisch schreinert oder bauen läßt, verfügt man über eine völlig ausreichende „Repro-Einrichtung“.

Für die Besitzer von einäugigen Spiegelreflex-Kameras mit Zwischenringen oder von Kameras mit Naheinstellgeräten ist das Reproduzieren nicht besonders schwierig. Kompliziert wird die Sache bei manchen Kleinbild-Kameras, wenn kein Mattscheiben-Adapter vorhanden ist. Rührige Amateure, die sich mit den gleichen Problemen herumschlugen, haben deshalb schon frühzeitig nach einem Ausweg gesucht und ihn in Gestalt ihres Vergrößerungsapparates gefunden. Mit einigem Geschick, Pappe oder Holz kann man eine lichtdichte Kasette anfertigen, die mit Repro-Film geladen und an Stelle des Negativ-Halters in das Vergrößerungs-Gerät geschoben wird. Vorher hat man mit Hilfe eines einwandfreien Negativs „scharfgestellt“, d. h. den zum Format der Repro-Vorlage passenden Abstand Vorlage—Objektiv ermittelt. Die Reproduktion selbst ist einfach: man klemmt die Vorlage in den Vergrößerungsrahmen oder legt sie unter Glas. Dann wird auf Blende 8 abgeblendet und durch Einschalten der Lampen belichtet. Bei einiger Übung macht das alles keine Schwierigkeiten, und in kürzester Zeit ist jede beliebige Vorlage reproduziert. Als Aufnahmematerial genügen bei der Reproduktion von Fotos die auch sonst verwendeten Filmsorten niedriger bis mittlerer Empfindlichkeit. Für die Reproduktion reiner Schwarzweiß-Vorlagen (Zeichnungen, Karten, Statistiken usw.) verwendet man das härter arbeitende, extrem geringempfindliche Filmmaterial. Es sind aber auch spezielle Repro-Filme für beide Zwecke im Handel.

Schlampereien in der Dunkelkammer mindern die Qualität und damit die Verkäuflichkeit der Fotos. Eine einwandfreie, exakt ausgearbeitete Vergrößerung spricht immer an und hinterläßt selbst im Falle einer Ablehnung bei der Redaktion einen angenehmen Eindruck.

Das Wort zum Bild

Die meisten Leute lesen gerne Witze. Mir geht es genauso. Ich sehe auch nicht ein, warum das ein Zeichen besonderer Primitivität sein soll, wie manche Leute behaupten. Am besten gefallen mir die Witze in Form von Zeichnungen. Und von denen wieder die, die „ohne Worte“ für sich selbst sprechen. Aber die sind selten.

Genauso verhält es sich mit Pressefotos. Ein Bild, das man völlig ohne Text versteht, ist der Idealfall — aber überaus rar. Und in den meisten Fällen würde es auch dann noch durch ein paar Zeilen Text gewinnen . . .

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Darüber ist man sich allgemein einig. Aber bei fast allen Fotos, die aufgenommen werden, ist es damit nicht getan. Selbst der Rabe, der Pfeife raucht — ein Bild also, das für sich selber spricht — gewinnt, wenn man dazu liest, daß der merkwürdige Vogel in der Nachbarschaft heimisch ist und in seiner Jugend — nun, etwa: Zigaretten bevorzugte. Oder: da ist das schöne Landschaftsbild für die Heimatseite. Es freut den Leser zu erfahren, daß es just auf seinem Lieblings-Wanderweg aufgenommen wurde.

Noch etwas sehr Wesentliches kommt hinzu: *Das Foto hält den Augenblick fest — über Vor- und Nachgeschichte, über Hintergründe und Konsequenzen muß der Text Auskunft geben.* Ein dramatisches Bild von einem lichterloh brennenden Haus, das ohne (ausreichenden) Text geliefert wird, kann man höchstens als Illustration zur Brandschäden-Statistik veröffentlichen. Den Leser interessiert — und der Redakteur hat das zu berücksichtigen —, wo das Haus abbrannte, wie das Feuer ausbrach, wann es gelöscht wurde, ob Tote zu verzeichnen waren, wie hoch der Sachschaden war — kurzum, er will alles wissen, was irgendwie mit dem Brand zu tun hat.

Die sechs W . . .

Der englische Schriftsteller Rudyard Kipling hat sich die „6 W“ ausgedacht, die dabei helfen können, nichts beim Betexten zu vergessen. Die „6 W“ — das heißt nämlich: „Wo (geschah) Was (durch) Wen, Wie, Wann und Warum?“ Ein Bildtext muß auf alle diese Fragen Antwort geben. Das sieht dann so aus:

Der amerikanische Filmschauspieler George B. Smith traf am 5. Oktober 1956 auf dem Frankfurter Hauptbahnhof mit einem Zug aus Mailand ein, um der deutschen Erstaufführung seines Filmes „Lied im Schnee“ beizuwohnen.

Damit ist zunächst einmal alles gesagt. Jeder weiß jetzt, wer George B. Smith ist, wo und wann und wie er eintraf — und warum er überhaupt nach Frankfurt kam. Ein Bildreporter, der es dem Redakteur einfach machen will — und das muß er, wenn leicht verkäufliche Ware geliefert werden soll —, versucht, für den Bildtext noch etwas mehr in Erfahrung zu bringen. Und außerdem zeigt das Bild wahrscheinlich nicht nur den Filmstar,

sondern auch noch einige andere bedeutende Leute, die erwähnt werden müssen. Vor allem soll aber ganz eindeutig aus dem Text hervorgehen, wer von den dargestellten Personen nun eigentlich der Smith ist. Wir ergänzen den Text also noch etwas. Dabei fällt uns eine Überschrift ein, die das Wesentliche kurz zusammenfaßt. Also:

Amerikas Filmstar Nr. 1 in Frankfurt

Der 39jährige amerikanische Filmschauspieler George B. Smith, der im vergangenen Jahr in den USA zum Filmstar Nr. 1 erklärt wurde, traf am 5. Oktober 1956 auf dem Frankfurter Hauptbahnhof mit einem Zug aus Mailand ein, wo soeben die Dreharbeiten zu seinem neuen Film „Pfingsten im Dezember“ abgeschlossen wurden. Smith wird am 6. Oktober im Frankfurter „Licht-Theater“ der deutschen Erstaufführung seines Filmes „Lied im Schnee“ beiwohnen. Zu seiner Begrüßung waren August Schulze, der Frankfurter Vertreter des „ABC-Filmverleihs“, und Josef Ginnheimer, der Direktor des „Licht-Theaters“, auf dem Hauptbahnhof erschienen. Von links nach rechts: Schulze, Georg B. Smith und Ginnheimer kurz nach der Ankunft des Zuges aus Mailand. Ganz rechts ein Journalist.

Auch der Journalist ist wichtig. Sonst wundert sich hinterher einer, was der Bursche mit der Hornbrille bei der Begrüßung zu suchen hatte.

Selbstverständlich bekommt man die Namen der Leute, die aufs Bild geraten, nicht immer lückenlos zusammen. Im Trubel der Ereignisse kann das sogar unmöglich sein. Immerhin soll man sich bemühen, die Zahl der geheimnisvollen Unbekannten recht, recht klein zu halten. Auf gar keinen Fall aber schreibt man irgend etwas hin. Motto: Das merkt ja doch keiner! Irrtum — alle merken es. Wer's nicht glaubt, kann es ja mal versuchen. Der Bildredakteur — denn der muß die unweigerlichen Telefonanrufe empörter Leser entgegennehmen — wird dem nachlässigen Mitarbeiter am nächsten Tag schon das Passende sagen. Lieber schreibt man in der Aufzählung der Namen, die mit den klassischen Buchstaben „v. l. n. r.“ (von links nach rechts) beginnt, das bescheidene Wörtchen „unbekannt“. Der Redakteur kann dann immer noch versuchen, etwas zu erfahren. Auf alle Fälle wurde ihm aber reiner Wein eingeschenkt . . . Das gilt auch, wenn man sich über die Schreibweise eines Namens nicht unbedingt im klaren ist. Vor allem in Amerika scheut man sich nicht, sogar in der Zeitung unter einem Bild bei der Aufzählung der Namen den schlichten Vermerk „unidentified“ anzubringen. Der Leser ist dann darüber informiert, daß man den Namen des Betreffenden beim besten Willen nicht herausbekommen konnte.

Der Gehalt macht's

Im Auslande ist man bei der Personenbeschreibung überhaupt wesentlich präziser als hierzulande üblich. Während unsere Blätter sich im allgemeinen mit der Angabe „Gottfried Meyer“ unter Hinzufügung des Titels begnügen, wünscht der Leser dort Gottfried Meyers Alter und wenigstens noch seinen Wohnort zu erfahren. Das geht sogar so weit, daß man bei einer ganz belanglosen Aufnahme, z. B. in einer Industrie-Reportage, im Text angibt: Auf dieser Maschine werden die . . . Einzelteile geprägt. Arbeiter John Miller, 52 Jahre, aus Stonefield (Ohio), 36 River Lane, bedient die Presse.“ Obgleich Miller sozusagen nur Staffage ist. Das hat manches für sich, und auch bei uns sollte man sich vielleicht diese Genauigkeit in der Berichterstattung zu eigen machen. Wenn sie dem Redakteur, der



„Human interest“ ist eines der wichtigsten inneren Wirkungsmittel der Pressefotografie. Welch Glück für den Reporter, als sich bei hochhoffizieller Gratulationscour (Bundespräsident Heuss gratuliert Konrad Adenauer zum Achtzigsten) ein Enkel des Gefeierten „fotogen“ zwischen die Staatsmänner — und damit ins Bild drängte! (Associated Press)



*Echte Dramen, welche die Kamera festhielt. Oben: Nur die Hände eines ermordeten koreanischen Zivilisten sind über dem Schnee sichtbar. Unten: Die von Schmerz überwältigte Mutter des wegen Atomspionage in USA hingerichteten Julius Rosenberg bei der Beerdigung. (Associated Press)
In beiden Fällen Dokumente, erschütternde zudem — aber wo ist die Grenze?*

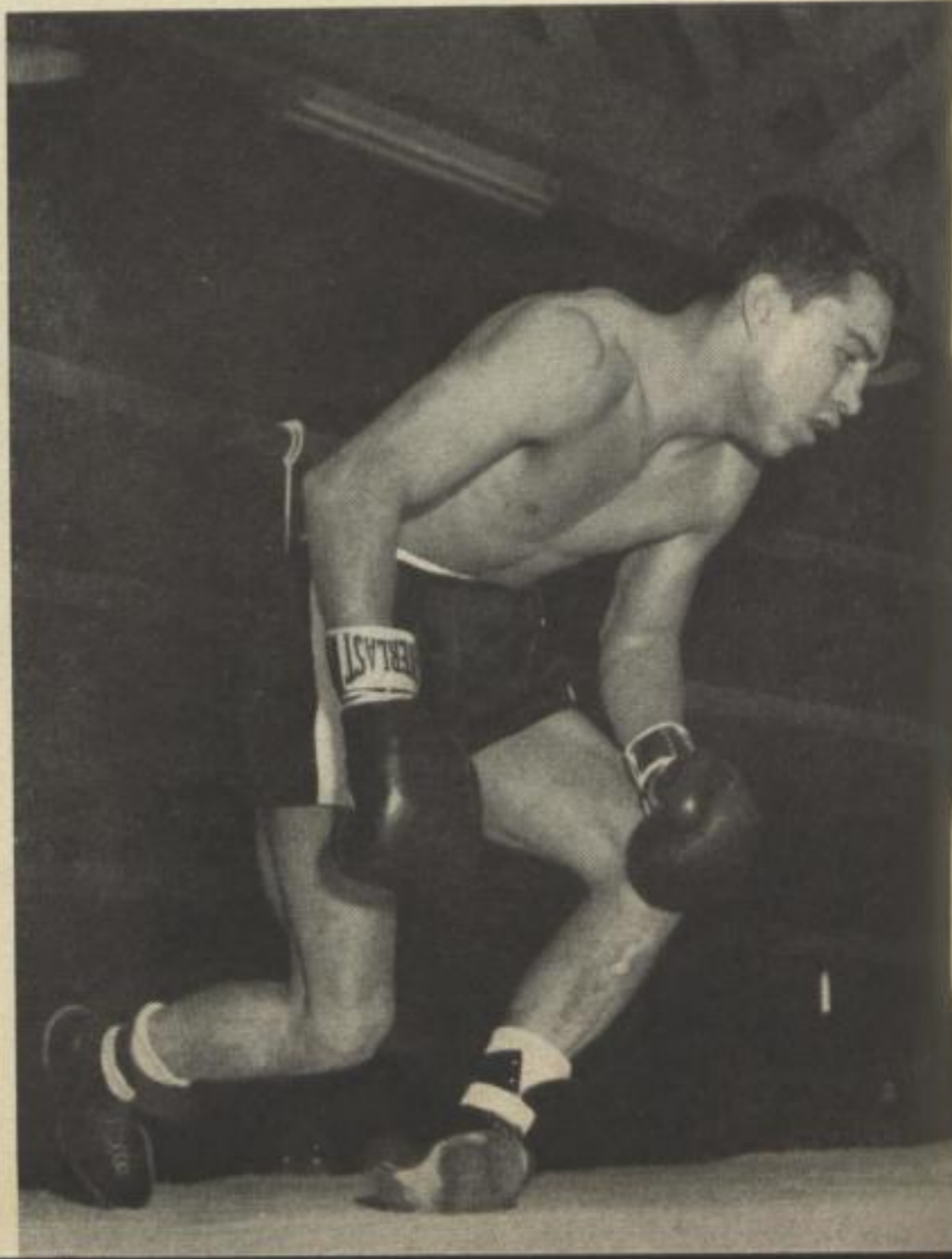




Handgreifliche Sentimentalität soll die Liebe des Bayernvolkes zu Kronprinz Rupprecht in einem Bild verdeutlichen, das während des Trauerzugs anlässlich des feierlichen Staatsbegräbnisses für den greisen Wittelsbacher aufgenommen wurde. (Rauchwetter)



Die indiskrete Kamera — die Grenzen der Bildberichterstattung — zwei leidige Themen... Von harmloser Lächerlichkeit (unten links: schwedischer Rennfahrer fährt trotz Hosenverlust weiter) über herzlose Sportbilder (unten rechts: amerikanischer Boxer geht zu Boden) führt der Weg zu kaltblütiger Sensationsreportage. Oben links: Der Selbstmörder und sein Schatten. Oben rechts: In Los Angeles. Ein Gast ist erschossen worden — der Barbetrieb geht weiter...



die Bilder kauft, nicht paßt, kann er immer noch streichen. Noch eins ist sehr wichtig: Bei Modefotos muß unbedingt der Name des Modeschöpfers oder des Salons angegeben werden!

Der Text, den der Fotograf liefert, wird übrigens in den meisten Fällen nur als Arbeitsunterlage gebraucht. Die Redaktionen schreiben ihre Unterschriften lieber selbst. Also muß der Text des Bildreporters keine literarische Spitzenleistung darstellen. Wenn ein Fotograf druckfertige Texte liefern kann — um so besser! Wer's nicht kann oder keine Zeit dazu hat, begnügt sich mit den sachlichen Angaben. Die müssen dann aber klar formuliert, übersichtlich und so konzentriert wie möglich sein. Kein müßiges Gerede, keine Zeilenschinderei — aber alles, was an Tatsachen greifbar ist. Besser ein gehaltvoller Text mit stilistischen Fehlern als eine leere Wortdrechselei. Der Redakteur ist nicht allwissend, und darauf, daß zufällig irgendein Redaktionsmitglied orientiert ist, kann er sich nicht verlassen. Man wünschte sich manchmal, man besäße die Honorare für die Bilder, die lediglich wegen ungenügender oder ungenauer Texte an die Fotografen zurückgehen! Und noch etwas: Wer aus irgendeinem Grund den Bildtext schon nach dem Negativ schreiben muß, versichere sich, daß er den Film mit der Schichtseite nach unten betrachtet. Sonst wird nach dem Vergrößern plötzlich aus rechts links und umgekehrt, und der Text stiftet heilloses Durcheinander.

Thema: Sachkenntnis

Vergessen wir nicht, daß die Leserschaft einer Zeitung, einer Zeitschrift aus lauter Spezialisten zusammengesetzt ist. Aus Menschen also, die jeweils auf einem ganz bestimmten Gebiet hundertprozentige Fachleute sind. Diesem insgesamt fast allwissenden Publikum etwas vorzumachen, kann sich eine Zeitung nur am 1. April leisten. Die Leser wissen alles. Und es ist ihnen auch furchtbar gleichgültig, ob der Fotoreporter gerade in Schiffbaufragen unbewandert ist und das neue Motorschiff im Text als Dampfer bezeichnet. Was der arglose Redakteur auch prompt übernimmt. Man kann Wetten darauf abschließen, daß nach Erscheinen des Bildes nicht nur die Reederei Krach schlägt, die Wert auf die Tatsache legt, daß sie nur moderne Motorschiffe fahren läßt, sondern auch eine ganze Anzahl von Lesern — vom ehemaligen Kapitän bis zum Oberlehrer. Manche Menschen mögen ja allzu pedantisch sein, aber im Grunde haben die Leute recht: für ihr gutes Geld können sie eine präzise Berichterstattung verlangen. Und der Redakteur hat auch recht, wenn er die Reklamationen der Leser und den Anpiff seines Chefs mit gebührendem Nachdruck an den Fotografen weitergibt.

Nun sind Bildreporter keine wandelnden Staatsbibliotheken. In dieser Zeit, in der alles zur Spezialisierung drängt, dürfte es so gut wie unmöglich sein, ein für jeden Fall ausreichendes Allgemeinwissen bereitzuhaben. Es hilft also nichts: man muß sich von Fall zu Fall gründlich orientieren. Das ist relativ einfach. Fast jedes Unternehmen, jede Behörde oder sonstige Institution hat eine Pressestelle, die Fachwissen — für jeden Zweck bearbeitet — bereithält. Außerdem: Jeder spricht gern von seinem Beruf, seiner täglichen Umgebung und läßt mit Vorliebe sein Wissen erstrahlen. Der Trick liegt nur darin, herauszubekommen, wo und bei wem man sich jeweils informieren kann. Wenn der Reporter seine „Themenkühe“ richtig behandelt, erfährt er eine ganze Menge bereits vor der Aufnahme, und das kommt ihm später beim Betexten zugute. Die Beherrschung der Materie

erleichtert zudem die Aufnahme selbst. Man findet das Wesentliche leichter heraus. Die Arbeiter in der Fabrik, in der man fotografieren will, stoßen sich an: „Aha, der kennt unseren Laden!“ Der Wissenschaftler, von dem ein Porträt gewünscht wird, tritt dem Fotografen ganz anders entgegen, wenn er mit ihm nicht nur über das Wetter sprechen kann, sondern spürt, daß der Kameramann über seine Arbeit wenigstens in groben Zügen orientiert ist. Dann wird er aufgeschlossen und gibt vielleicht Tips, die der Fotograf sonst nie erfahren hätte. Ganz nebenbei eignet man sich auf diese Weise ein erhebliches Wissen an. Eine Chance, die kaum ein anderer Beruf bietet: nie wird man einseitig, immer lernt man etwas Neues, ständig weitet sich der Gesichtskreis. Das ist eine so begeisternde Sache, daß es die kleinen Mühen lohnt, die man dazu auf sich nehmen muß. Sie machen sich bei der Tagesarbeit bezahlt und werfen in der Zukunft Zinsen ab.

Vor einer Untugend muß man sich hüten: Sachkenntnis vorzutäuschen, wenn sie nicht wirklich vorhanden ist. Der ganze Unsinn, den man gar nicht so selten insbesondere über wissenschaftliche und technische Dinge in der Presse liest, ist nicht zuletzt darauf zurückzuführen, daß über Themen berichtet wird, von denen die Berichterstatter keine Ahnung haben. Das schadet dem gesamten Renommee des Berufs. Jeder Presseemann kann ein Lied davon singen: Er kommt irgendwohin — und als Erstes werden Klagen über Kollegen vorgetragen, die dies und das völlig entstellt wiedergegeben haben. Manchmal lassen die Leute nach solchen Erlebnissen den Fotoreporter gar nicht erst zur Tür herein. Im eigenen Interesse und dem aller Journalisten sollte man deshalb die Finger von Halbwahrheiten und unverstandenen Dingen lassen. Auf die Dauer kann man damit doch nicht bestehen.

Vorarbeiten!

Während und unmittelbar nach einer Aufnahme hat man selten Zeit und Muße. Deshalb wird der Text zum Bild in den meisten Fällen auch gestümpert. Dabei macht es so gut wie gar keine Mühe, wenn man ihn vor der Aufnahme in Ruhe vorbereitet. Die „Kollegen vom Wort“ machen das häufig so: Die Meldung von der Eröffnung der Messe liegt schon Tage vorher fertig vor — mit der Rede des Bundesministers und allem Drum und Dran. Tritt das Ereignis ein und verläuft wie vorgesehen, fügen sie ein paar lebendige Details ein und „schießen“ ihre Geschichte heraus. Extremster Fall: Selbst ein Nachruf ist schon fertig, bevor der prominente Mitbürger überhaupt mit einer Krankheit rechnet. Das ist nicht pietätlos, sondern ganz einfach zweckmäßig, und trägt auch dazu bei, daß mit Ruhe und Sorgfalt gearbeitet wird, solange noch Zeit dazu ist. In den Fällen, in denen das möglich ist, sollte der Bildreporter ähnlich verfahren.

Erinnern wir uns noch einmal an unseren Freund George B. Smith, den Filmstar, der zusammen mit Schulze & Co. auf dem Frankfurter Hauptbahnhof fotografiert wurde. Mit Hilfe des Filmverleihs, der die erwähnte Erstaufführung startet, läßt sich der ganze Text mit Ausnahme der Identifizierung der Dargestellten schon vorher schreiben. Beim Verleih weiß man über diese Dinge Bescheid und gibt gern Auskunft. Die letzten paar Zeilen werden hinzugefügt, wenn man weiß, was man auf dem Film hat.

Es gibt noch ein paar andere Tricks, um zu guten Textunterlagen zu kommen. Bei größeren Veranstaltungen, bei denen viele Menschen zusammenströmen, ist meist eine Liste der geladenen Gäste oder eine Tischordnung vorhanden. Bei ganz vornehmen Gesell-

schaften liegt sie sogar gedruckt vor. Also: 10 Minuten eher hingehen und sich ein Exemplar beschaffen. Dann ist die korrekte Schreibweise der Namen gesichert, hinter denen man (nur zu eigenem Gebrauch!) Gedächtnisstützen anbringen kann. Etwa: Konsul von Falkenhorst (mit Glatze und Kartoffelnase). Bei Ausstellungen gibt es Kataloge und Prospekte in großen Mengen. Lieber fügt man den Bildern einen Prospekt bei, mit dem der sachkundige Ressort-Redakteur schon fertig wird, als daß man gar nichts oder Unsinn zu den Fotos schreibt.

Da wir gerade bei Ausstellungen sind: Hier noch ein Hinweis, der natürlich auch auf Industrie-Reportagen, Fotos von Partei-Veranstaltungen usw. zutrifft. Man vermeide es, den Text so abzufassen, daß er wie Reklame oder Propaganda wirkt. Es ist für einen Journalisten immer peinlich, wenn man ihm Propaganda für irgendeinen Interessentenkreis, d. h. also eine „gefärbte“ und damit nicht mehr ganz wahre Berichterstattung vorwerfen kann. Außerdem: die Verlage stehen mit Recht auf dem Standpunkt, daß Werbung im redaktionellen Teil nichts zu suchen hat. Dafür sind die Anzeigenseiten da. Viele Firmen jedoch versprechen sich eine besondere Wirkung davon, auf dem Umweg über die Mitarbeiter mit der Werbung in den redaktionellen Teil der Zeitungen einzudringen. Daran muß man denken, wenn man Tips, Einladungen zu Besichtigungen und Presse-Informationen von Industrie-Firmen erhält. Manche Werbe- und Pressestellenleiter gehen auch etwas sorglos mit ihren Angaben um. Sie sparen nicht mit Superlativen. Eine Bekanntmachung wie „Der größte Kran der Welt“ kann genau so übertrieben sein wie „Das modernste Hotel Europas“. Vom Journalisten verlangt man aber Tatsachen, hieb- und stichfeste Tatsachen. Sonst kommt der Fachmann Zeitungsleser und ... siehe oben. Vor Superlativen soll man sich überhaupt hüten. Man kann sich Ausdrücke wie die „sensationellste“ Erfindung, den „atemraubenden“ Spielverlauf, das „abscheulichste“ Blutbad getrost schenken und sollte lieber mit echten Tatsachen aufwarten. Wenn diese wirklich interessant sind und das Bild gut ist, verkauft es sich ohnehin. Es lohnt sich auf die Dauer nicht, die Bedeutung von Ereignissen, Dingen und Menschen mit Gewalt aufzublähen, nur weil man Bilder verkaufen möchte. Jeder Redakteur bekommt das bald heraus und wird kritisch bis zum ablehnenden Mißtrauen.

Wie heißt der Mittelstürmer?

Die Texte für Bilder von Fußball-, Handball- oder Hockeyspielen sind meist nicht ganz einfach abzufassen. Die Spieler des Platzvereines lernt man im Laufe einer Saison so gut kennen, daß man sie auch nach ihren verzerrten Gesichtern auf den Fotos identifizieren kann. Beim Training läßt sich dann auch einmal eine Mannschaftsaufnahme machen, und man kann sich jeden Namen notieren. Von dem Bild macht man eine Riesen-Vergrößerung und klebt den Spielern Schildchen mit ihren Namen auf den Bauch. Leider spielt „unser“ Verein nun aber gegen auswärtige Mannschaften, die man sonst nie sieht. Eine Hilfe sind hier die Nummern, welche die Spieler auf dem Rücken tragen und die man sich vor Beginn des Spieles im Programm neben die Namen der Spieler schreiben kann. Totsicher ist das nie, weil oft noch kurz vor Beginn einzelne Spieler ausgewechselt werden. Am besten sichert sich der Reporter die Freundschaft eines Fußball-Begeisterten, der ihn berät — wenn er nicht selbst zu den Bewunderern „König Fußballs“ zählt.

Erfahrungsgemäß kann man sich bei Fotos von Sportveranstaltungen meist mit einer Überschrift, die das Ereignis bezeichnet, und der Bildbeschreibung begnügen. Die Sportberichterstattung ist heute so gut organisiert, daß jeder Redaktion lange vor Eintreffen der Bilder die Ergebnisse, die Rahmenschilderung usw. vorliegen. Unumgänglich sind aber auch hier lückenlose und genaue Angaben über die dargestellten Personen. Und einige sachliche Angaben über die gezeigte Situation. Etwa so:

HSV - Holstein Kiel 8:2 (2:1)

Im Strafraum der Kieler: Woitkowiak (HSV) hat die Kieler Verteidigung Mathies und Gräf ausgespielt und zu Seeler (HSV) gepaßt, der unhaltbar für Torwart Glinka zum 7:2 einschießt. V. l. n. r. Mathies, Woitkowiak, Gräf, Glinka, Seeler, Schiedsrichter Schwarzmann. — 1. 8. 1954.

Man nennt den Platzverein, also den Gastgeber, stets an erster Stelle. Damit ist auch der Ort der Handlung festgelegt — jeder Eingeweihte weiß, daß der HSV, der Hamburger Sportverein, an der Rothenbaumchaussee in Hamburg zu Hause ist. Das Ergebnis in Klammern hinter dem Endresultat gibt das Torverhältnis nach der ersten Halbzeit an. Ausführlicher und etwas gefälliger würde der gleiche Text etwa so aussehen:

HSV überfuhr Holstein Kiel 8:2

Beim Punktspiel der norddeutschen Fußball-Oberliga am 1. August 1954 schlug der Hamburger Sportverein die Gäste aus Kiel überlegen mit 8:2 (2:1) Toren. Die Elf des HSV zeigte vor mehr als 12 000 Zuschauern auf dem Hamburger Rothenbaum-Platz ein hervorragendes Zusammenspiel, dem die häufig unsicheren Kieler nichts Gleichwertiges entgegensetzen konnten. Schiedsrichter Schwarzmann war — abgesehen von einer etwas zu harten Elf-Meter-Entscheidung gegen Kiel, die aber erfolglos blieb — zufriedenstellend. Hier eine Szene vor dem Tor der Gäste. Der Hamburger Stürmer Woitkowiak hat die Kieler Verteidiger Mathies und Gräf ausgespielt und selbstlos zu seinem Mittelstürmer Seeler gepaßt, der in der 84. Spielminute zum 7:2 einschießt. Kiels Torhüter Glinka, der herausgelaufen ist, hatte das Nachsehen. V. l. n. r. Mathies, Woitkowiak, Gräf, Glinka, Seeler und Schwarzmann.

Ein so ausführlicher Text ist — wie gesagt — meist nicht erforderlich. Aber er macht einen guten Eindruck. Bei vernünftiger Organisation der Arbeit ist dazu auch Zeit. Während der Film fixiert und wässert, kann man an Hand des Programmes, des Spielergebnisses und des Gesehenen den Vortext schreiben. Oder der daheimgebliebene Partner hat ihn nach der Rundfunkübertragung bereits fix und fertig, wenn der Reporter zur Tür hereinkommt. Die paar Namen schreibt man dann unter den fertigen Vortext, während die Vergrößerungen wässern und trocknen.

Gerade Sportbilder müssen gelegentlich unter ungünstigen Bedingungen entstehen. Die Folge: die Bilder sind technisch nicht besonders gut. Dann ist es vorteilhaft, wenn man — sozusagen zur Entschuldigung — kleine Bemerkungen über die Wetterlage in den Text einfließen läßt.

Ein typisches Beispiel sei angeführt: Der harte Kampf auf regennassem Platz endete mit 6:3 Toren für die Gäste. Oder: Im dichten Schneetreiben passierte der Sieger das Ziel. Außerdem gehört in diesen Fällen eine Mitteilung über besonders ungünstiges Wetter, das ja auch die Sportler behindert, sowieso zur vollständigen Berichterstattung. Insofern kann man also zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen . . .

Bildserie und Artikel

Für die Texte von Bildserien gilt praktisch das gleiche wie für Einzelunterschriften. Tatsachen, präzise Angaben sind das Entscheidende. Die stilistische Form ist erst in zweiter Linie wichtig. Wer keine Begabung zum Schreiben hat, beschränkt sich auf eine sachlich-nüchterne Aufzählung. Das ist auf keinen Fall falsch. Um sich Arbeit zu sparen, wählt man die Form der Bildserie mit „Vorspann“. Dieser „Vorspann“, der im allgemeinen nicht länger als eine Schreibmaschinenseite sein soll (sonst wird's langweilig), enthält — etwa bei einer Bildserie über die Berliner Filmfestspiele — alles, was zum Gesamtkomplex des Themas gesagt werden kann. In unserem Falle also Angaben über Eröffnungstermin und Dauer, über die Zahl der vorgeführten Filme und ihre Herkunft, über die prominenten Gäste, die Sonderveranstaltungen Dann kann man sich bei den Texten für die einzelnen Bilder auf Angaben zum Bildinhalt selbst beschränken. Der allgemeine Rahmen ist ja bereits im „Vorspann“ behandelt, der eine mehr instruktive als „journalistische“ Überschrift erhält. Der Titel soll eine Inhaltsangabe in Kurzform sein. Die trockene Überschrift „Internationale Filmfestspiele 1956 in Berlin“ sagt mehr und sagt es eindeutiger als die an sich elegantere Formulierung „Film-Parade in der Vier-Sektorenstadt“ oder als der noch mehr Erläuterungen erfordernde Titel „Internationales Berlin — Internationaler Treffpunkt“, mit dem auf die zahlreichen Gäste aus dem Ausland angespielt werden soll. Redakteure sind eilige Leute, auf deren Tisch täglich ganze Stöße von Bildern der Durchsicht harren. Sie betrachten die Photos, beurteilen sie und wollen dann zunächst ganz knapp und eingehend über den Inhalt, das Thema informiert sein.

Das alles schließt natürlich nicht aus, daß auch völlig druckreif betextete Bildserien in dieser Form ihre Abnehmer finden. Wenn auch die meisten Redaktionen lieber nach ihrem eigenen Geschmack betexten. So wird im allgemeinen für Bildtexte auch kein besonderes Honorar gezahlt — der Text und auch der „Vorspann“ einer Serie gehören eben zum vollständigen Angebot. Andererseits kann man ungeniert ein Honorar für den Text fordern, wenn dieser in tatsächlich druckreifer Form vorgelegt wird und über den Rahmen bloßer Erläuterungen hinausgeht. Wer über diese an sich seltene Doppelbegabung verfügt und mit Kamera und Schreibmaschine in gleicher Weise hantieren kann, soll das auch ausnutzen. Einige Fotoreporter haben sich auch — ihrer Schwäche bewußt — mit Wortjournalisten zusammengetan. Derartige Reporter-Ehen arbeiten meist recht gut — vier Augen sehen mehr als zwei, und schon vor der Aufnahme setzt die Unterstützung durch den Partner ein. Dann kann man sich auch an den „illustrierten Artikel“ heranwagen.

Der Bildartikel ist eine selbständige journalistische Arbeit. Bild und Wort stehen hier im Vergleich zur „normalen“ Bildserie im umgekehrten Verhältnis. Vor allem kleinere Zeitungen und Familienzeitschriften sind für solche Arbeiten empfänglich. Gezahlt wird für den Artikel das übliche Zeilenhonorar — die verwendeten Bilder werden einzeln oder als Serie honoriert. Das jedenfalls ist die korrekte Art der Abrechnung. Pauschalen fallen meist zuungunsten der Mitarbeiter aus. Wer den Artikel nicht selbst schreibt, rechnet am besten mit dem Verfasser nach Verkauf auf einer vorher festgelegten prozentualen Basis ab. Die Honorierung „auf Verdacht“ (also im voraus) ist nicht ratsam — man übernimmt ein Risiko und weiß nicht, ob man das Geld auch wieder hereinbekommt. Außerdem fühlt sich einer der beiden Partner auch leicht übervorteilt, wenn er nach abgeschlossenem

Verkauf das Gesamthonorar erfährt. Der Redaktion die Teilung des Honorars zu überlassen, ist keinesfalls zu empfehlen. Der ankaufende Redakteur behandelt eine Einsendung am liebsten als ein Ganzes — er bringt die Einzelheiten bei der Abrechnung sonst zu leicht durcheinander, verwendet zu dem Artikel andere Bilder oder läßt zu den Fotos einen anderen Artikel schreiben.

Aufkleber oder Zettelwirtschaft?

Der treffendste Text ist wertlos, wenn er unleserlich ist oder sich — weil unzweckmäßig angebracht — selbständig macht. Eine Schreibmaschine sollte man sich also schon anschaffen — handgeschriebene Texte machen keinen guten Eindruck und sind unbequem zu lesen. Sie sind besonders gefährlich, wenn Eigennamen auftauchen. Ebenso unzweckmäßig ist es, bei mehreren Bildern die einzelnen Texte auf einem gesonderten Zettel zusammenzufassen. Selbst wenn man Bilder und Unterschriften numeriert. Kein Mensch hat Lust, aus dieser Liste die einzelnen Texte mühsam herauszusuchen. Außerdem besitzen derartige Blätter die fatale Angewohnheit, plötzlich zu verschwinden. Besser ist es also, die Texte mit der Schreibmaschine auf einzelne Blätter zu schreiben, die dann auf die Bildrückseiten geklebt werden. Das hat auch seine Nachteile: in den meisten Redaktionen ist es üblich — bei Tageszeitungen mit aktuellen Bildern grundsätzlich der Fall —, den zur Veröffentlichung bestimmten Text anzufertigen und in der Druckerei setzen zu lassen, während die Fotos bereits in der Klischee-Anstalt verarbeitet werden. Bevor der Redakteur das Bild zu diesem Zweck aus der Hand gibt, muß er also entweder den Text abreißen oder abschreiben. Das eine trennt Bild und Text und erschwert damit die spätere Identifizierung des aus der Klischee-Anstalt zurückkommenden Fotos, das andere bringt Zeitverlust. Das alles kann man verhindern, wenn man den Textzettel in die eigentliche Bildunterschrift und einen Kennabschnitt unterteilt. Dieser Abschnitt — das linke oder obere Viertel des verwendeten Zettels — enthält lediglich den Bildtitel, das Datum und den Namen des Urhebers. Auf dem Rest stehen die gleichen Angaben und der eigentliche Text. Aufgeklebt wird der Zettel so, daß der Kennabschnitt mit seiner gesamten Fläche fest auf der Bildrückseite sitzt. Von ihm kann man bei Bedarf den Text abschneiden. Für wenig Geld lassen sich übrigens entsprechend geschnittene und auch perforierte Bogen beschaffen, auf die dann gleich die immer wiederkehrenden Angaben (Urhebername usw.) aufgedruckt werden können.

Eine andere Methode besteht darin, die Bildtexte nacheinander (in schmaler Kolumne!) numeriert auf ein Blatt zu schreiben, von dem man zwei Durchschläge anfertigt. Das komplette Blatt (oder deren mehrere) steht als Begleittext dem Redakteur bei seiner Unterschriftengestaltung zur Verfügung, der erste Durchschlag wird zerschnitten, die einzelnen Unterschriften werden auf die zugehörigen Bilder geklebt — und der letzte Durchschlag bleibt im Archiv des Fotografen.

Trotz der auf dem Textaufkleber gemachten Urheber-Angabe ist es ratsam, die Fotos selbst auf der Rückseite mit einem Copyright-Stempel zu versehen. Das soll etwa so aussehen :

Copyright by Joachim Dunkel

Berlin W 30, Regensburger Str. 100, Postscheckkonto Berlin-West Nr. 575 06

Diese Formulierung reicht völlig aus. Großartige Firmenbezeichnungen, prächtige Symbole der Bildberichterlei und blutrünstige Drohungen im Falle unberechtigter Verwendung wirken lächerlich. Nach den geltenden Bestimmungen muß übrigens eine Fotografie keineswegs in irgendeiner Form gekennzeichnet sein, um den Urheberrechtsschutz zu genießen. Vor Ablauf der 25jährigen Schutzdauer darf sie ohne Einwilligung des Urhebers auch dann nicht verwendet werden, wenn dieser unbekannt ist. Freilich wissen das manche Redaktionen nicht — sicherheitshalber stempelt man also. Das erleichtert auch die Arbeit am Redaktionstisch, auf dem ja täglich alle möglichen Bilder zusammen- und durcheinanderkommen. Nebenbei: Auch das Stempeln will gelernt sein. Fehlt die Zeit zum ordentlichen Ausbreiten der Fotos (damit die Stempelfarbe trocknen kann), legt man die gestempelten Bilder jeweils mit Vorder- auf Vorderseite und Rückseite auf Rückseite. Nie darf die soeben bestempelte Rückseite des einen Bildes mit der Vorderseite eines anderen in Berührung kommen. Stempelfarbe läßt sich nur sehr schwer von der Oberfläche fotografischer Papiere entfernen. Ist das Unglück einmal geschehen, wässert man das Bild entweder aus oder man versucht die Reinigung mit Spiritus. Das kann aber den ganzen Abzug verderben. Also Vorsicht!

Überaus wichtig: der Bildverkauf

Der Bildreporter mit seinem Ein-Mann-Betrieb stellt ein Wirtschaftsunternehmen im Westentaschenformat dar. Er fabriziert seine Ware selbst, bearbeitet und verschickt sie. Er ist sein eigener Werbeleiter, Verkaufsdirektor und Korrespondent. Jede Einzelfunktion ist für das Ganze wichtig. So auch das Angebot. Auf den besten Fotos kann man „sitzen bleiben“, wenn sie falsch oder ungeschickt angeboten werden.

Kein Geschäftsmann offeriert seine Ware dort, wo kein Bedarf dafür besteht. *Man muß die Kundschaft und ihre Wünsche kennen.* Der Reporter hat es verhältnismäßig einfach: mit jeder Ausgabe ihres Blattes geben die Redaktionen der Zeitungen und Zeitschriften freimütig darüber Auskunft, was ihnen unter den Angeboten der jüngsten Vergangenheit am besten gefiel. Sonst hätten sie es ja nicht gedruckt. Beobachtet man die Veröffentlichungen eine Zeitlang, kristallisiert sich die „große Linie“ jeder Redaktion allmählich heraus. (Da man nicht alle Zeitungen und Zeitschriften kaufen kann, abonniert man am besten eine Lesemappe.)

Das aufmerksame Studium der Veröffentlichungen schützt am sichersten vor Fehlangeboten und damit vor Leerlauf. Es wird in seiner Wirksamkeit nur noch übertroffen durch den persönlichen Kontakt mit den Redaktionen.

Unzweckmäßig ist es, Fotos in einem Brief anzubieten, ohne die Bilder selbst beizulegen. Keine noch so sorgfältig ausgearbeitete Liste der verfügbaren Bilder kann die Aufnahmen selbst ersetzen. Und kein Mensch diskutiert Bilder, die er noch nicht gesehen hat. Anders, wenn man für sein reichhaltiges Archiv Reklame machen will. Dann lohnt es sich schon, eine Aufstellung der vorrätigen Themen herumschicken. Obgleich im Ernstfall diese Liste bei den Redaktionen nicht mehr zu finden ist. Immerhin kann man diesen Weg versuchen und außerdem von Zeit zu Zeit durch ein umfangreiches Auswahl-Angebot die Leistungsfähigkeit seines Archivs demonstrieren.

Unzweckmäßig ist es auch, als Neuling und noch unbekannter Fotoreporter die Redaktionen persönlich oder im Brief nach ihren Wünschen zu fragen. Die Leute wollen etwas sehen und werden ihr Interesse an Einsendungen höchstens durch allgemeine Redensarten kundtun. Ist aber mit einer Redaktion ein Kontakt entstanden, klemmt man einen Paken Fotos unter den Arm und stellt sich vor. Der Name des Bildberichterstatters ist dann wenigstens der Sekretärin ein Begriff, die Unveröffentlichtes zurückschickt: man ist kein Wildfremder mehr. Wer an verschiedenen Orten durch Einsendungen vorgearbeitet hat, kann — vielleicht mit einer Reportage verknüpft — dann und wann auch die auswärtigen Redaktionen bereisen. Mit einem Koffer voller Bilder — damit sich die Sache lohnt. Dabei stellt sich bestimmt wenigstens eines heraus: was die Redaktionen *nicht* haben wollen.

Weniger wichtig, als man es sich oft vorstellt, ist das Beifügen von Begleitbriefen. Wenigstens in neunzig von hundert Fällen. Redakteure haben selten Lust zum Lesen

langatmiger Schreiben — und noch seltener zu ihrer Beantwortung. Manche Leute tüfteln sich auch einen Fragebogen aus: „Gefallen Ihnen meine Fotos? Wenn nein, warum nicht? Wurden die Bilder abgelehnt, weil ...? Nichtzutreffendes ist zu streichen!“ Für Quiz-Fragen dieser Art haben Redakteure selten etwas übrig. Im allgemeinen werfen sie Fotos, die sie nicht interessieren, ihrer Schreibdame auf den Tisch, knurren „Zurück damit“ und vertiefen sich in ihre Arbeit (oder in die Lektüre der Konkurrenz-Zeitung). Ausnahmen gibt es natürlich; sie werden in Kollegen-Kreisen viel bestaunt. Ein Besuch bei einer Redaktion verschafft dem Bildreporter mehr Einblick als zehn Fragebogen.

Der Lieferschein

Am vernünftigsten und auch rationellsten ist das Bildangebot mit Lieferschein. Der ist schnell ausgefüllt und enthält — wenn er richtig entworfen wurde — alles, was wichtig ist. Es gibt für Bildangebot, Ankauf und Rücksendung Spielregeln, die entweder gesetzlich verankert sind oder sowieso von den Beteiligten eingehalten werden. Aber: „Sicher ist sicher“ — und deshalb hat die „Fachgruppe Bild im Deutschen Journalisten-Verband“ einen Lieferschein vorgeschlagen, der allen Anforderungen entspricht¹⁾. Ein Lieferschein, der nach diesem DJV-Entwurf ausgearbeitet wurde, ist nachfolgend abgedruckt. Etwas schroff mögen auf den ersten Blick die Liefer-Bedingungen erscheinen. Als der wirtschaftlich schwächere Teil muß der frei arbeitende Bildjournalist jedoch sein Interesse wahren und jedermann zu verstehen geben, daß er dazu auch entschlossen ist. Womit nicht gesagt sein soll, daß die Redaktionen von Gaunern bevölkert sind, die den armen Bildreporter um Geld und Fotos bringen wollen. Meist sind die Redakteure sogar für die finanziellen Sorgen der Mitarbeiter sehr aufgeschlossen. Ob sie mit ihrer Auffassung allerdings bei ihrem Verlag durchdringen können, ist eine andere Frage.

Der Lieferschein wird am besten mit der Schreibmaschine ausgefüllt — die Durchschrift erscheint auf dem Annahme-Schein. Zusammen mit den Fotos gehen beide Scheine in den Angebotsbrief. Ein weiterer Durchschlag wird zweckmäßig zur späteren Kontrolle abgeheftet. Die nicht benötigten Fotos sollen dann von der Redaktion, der damit unnütze Schreibarbeit erspart wird, mit dem einen der beiden Scheine retourniert werden.

(Vorderseite des Lieferscheines)

(Name und Anschrift des Bildreporters) den 195...

LIEFERSCHEIN Redaktion

Ich erlaube mir, Ihnen anliegend lt. untenstehender Liste Fotos/Bildserien/Bildartikel zur Ansicht und Auswahl zu überreichen. Ich bitte, bis zum 195... eine Entscheidung zu treffen und die nicht benötigten Fotos und Begleittexte mit dem beigefügten Annahmeschein unter Angabe der erworbenen Beiträge zurückzusenden.

Bildtitel — Thema	Anzahl der Fotos	Honorar (Garantie)	Annahmevermerk

Für dieses Angebot gelten die auf der Rückseite aufgeführten, in Übereinstimmung mit der „Fachgruppe Bild im Deutschen Journalisten-Verband“ einheitlich festgelegten Bedingungen.

¹⁾ Lieferscheinblocks (50 Einzelscheine) können zum Preis von DM 1,- beim DJV bezogen werden.

(Rückseite des Lieferscheines)

Für dieses Angebot gelten folgende in Übereinstimmung mit der „Fachgruppe Bild im Deutschen Journalisten-Verband“ einheitlich festgelegten Bedingungen:

1. Bilder und Bildserien, die nicht in der angegebenen Frist (Poststempel) zurückgesandt werden, gelten als erworben und angenommen und werden als solche behandelt¹⁾.
2. Das Honorar für angenommene Fotos/Serien/Bildartikel ist binnen sechs Wochen nach Annahmedatum fällig, ohne Rücksicht auf den Zeitpunkt der geplanten Veröffentlichung.
3. Das vereinbarte Honorar ist jeweils nur der Mindestpreis (Garantie). Bei breiterer Aufmachung (Titel, bei ganz- oder mehrseitiger Verwendung, als Montage usw.) unterliegt der Beitrag einer Honorierung nach den üblichen Seiten- bzw. Pauschalsätzen.
4. Durch die Annahme erwirbt der Käufer, wenn nichts Gegenteiliges vereinbart wurde, das Recht für eine einmalige Veröffentlichung in der Zeitung bzw. Zeitschrift, für die der Beitrag bestimmt bzw. angenommen wurde.
5. Die Veröffentlichung darf nur unter Nennung des auf der Rückseite eines jeden Fotos bezeichneten Urhebervermerkes erfolgen. Ein kostenloses Belegexemplar ist dem Urheber bzw. dem Einsender zu überlassen.
6. Erworbene Erstrechte — Fotos/Bildserien/Bildartikel — die nicht innerhalb von sechs Monaten veröffentlicht werden, verlieren nach diesem Zeitpunkt ihren Charakter als Erstrechte und können vom Urheber anderweitig verwendet werden, falls nicht ausdrücklich etwas Gegenteiliges vereinbart wurde.
7. Die mit „Original — Leihweise“ bezeichneten Fotos sind nach Gebrauch umgehend wieder an den Einsender zurückzusenden.
8. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Wohnsitz des Einsenders.

¹⁾ Ziffer 1 dieser Bedingungen gilt nicht für unverlangte Einsendungen, es sei denn, daß es sich um Beiträge ständiger Mitarbeiter handelt. Aktuelle Bilder sind im Falle der Ablehnung zurückzusenden, wenn sie mit Rückporto versehen sind.

(Text des beigelegten Rückscheins)

Zurück an: Lieferung vom 195...
 (Name und Anschrift des Bildreporters) Von
Redaktion

ANNAHMESCHEIN

Die nachstehend aufgeführtenFotos/Bildserien/Bildartikel haben uns in Ihrem Angebot vorgelegen, das Sie uns bis zum 195... überließen. Die Fotos und Begleittexte, die mit einem Annahme-Vermerk versehen sind, haben wir heute für eine Veröffentlichung angenommen.

Datum		Unterschrift	
Bildtitel — Thema	Anzahl der Fotos	Honorar (Garantie)	Annahmevermerk

Man kann das Bildangebot als Drucksache schicken, wenn die Sendung im übrigen den Drucksachen-Bestimmungen (Seite 127) entspricht, und wenn in den Lieferschein neben der Anschrift des Empfängers nicht mehr als fünf Worte eingetragen wurden. Weiterhin: Redaktionen lassen sich nicht gerne die Pistole auf die Brust setzen. Deshalb gibt man bei nicht-aktuellen Bildern einen Termin an, bis zu dem eine Entscheidung

wirklich in Ruhe und mit Überlegung gefällt werden kann. Eine Frist von 14 Tagen ist im Normal-Fall angemessen. Anders liegen die Dinge natürlich, wenn z. B. rechtzeitig (etwa Mitte November) Weihnachtsbilder zur Auswahl vorgelegt werden. Dann muß dem betreffenden Redakteur Zeit gegeben werden, alle Einsendungen abzuwarten, damit er seine Weihnachtsseite tatsächlich mit den besten verfügbaren Fotos illustrieren kann. Die in diesem Falle recht lange Frist, die man schon in eigenem Interesse einräumen muß, macht natürlich dieselben Fotos für ein Angebot bei anderen Redaktionen wertlos — wenn sie dann unverwendet zurückkommen. Wohlgemerkt: dieselben Fotos — nicht die gleichen! Dazu später noch einiges.

Die Honorar-Höhe trägt der Bildreporter mit etwas gemischten Gefühlen ein — manche Redaktionen fühlen sich dadurch bevormundet. Gewiß! Und trotzdem . . . ! In jeder anderen „Branche“ ist es üblich, daß der Verkäufer den Preis seiner Ware nennt. Ist er dem Käufer zu hoch, kann er ablehnen — oder zu „drücken“ versuchen. Warum soll der Fotoreporter nicht ebenso verfahren? Ein Abdruck gegen ein zu niedriges Honorar verdirbt ihm und allen seinen Kollegen das Geschäft. Er setzt also definitive Honorare ein — natürlich nicht willkürlich, sondern in Übereinstimmung mit den üblichen Sätzen (s. auch Seite 126). Daß unter besonderen Umständen höhere Honorare gezahlt werden müssen, geht aus Absatz 3 der Lieferbedingungen hervor und ist eigentlich selbstverständlich. Die Begründung für Absatz 4 dieser Bedingungen folgt aus dem zum Urheberrechtsgesetz Gesagten (s. Sonderkapitel).

Während die Übersendung der Beleg-Exemplare (Absatz 5 der Lieferbedingungen) bei den meisten Redaktionen ordentlich erledigt wird, ist es seit ein paar Jahren fast überall üblich geworden, den Namen des Urhebers beim Abdruck zu verschweigen. Das ist — gelinde gesagt — eine grobe Unkollegialität. Die Anbringung der Urhebervermerke kostet einen Verlag so gut wie nichts. Sie erleichtert der Buchhaltung sogar noch die Honorarabrechnung. Zur albernsten Kurzgeschichte wird der Verfassername veröffentlicht — dem Bildreporter scheint man diese einzige Möglichkeit, die sich ihm für eine gewisse Werbung bietet, nicht zu gönnen. Der Urhebervermerk muß — um einem beliebten Einwand zu begegnen — keineswegs das einheitliche Bild einer Seite stören. Früher ist auch niemand auf diese Ausrede verfallen, und damals gab man sich oft noch mehr Mühe mit dem Umbruch und der typographischen Gestaltung als heute. Und was vom juristischen Standpunkt dazu zu sagen ist, kann auf Seite 140 nachgelesen werden.

Absatz 7 der Liefer-Bedingungen wird jenen Verlagen nicht angenehm sein, die mit den veröffentlichten Bildern ein eigenes Archiv aufziehen wollen. Immerhin: nach den herrschenden Gepflogenheiten verkaufen Reporter keine Bilder, sondern nur Rechte. Nach der Veröffentlichung ist man also durchaus berechtigt, seine Fotos zurückzufordern, die lediglich deshalb der Redaktion übergeben wurden, damit sie das erworbene Recht zur Veröffentlichung ausüben konnte.

Im Zusammenhang mit der Fußnote unter den Liefer-Bedingungen ist ein weiterer Punkt von Wichtigkeit: Bei vielen großen Zeitschriften und Agenturen erübrigt sich das Beifügen von Rückporto. Andere Redaktionen machen es zur Bedingung. Diese Spielregeln muß man von Fall zu Fall erkunden. Keineswegs aber darf eine Redaktion unverlangt eingesandte Bilder in den Papierkorb werfen oder verderben lassen. Sie muß die Fotos vielmehr aufbewahren, bis Rückporto eingeht. Die Juristen können in dieser Sache mit einigen Paragraphen des Bürgerlichen Gesetzbuches aufwarten, in denen es u. a. heißt:

§ 812: Wer durch die Leistung eines anderen oder in sonstiger Weise auf dessen Kosten etwas ohne rechtlichen Grund erlangt, ist ihm zur Herausgabe verpflichtet. Diese Verpflichtung besteht auch dann, wenn der rechtliche Grund später wegfällt oder der mit einer Leistung nach dem Inhalte des Rechtsgeschäftes bezweckte Erfolg nicht eintritt.

§ 819: Kennt der Empfänger den Mangel des rechtlichen Grundes bei dem Empfang oder erfährt er ihn später, so ist er von dem Empfang oder der Erlangung der Kenntnis an zur Herausgabe verpflichtet, wie wenn der Anspruch auf Herausgabe zu dieser Zeit rechtshängig geworden wäre.

§ 989: Der Besitzer ist von dem Eintritt der Rechtshängigkeit an dem Eigentümer für den Schaden verantwortlich, der dadurch entsteht, daß infolge seines Verschuldens die Sache verschlechtert wird, untergeht oder aus einem anderen Grunde von ihm nicht herausgegeben werden kann.

§ 292: Hat der Schuldner einen bestimmten Gegenstand herauszugeben, so bestimmt sich von dem Eintritt der Rechtshängigkeit an der Anspruch des Gläubigers auf Schadensersatz wegen Verschlechterung, Unterganges oder einer aus einem anderen Grunde eintretenden Unmöglichkeit der Herausgabe nach den Vorschriften, welche für das Verhältnis zwischen dem Eigentümer und dem Besitzer von dem Eintritte der Rechtshängigkeit des Eigentumsanspruchs an gelten, soweit nicht aus dem Schuldverhältnis oder dem Verzuge des Schuldners sich zugunsten des Gläubigers ein anderes ergibt.

§ 276: Der Schuldner hat, sofern nicht ein anderes bestimmt ist, Vorsatz und Fahrlässigkeit zu vertreten. Fahrlässig handelt, wer die im Verkehr erforderliche Sorgfalt außer acht läßt.

Diese Paragraphen können auch wichtig werden, wenn Rückporto beilag, aber die Sendung in der Redaktion verlegt oder beschädigt wurde. Natürlich empfiehlt es sich nicht, in diesen und ähnlichen Fällen immer gleich zum Kadi zu laufen. Versehen können überall einmal vorkommen, und meist lohnt sich wegen einiger Vergrößerungen ein Rechtsstreit ohnehin nicht.

Angebot: so oder so ...

Jeder Bildreporter hat sich sein persönliches Angebots-System zurechtgelegt. Das liegt schon in den Wünschen der jeweiligen Kunden begründet. Und auch darin, welchem Spezial-Gebiet man sich besonders widmet.

Da ist einmal der Fotograf, der in der Hauptsache nur hochaktuelle Themen bearbeitet. Als völlig Freischaffenden findet man ihn verhältnismäßig selten. Die Konkurrenz der festangestellten Fotografen der Zeitungen und Agenturen ist zu groß, die über weit bessere Informations- und sonstige Hilfsquellen verfügen. Allerdings taucht dieser Typ als sozusagen „fester freier Mitarbeiter“ bei zahlreichen mittleren und kleineren Zeitungen auf. Diese Blätter wollen sich nicht mit dem Gehalt eines Festangestellten belasten, stützen sich aber in ihrer Arbeit auf einen oder mehrere selbständige Bildreporter, die ihrerseits eine oder mehrere Zeitungen beliefern. Sie werden von den Redaktionen mit Aufträgen versorgt; man rechnet auf sie und nimmt ihnen auch nichtbestellte Bilder mit Vorrang ab. Das Angebot macht diesen Bildjournalisten wenig Sorge, wenn sie es verstehen, die Zusammenarbeit mit ihren Redaktionen gut zu organisieren. Man erwartet stillschweigend, daß sie immer verfügbar sind, alle Aufträge sofort erledigen und darüber hinaus eigene Initiative entwickeln. Da ein enger persönlicher Kontakt besteht, und da sie in der Nähe wohnen, überbringen sie ihre Fotos meist selbst.

Über Ankauf und Ablehnung wird sofort entschieden. Diese Reporter gehören zur Redaktionsfamilie und teilen Leiden und Freuden mit den Festangestellten, in deren Kreis sie oft früher oder später aufgenommen werden. Jedenfalls ist für sie das Angebot verhältnismäßig einfach, weil es praktisch in der Erfüllung von Aufträgen besteht und weil durch den täglichen Kontakt viele Klippen ungefährlich werden.

Schwieriger gestalten sich Angebotsfragen für jene Bildjournalisten, die auf die Wahrnehmung allgemeiner hochaktueller Dinge verzichtet haben. Ihre Stärke kann auf bestimmten aktuellen Spezial-Gebieten (Theater, Sport, Mode usw.) liegen, für die sie unter Umständen ebenfalls „halbfeste“ Abnehmer haben. Dann erhalten sie von Zeit zu Zeit für Ereignisse, die in ihr Gebiet fallen, Aufträge, oder man erwartet wenigstens ihr regelmäßiges Angebot. Außerdem beschäftigen sie sich mit halbaktuellen Themen, mit Fotos, die sich als Hintergrundmaterial für Schönbilder und Bildserien eignen. Für sie — die Mehrzahl aller freiarbeitenden Bildreporter — hängt vom richtigen Angebot der Erfolg ihrer Tätigkeit ab. Ihre Fotos gehören zu den Aufnahmen, die ein Bildredakteur veröffentlichen *kann* . . . oder auch nicht. In solchem Falle müssen die Bilder also nicht nur in jeder Hinsicht Qualität aufweisen, sondern auch richtig angeboten werden.

Das nicht-aktuelle Material wird am besten zu Auswahl-Kollektionen zusammengestellt, die von Redaktion zu Redaktion wandern. Im allgemeinen soll ein solches Bilder-Paket nicht mehr als zwanzig Fotos umfassen — sie sind leicht durchgesehen und werden schneller bearbeitet als umfangreichere Bildsendungen. Vor dem Versand werden die Fotos thematisch sortiert. Auch das erleichtert den Redaktionen die Durchsicht und die eventuelle Verteilung der verschiedenen Themen auf die interessierten Ressorts. Jahreszeitlich gebundene Bilder müssen rechtzeitig angeboten und später laufend aus der Auswahl-Kollektion herausgenommen werden. Fotos zu feststehenden Daten (Festen, Geburtstagen usw.) können an Illustrierte ohne weiteres ein bis zwei Monate vor dem Stichtag verschickt werden. Bei Zeitungen genügt meist eine Frist von 8—14 Tagen. Da man diese Bilder — werden sie nicht gekauft — für ein nochmaliges Angebot zu spät zurückerhält, kann man die gleichen Motive gleichzeitig anderen Redaktionen anbieten. Natürlich mit dem Vermerk: Als Erstrechte für Ihr Verbreitungsgebiet! Daraus ergibt sich von selbst, daß große Zeitungen und Zeitschriften, die in der gesamten Bundesrepublik verkauft werden, nur absolute „Erstrechte“ erhalten sollen. Nichts erbost eine Redaktion mehr als die Veröffentlichung der gleichen Bilder, die sie selbst veröffentlichen will, im Konkurrenzblatt. Diese Doppel-Veröffentlichungen machen böses Blut, und der Schaden ist größer, als dem zweifachen Verkaufserlös entspricht (falls man ihn erhält!). Auswahl-Angebote von Archiv-Bildern kennzeichnet man als solche. Dann weiß die betreffende Redaktion, daß sie vermutlich nicht die einzige ist, der diese Fotos offeriert wurden.

Je aktueller die Themen sind, desto schneller muß das Angebot erfolgen. Welche Mittel dabei zur Verfügung stehen, ist ausführlich im Kapitel „Der Weg zur Redaktion“ besprochen. Auch für den nicht-aktuell arbeitenden Bildreporter empfiehlt es sich, die Tagesereignisse aufmerksam zu verfolgen. Er kann mit seinen Archivbildern oft einspringen, wenn aktuelles Material noch nicht vorliegt. Ein Beispiel: Herbststürme toben auf dem Atlantik. Ein größeres Schiff gerät in Seenot und treibt hilflos auf den Wellen. Bilder von den eingeleiteten Rettungsmaßnahmen sind mit Sicherheit erst in zwei bis drei Tagen von den großen Agenturen zu erwarten. Zufällig aber wurde gerade dieses Schiff vor

seiner letzten Ausfahrt im Hafen aufgenommen. Bilder von Kapitän, der Besatzung sind da. Ein sofortiges Angebot wird unbedingt zum Verkauf dieser Bilder führen. Nebenbei bemerkt: In diesen Fällen muß man der Versuchung widerstehen — und sich mit den auch sonst üblichen Honoraren begnügen. Die Redaktionen, die unbedingt Bilder zu diesem Ereignis brauchen, würden zwar vielleicht mehr zahlen, dem Reporter aber diese Piraterie nicht vergessen . . .

Ein anderes Beispiel: In den Alpen soll ein neuer Tunnel gebaut werden. Ein Riesen-Projekt, das Millionen verschlingen wird. Noch sind die Meinungen geteilt — die Diskussion geht hin und her. Wenigstens in Süddeutschland werden fast alle Redaktionen Bilder von dem Gebirgsmassiv abnehmen, durch das der Tunnel geführt werden soll. Wir erinnern uns: im Archiv liegen davon mehrere Fotos. Fast nebenher sind sie während der letzten Alpen-Fahrt entstanden.

Grundsätzlich läßt sich sagen: fast jedes Ereignis kann mit Archiv-Bildern illustriert werden. Ihr Angebot hat indessen nur dann Sinn, wenn die Fotos vom Ereignis selbst nicht gleichzeitig mit den Archiv-Aufnahmen vorliegen können. Die Zeit bis zum Eintreffen der aktuellen Bilder gehört denjenigen, die schnellstens ihre Archiv-Bilder anbieten. Aber selbst nach dem Eingang der ersten aktuellen Fotos können Archiv-Aufnahmen noch als Hintergrundmaterial willkommen sein.

Bildserien werden vielfach schon vor ihrer Zusammenstellung mit einer Redaktion durchgesprochen. Dabei erkundet man das Interesse am Thema, kann spezielle Wünsche berücksichtigen und verhindern, daß andere mit einer ähnlichen Aufgabe betraut werden. Eine Entscheidung über den Ankauf fällt natürlich erst bei Vorlage der Bilder. Hat sich aus der vorherigen Absprache ein regelrechter Auftrag entwickelt, den man sich am besten schriftlich bestätigen läßt, muß die Redaktion bei Nicht-Veröffentlichung der Bilder ein „Ausfall-Honorar“ bezahlen, wenn nicht die Zeit, die Arbeit und die Unkosten durch entsprechende Spesenzahlung vergütet werden. Das Angebot von Serien „auf Verdacht“ entwickelt sich praktisch nach den gleichen Spielregeln wie das der Einzelbilder.

Angebot bei Agenturen

Bild-Agenturen haben eine schätzenswerte Eigenschaft: sie nehmen dem Fotografen eine ganze Menge Arbeit ab. Natürlich lassen sie sich das entsprechend bezahlen. Im allgemeinen mit 50 Prozent der von der Agentur mit den Bildern erzielten Honorare. Auf den ersten Blick scheint das recht beträchtlich. Trotzdem ist dieser international übliche Satz durchaus gerechtfertigt. Die Agenturen übernehmen für diese 50 Prozent alles, was mit Versand, Angebot und Honorarabrechnung zusammenhängt. Zum Beispiel auch das Verklagen säumiger Zahler. Agenturen ersparen Arbeit, Zeit, Geld — und Ärger. Ihre weitverzweigten Verbindungen steigern die Verkaufs-Chancen erheblich. Hinzu kommt die Möglichkeit des wirklich individuellen Bildverkaufs durch die Bildverkäufer der Agenturen, die gewöhnlich am Bildumsatz zu Lasten der Agenturen prozentual beteiligt sind, also im eigenen Interesse den Verkauf forcieren. Häufig begnügen sich größere Agenturen mit der leihweisen Überlassung der Negative und mit stichwortartigen Textangaben. Sie übernehmen also die Herstellung der Vergrößerung und die Arbeit der ausführlichen Betextung auf ihre Kosten. Bei Lieferung kompletter und druck-

reif bearbeiteter Bilder und Serien werden den Mitarbeitern gelegentlich höhere Prozentsätze eingeräumt.

Die Honorarabrechnung ist Vertrauenssache. Sprechen wir offen: Niemals wird sich ein Bildreporter lückenlos über alle Verkäufe informieren können, die eine Agentur mit seinen Bildern in seinem Auftrag tätigt. Bei großen Unternehmen kann diese Tatsache zuungunsten des Mitarbeiters schon deshalb nicht ausgenutzt werden, weil zu viele Menschen an der gesamten Abwicklung beteiligt sind. Damit das komplizierte Gefüge ordentlich funktioniert, müssen Abdruckkontrolle, Rechnungsstellung und Abrechnung mit den Mitarbeitern völlig automatisch vor sich gehen. Damit ist natürlich nicht gesagt, daß kleinere und kleinste Agenturen grundsätzlich weniger ehrlich sind. Eines nämlich darf man nicht vergessen: eine Agentur lebt zum Teil von den freien Mitarbeitern. Auf die auch dann nicht verzichtet werden kann, wenn eine Anzahl festangestellter Fotografen da ist. In Kollegenkreisen spricht es sich mit Windeseile herum, wenn eine Agentur „krumme“ Geschäfte macht. Dann kommen plötzlich keine brauchbaren Einsendungen mehr, und das Geschäft geht schnell zurück. Korrekte Abrechnung liegt also im ureigensten Interesse der Agenturen — wobei sich natürlich Fehler nie ganz vermeiden lassen. Sie können jedoch „ausgebügelt“ werden, ohne daß die gute Zusammenarbeit darunter leidet.

Die Beauftragung einer Agentur mit dem Vertrieb lohnt sich nur dann, wenn die eigenen Verkaufsmöglichkeiten beschränkt sind, d. h. wenn kein Kontakt mit Redaktionen besteht oder nur mit erheblichen Kosten zu erreichen wäre. Oder wenn die Zeit für ein ausgedehntes Angebot nicht zur Verfügung steht, weil z. B. bestimmte feste Aufträge erledigt werden müssen. Eine ganz einfache Rechnung: bin ich in der Lage, meine Fotos selbst zu verkaufen, dann tue ich's und kassiere hundert Prozent der Honorare. Kann ich's nicht, beauftrage ich mit dem Vertrieb eine Agentur, die für Arbeit und Materialaufwand 50 Prozent aller erzielten Honorare einbehält. Die letzte Entscheidung in dieser Frage muß mit großer Sorgfalt getroffen werden. Viele, die auf die Agenturen schlecht zu sprechen sind und lieber selbst verkaufen, betrügen sich. Dann nämlich, wenn ihnen bei ihrem selbständigen Verkauf (mit allem, was dazu gehört!) Unkosten von mehr als 50 Prozent des Bild-Umsatzes entstehen. Die Rechnung wird von Fall zu Fall verschieden aussehen. Aufstellen sollte man sie aber, und wenn es nur zur eigenen Beruhigung dient.

Ein zweischneidiges Schwert ist die Übertragung der Vertriebsrechte an eine Agentur auch für das Ausland. Man ist damit der Notwendigkeit enthoben, fremdsprachige Texte und Begleitschreiben zu verfassen und mit verschiedenen Währungen zu rechnen. Andererseits ist eine Abdruckkontrolle im Ausland nicht ganz einfach, wenn dort keine eigenen Vertretungen unterhalten werden. Die Weitergabe der Fotos durch eine deutsche Agentur an einen ausländischen Bildvertrieb läßt den Honorar-Anteil des Bildreporters auf 25 Prozent zusammenschrumpfen. Die meisten verzichten deshalb ganz auf ein Angebot ihrer Fotos im Ausland oder beschränken sich auf die direkte Zusammenarbeit mit zwei oder drei zuverlässigen Redaktionen.

Große Bildagenturen vertreiben nicht nur gegen Einzelhonorar eigene und fremde Einzelbilder und Bildserien. Sie geben auch einen Bilderdienst heraus, der gegen monatliche Pauschalzahlungen an Zeitungen geliefert wird und für den die Agentur Fotos bei freien Mitarbeitern fest kauft. Vorwiegend umfassen diese Dienste aktuelle Themen. Seltener werden „Schönbilder“ und zeitlose Fotos aufgenommen. Das Verbreitungsgebiet

der Bilderdienste ist oft recht groß. Man darf sich also nicht wundern, wenn derartige Bilder, die von einer Agentur für 20—30 Mark für einen Pauschalienst gekauft wurden, dann in zahllosen Zeitungen erscheinen. Immerhin macht sich die Zusammenarbeit mit Bilderdiensten durch zusätzliche Honorare bezahlt. Viele Bildreporter sind deshalb dazu übergegangen, gleichzeitig mit der Belieferung „ihrer“ Lokalzeitungen einer Agentur mehrere andere Bilder des gleichen Themas für den Bilderdienst und den Einzelbild-Vertrieb zu übersenden. Gelegentlich ergibt sich daraus ein engeres Mitarbeiterverhältnis zur Agentur, das durchaus die übrigen Verbindungen nicht zu stören braucht. Allerdings kann man von einem Bilderdienst nicht erwarten, daß er sich mit dem „Ausschuß“ oder mit haargenau den gleichen Bildern begnügt, die auch den Zeitungen angeboten wurden.

Feste Aufträge pflegen Agenturen meist nur für Fotos zu vergeben, die bestimmt in einem Bilderdienst erscheinen sollen. Dann und wann kaufen sie größere Bildermengen für ihre teilweise recht umfangreichen Archive an. Alle anderen Aufnahmen werden lediglich auf Kommissionsbasis in den Vertrieb genommen.

Ehrlichkeit im Bildgeschäft

Geschäft ist Geschäft! So sagt man. Aber Fairness ist oberstes Gebot im Bildverkauf! Der Abnehmer der Fotos muß in jedem Fall darüber orientiert sein, ob er Erst- oder Zweitrechte erhält und ob ihm alleiniger Abdruck für ein bestimmtes Gebiet eingeräumt wird. Es kommt nicht darauf an, daß mit pedantischer Genauigkeit alle Nebenumstände und die weitere Verwendung gleicher oder ähnlicher Fotos dargestellt werden. Es geht einfach darum, die Partner im Laufe der Zusammenarbeit spüren zu lassen, daß sie nicht übers Ohr gehauen werden. Ein ehrliches Wort über einen Abdruck in einem anderen Blatt hinterläßt einen besseren Eindruck als das Vorspiegeln falscher Tatsachen. *Fairness ist nicht nur anständiger, sondern auch zweckmäßiger.* Unklarheiten beim Angebot und bewußte Irreführung schaden dem „geschäftstüchtigen“ Verkäufer mehr, als er vielleicht selbst glaubt.

Der Redaktion muß in jedem Falle klar sein, ob sie ein Bild zum einmaligen, einfachen Abdruck — mit alleinigem, ausschließlichem Recht — oder mit allen Rechten kaufen und entsprechend honorieren soll. Nach dem Urheberrechtsgesetz (Seite 140) gilt ohne weitere Vereinbarung beim Ankauf eines Fotos zur Veröffentlichung immer das einfache Recht zum einmaligen Abdruck als ausgemacht. Das ist also der Normalfall.

Natürlich — das wurde bereits angedeutet — hat auch die Agentur Anspruch auf eine entsprechende Unterrichtung. Niemand kann von ihr verlangen, daß sie Fotos in den Vertrieb übernimmt und anbietet, die den Redaktionen bereits vorgelegt oder sogar veröffentlicht wurden. Andererseits sind größere Agenturen in Sonderfällen zur Übernahme von schon teilweise angebotenen Bildern bereit, wenn sie über dieses Angebot lückenlos unterrichtet werden. Sie können dann bestimmte Kunden oder Gebiete aussparen oder aber ihr Archiv mit diesen Fotos bereichern.

Es ist nicht mehr als recht und billig, wenn auch von den Redaktionen korrekteste Abwicklung erwartet wird. Ankauf, Rücksendung und Honorierung müssen ebenso fair gehandhabt werden wie das Angebot. Leider, leider gibt es auch heute noch Redaktionen, die der Meinung sind, Bildreporter könnten von der Luft leben — oder allein von der



Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens zu fotografieren, gehört nicht zu den dankbarsten Aufgaben, wenn Monotonie vermieden werden soll. — In denkbar banaler Situation gelang es einem französischen Fotografen doch, Mendès-France während einer Pressekonferenz in sehr charakteristischer Haltung zu „schießen“ — mit „sprechendem“ Gesichtsausdruck . . . (dpa)

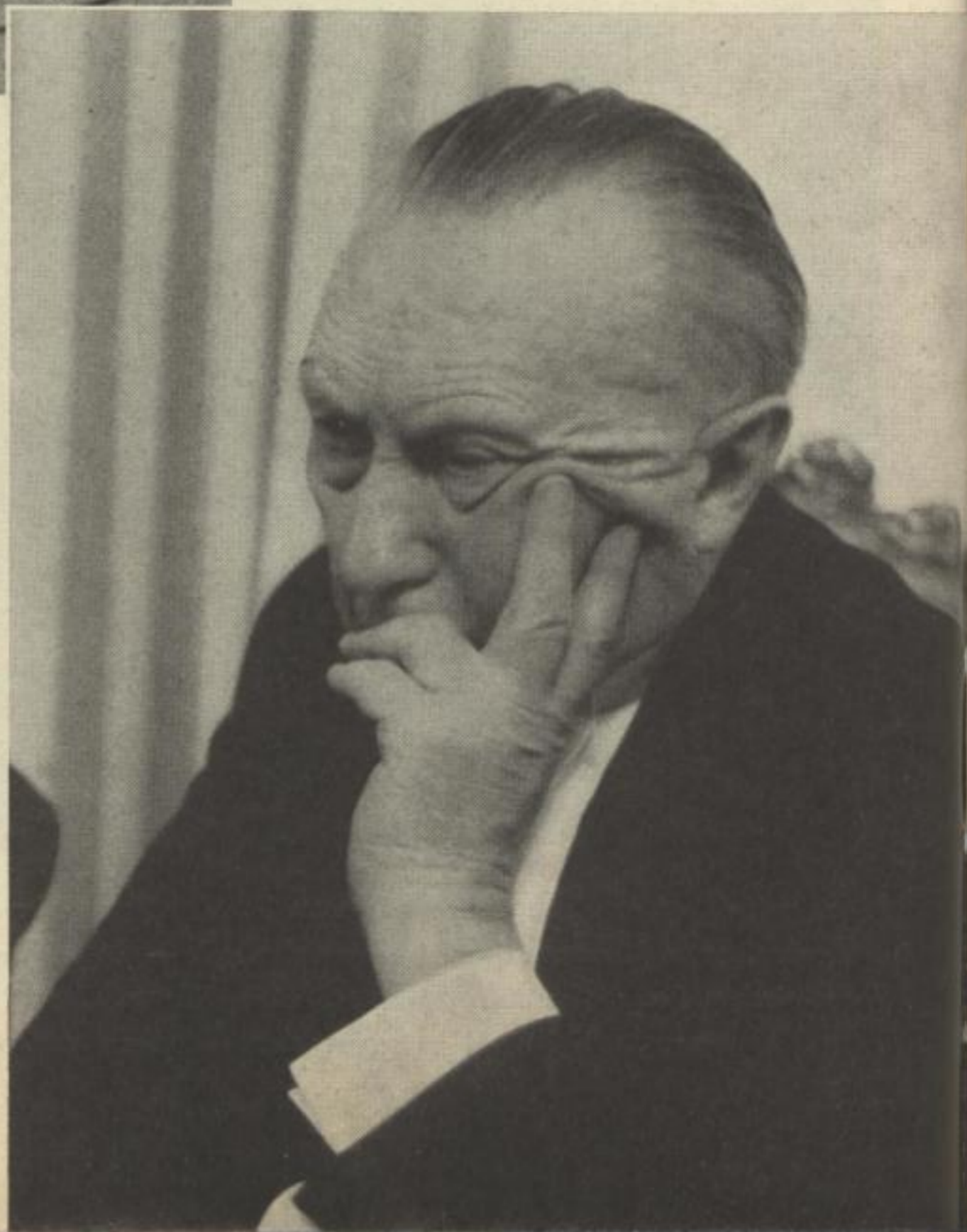


Zu keiner Stunde sind „Prominente“ vor Zufalls-Schnappschüssen sicher, die dann oft politische Stimmungen symbolisieren müssen.

Links oben: Eisenhower verläßt das Krankenhaus nach seinem Herzanfall. (Associated Press)

Unten: Adenauer während eines Gesprächs mit dem Schah von Persien.

Unten links: Carlo Schmid beim Presseball. (Beide Aufnahmen: Charles Wilp)





Der Neugier und Sympathie der Untertanen und der Welt durch Fotos auf eine imponierende oder schlichtmenschliche Weise Stoff zu liefern, ist den Großen der Welt heute durch die Fotografie leicht gemacht.

Oben: Großbritanniens königliche Familie nach der Krönungszeremonie.

*Rechts: Der englische Prinzgemahl beim Cricket.
(Associated Press)*





Eine der Routine-Aufgaben, die am meisten gefürchtet sind — „Besucher besichtigt Sehenswürdigkeiten“ — wird erleichtert, wenn der Gast (Haile Selassie) exotischen Reiz ausstrahlt und das Milieu besonders malerisch ist (Pforte des Kölner Doms mit Domschweizern). (dpa)

Liebe zum Beruf. Mit der allmählichen Stabilisierung der Verhältnisse auf diesem Gebiet sind allerdings der säumigen Zahler immer weniger geworden. Außerdem spricht sich die Tatsache mehr und mehr herum, daß man nicht nur den Redaktionsstab, den Drucker und den Papierlieferanten, sondern auch die freien Mitarbeiter ordentlich bezahlen muß, wenn man eine anständige Zeitung oder Zeitschrift herausbringen will.

Selbst mit Verlegern, die sonst durchaus korrekt verfahren, gibt es jedoch öfters Streit, wenn angenommene Bilder nicht veröffentlicht werden. Versucht die Redaktion die Angelegenheit mit dem arglistigen Hinweis auf zukünftige gute Zusammenarbeit abzutun, wird der Bildreporter mit Recht böse. Eine Ursache derartiger Auseinandersetzungen kann man ausschalten, indem man sich vor Beginn der Zusammenarbeit von der Chefredaktion oder der Verlagsleitung bescheinigen läßt, wer für den Bildankauf verantwortlich ist. Bei größeren Objekten — wie Bildserien, Aufnahme-reisen — wird man ohnehin schriftliche Abmachungen treffen. Damit sichert man sich gegen die spätere Nicht-Anerkennung von Annahme-Bescheiden.

Im übrigen ist es bei allen Auseinandersetzungen über Honorarfragen besser, wenn man nicht gleich mit dem betreffenden Redakteur Streit beginnt. Oft ist er keineswegs der gleichen Meinung wie die Leute, die ihm seinen Redaktionsetat zuteilen. Er darf das aber als Angestellter seines Verlages nicht aussprechen und muß die Interessen seines Brotherrn auch dem Fotografen gegenüber vertreten. Immerhin kann er als stiller Verbündeter wirken. Läßt sich aber auch durch freundschaftliche Verhandlungen nichts erreichen, muß der Mitarbeiter hart bleiben. Auf die Gefahr hin, einen Kunden zu verlieren. Er erweist sich und allen Kollegen einen schlechten Dienst, wenn er sich von seinem guten Recht etwas abhandeln läßt. Eine Zusammenarbeit mit unfairen Geschäftspartnern ist auf die Dauer ohnehin nicht möglich.

Der Deutsche Journalisten-Verband, der Deutsche Gewerkschaftsbund und die Deutsche Angestellten-Gewerkschaft haben folgende Feststellungen über die Mitarbeit hauptberuflich tätiger freier Journalisten an Zeitungen im Bundesgebiet und Berlin getroffen.

I. (Dieser Abschnitt bezieht sich auf Arbeiten der Wortjournalisten — Anm. d. Verf.)

II. Für die Berechnung des Honorars wird die Gesamtauflage der Ausgaben zugrunde gelegt, in denen der Beitrag veröffentlicht worden ist. Jeder Abdruck von Beiträgen in verschiedenen Druckerzeugnissen eines Verlages ist nach verlagsrechtlichen Grundsätzen gesondert zu honorieren. Das gleiche gilt für den Abdruck von Beiträgen in verschiedenen Druckerzeugnissen von Redaktions- und Verlagsgemeinschaften.

III. Für die Aufträge, die freien Journalisten von der Redaktion erteilt werden, sind die Honorare auch dann zu zahlen, wenn der Beitrag termingemäß abgeliefert aber nicht veröffentlicht wird, sofern der Beitrag den Voraussetzungen des Auftrages entspricht. Über Annahme und Ablehnung unverlangt eingereichter Manuskripte von ständigen Mitarbeitern muß spätestens innerhalb von sechs Wochen nach Eingang der Beiträge entschieden werden, andernfalls sind auch für diese Beiträge die entsprechenden Honorare zu zahlen.

IV. Die Zahlung der Honorare für veröffentlichte Beiträge muß spätestens bis zum 15. des auf die Veröffentlichung folgenden Kalendermonats erfolgen.

Die Zahlung der Honorare für in Auftrag gegebene, aber nicht veröffentlichte Beiträge muß spätestens bis zum Ende des auf die Auftragserteilung folgenden Kalendermonats erfolgt sein. Die Honorare für unverlangt eingereichte Manuskripte ständiger Mitarbeiter, bei denen über An-

nahme oder Ablehnung fristgemäß keine Entscheidung getroffen wurde, müssen spätestens bis zum 15. des auf den Ablauf der Entscheidungsfrist folgenden Kalendermonats gezahlt sein.

V. Für Bildjournalisten werden folgende Mindesthonorarsätze festgestellt:

bei einer Auflage	bis 5 000 DM	bis 10 000 DM	bis 25 000 DM	bis 50 000 DM	bis 100 000 DM	über 100 000 DM
Erstrecht	9,—	12,—	15,—	18,—	23,—	30,—
Zweitrecht	6,—	9,—	12,—	14,—	18,—	23,—

Für die Berechnung der Bildhonorare gelten im übrigen sinngemäß die Bestimmungen der Ziffer II.

VI. Die Entscheidung über den Ankauf von aktuellen Bildern muß bei Vorlage der Bilder getroffen werden. Unterbleibt die Veröffentlichung des angekauften Bildes, so ist dennoch das für eine Veröffentlichung zutreffende Honorar zu zahlen. Desgleichen müssen die Mindesthonorare für Bilder gezahlt werden, die im Auftrage angefertigt und nicht veröffentlicht worden sind, sofern sie den Voraussetzungen des Auftrags entsprechen. Bilder und Bildserien, welche nicht in der im Angebot angegebenen Frist (Poststempel) zurückgesandt werden, gelten als erworben und angenommen und werden als solche behandelt. Das Honorar für angenommene Fotos/Serien/Bildartikel ist binnen 6 Wochen nach Annahmedatum fällig, ohne Rücksicht auf den Zeitpunkt der geplanten Veröffentlichung. Das vereinbarte Honorar ist jeweils nur der Mindestpreis (Garantie). Bei breiterer Aufmachung (Titel, bei ganz- oder mehrseitiger Verwendung, als Montage usw.) unterliegt der Beitrag einer Honorierung nach den üblichen Seiten- bzw. Pauschalsätzen. Durch die Annahme erwirbt der Käufer, wenn nichts Gegenteiliges vereinbart wurde, das Recht für eine einmalige Veröffentlichung in der Zeitung bzw. Zeitschrift, für die der Beitrag bestimmt bzw. angenommen wurde. Die Veröffentlichung darf nur unter Nennung des auf der Rückseite eines jeden Fotos befindlichen Urhebervermerkes erfolgen. Erworbene Erstrechte — Fotos/Bildserien/Bildartikel —, die nicht innerhalb von 6 Monaten veröffentlicht werden, verlieren nach diesem Zeitpunkt ihren Charakter als Erstrechte und können vom Urheber anderweitig verwendet werden, falls nicht ausdrücklich etwas Gegenteiliges vereinbart wurde. Honorare für Alleinrechtbilder müssen in jedem Falle frei vereinbart werden. Die mit „Original — Leihweise“ bezeichneten Fotos sind nach Gebrauch umgehend wieder an den Einsender zurückzureichen. Erfüllungsort und Gerichtsstand sind der Wohnsitz des Einsenders.

VII. Den freien Text- und Bildjournalisten müssen nach Veröffentlichung ihrer Beiträge oder Bilder die üblichen Ausschnittbelege kostenlos übersandt werden.

VIII. Für Auftragsberichte freier Text- und Bildjournalisten sind angemessene Spesen zu erstatten.

IX. Die Arbeitsgemeinschaft DJV/DGB/DAG erwartet von den deutschen Zeitungsverlegern, daß die freien Text- und Bildjournalisten alle in den Verlagsunternehmen der Zeitungsverleger erscheinenden Zeitungen und Zeitschriften für einen um 50 Prozent ermäßigten Preis beziehen können.

X. Als freie Text- und Bildjournalisten im Sinne dieser Feststellung von Mindesthonoraren gelten alle Journalisten, die hauptberuflich für Zeitungen im Bundesgebiet und Berlin als freie Mitarbeiter und ohne Anstellungsverhältnis tätig sind.

XI. Diese Feststellung von Mindesthonoraren für freie Journalisten an Zeitungen tritt am 1. August 1955 in Kraft.

Bonn, den 1. August 1955.

Deutscher
Journalisten-Verband
gez.: Dr. Rupert Gießler

Deutscher
Gewerkschaftsbund
gez.: W. Freitag

Deutsche
Angestellten-Gewerkschaft
gez.: Fritz Rettig

Der Weg zur Redaktion

Die Flugblatthändler des Mittelalters und Gustav Kühns Bilderbogenverkäufer konnten sich Zeit lassen. Dort, wo sie hinkamen, war ihre Ware trotz vorausgegangener langer Reise zu Fuß und zu Pferd immer noch „frisch“, weil sie, die Nachrichten-Lieferanten, damals ein Monopol auf Neuigkeiten hatten und weil ihnen kaum jemand zuvorkommen konnte. Heute liegen die Dinge erheblich anders. Kennzeichnend für die heutige Pressearbeit ist die stehende Redensart: „Liefertermin? Gestern!“ Das trifft natürlich ganz besonders auf den Versand von Presse-Fotos zu. Nicht ohne die berühmten Ausnahmen, denn nicht-aktuelle Fotos können gemächlich reisen. Alle anderen jedoch müssen mit größter Geschwindigkeit zum Verbraucher, zur Redaktion, gelangen.

Die Beförderungsarten, die ein „normaler“ Mitbürger kennt und benutzt, sind so begrenzt, daß man beim Versand eiliger Pressebilder mit dieser Kenntnis allein nicht auskommt. Außerdem gibt es — wir leben in einem ordentlichen Land — auch auf diesem Gebiet eine ganze Reihe von Bestimmungen, die man kennen muß.

Seitdem in der zweiten Hälfte des vorigen Jahrhunderts Heinrich von Stephan die Reichspost vorbildlich organisierte, haben wir uns daran gewöhnt, fast alle unsere Sendungen durch die Post von einem Ort zum anderen befördern zu lassen. Also auch unsere Pressebilder. Da der Postbetrieb nun einmal auf die Bewältigung eines Massenverkehrs abgestellt ist, kann man schlecht erwarten, daß Bild-Sendungen mit Glacé-Handschuhen angefaßt werden. So hat auch der bekannte Stempel „Pressebilder — Nicht knicken“ lediglich einen symbolischen Wert. Eine Garantie für schonende Beförderung ist er nicht. Deshalb kann man seine Fotos nie gut genug verpacken. Das Mindestfordernis sind Umschläge, in die zu den Bildern ein entsprechend großes Stück Pappe zur Stabilisierung eingelegt ist. Nicht allzu teuer sind auch Papprückwand-Taschen — also Umschläge mit „eingebauter“ Pappe — wenn man sie in größeren Mengen einkauft. Für billiges Geld werden sie von einer Druckerei mit den Absender- und sonstigen Vermerken versehen.

Auch in diese sollte bei größeren Formaten eine weitere starke Pappe eingelegt werden. Handelt es sich um eine größere Anzahl von Bildern, dann kann man sie auch in alten Vergrößerungspapier-Kartons verschicken, an denen ja nie Mangel herrscht. Noch umfangreichere Sendungen packt man wie richtige Pakete.

Die Bundespost bietet verschiedene Beförderungsmöglichkeiten. Am billigsten ist die Drucksache. Pressebilder oder -filme dürfen auf diese Weise nur ohne Begleitschreiben und ohne Texte verschickt werden. Oder aber: Begleitschreiben und Texte müssen „mit Hilfe eines dafür zugelassenen Verfahrens“ vervielfältigt sein (§ 8 der Postordnung). Dazu gehören z. B. Schreibmaschinendurchschläge nicht. Drucksachen können auch durch „Eilboten“ oder (und) als Luftpost versandt werden. Liefert man Post rund eine Stunde vor Abgang eines mit Postwagen ausgestatteten Zuges beim Bahnpostamt auf, so hat man in den meisten Fällen die Gewähr, daß sie auch mit diesem Zug befördert wird. Im übrigen

ist die Postverwaltung der Meinung, daß sie eine Garantie für die Einhaltung bestimmter Beförderungszeiten nicht übernehmen kann. Wer ganz sicher vorgehen will, gibt seine Sendung direkt am Postwagen des Zuges ab.

Vorsicht muß man beim Postaufliefern auf Flugplätzen walten lassen. Nicht immer steht der dort angebrachte Briefkasten mit dem Luftpost-System in direkter Verbindung. Kurioserweise transportiert man von einigen Flugplätzen die dort abgegebene Post zum entfernt gelegenen Hauptpostamt, wo sie gestempelt und sortiert und dann wieder zum Flugplatz auf den Weg gebracht wird — womit mindestens ein halber Tag vergeudet ist.

Entwickelte oder unentwickelte Filme, denen keine schriftlichen Mitteilungen beiliegen, können übrigens auch — bei Bedarf: durch Eilboten — als sehr billige Warenprobe verschickt werden. Warenproben und Drucksachen müssen bekanntlich so verschlossen sein, daß ihr Inhalt stets zu kontrollieren ist. Eilboten-Päckchen oder auch Schnellpaketen können schriftliche Mitteilungen beigelegt werden. Die Möglichkeiten, welche der normale Briefpostdienst durch Eilbotenbeförderung bietet, sind bekannt. Der Eilboten-Vermerk bezieht sich übrigens nur auf die Zustellung am Bestimmungsort, nicht also auf die Beförderung dorthin, die mit der üblichen Briefpost gemeinsam erfolgt. Das Einschreiben der Sendungen kann wohl meist unterbleiben, da heute nur noch sehr selten Briefe verlorengehen.

Schnell, sicher, zuverlässig — und damit weitgehend allen Wünschen entsprechend — werden Bahnexpress- und Luftfrachtsendungen befördert. Man kann Züge oder Flugzeuge, dazu die Umladungsvorschriften, auf den Frachtbriefen angeben und dem Empfänger telephonisch oder telegraphisch die Ankunftszeit der Sendung mitteilen. Wird sie mit dem Vermerk „Selbstabholer“ versehen, kann der Empfänger sie selbst abholen und braucht nicht auf die zeitraubende Zustellung zu warten. Dem Empfänger wird das Eintreffen der Sendung gegen Berechnung der Unkosten auch telephonisch mitgeteilt, wenn der Absender dies wünscht und auf dem Frachtbrief angibt. Aufgeliefert werden Bahnexpress-Sendungen durchweg eine halbe Stunde vor Abgang des Zuges am Bahnexpress-Schalter. Luftfrachten meist eine Stunde vor Abflug der Maschine im Frachtbüro auf dem Flugplatz. Gibt man sie im Stadtbüro der betreffenden Fluggesellschaft ab, verlängert sich diese Zeitspanne entsprechend.

Allerdings darf man auf diese zuverlässige und schnelle Weise nur Pakete befördern, wobei diese Bedingung schon durch eine Verpackung etwa in Schuhkartongröße erfüllt ist. Außerdem ist bei Bahnexpress- und Luftfrachtsendungen die Gebühr für das Mindestgewicht von 5 kg zu bezahlen, was nach Belieben durch den Absender oder Empfänger erfolgen kann. Den Paketen dürfen nur unmittelbar die Sendung betreffende Mitteilungen beiliegen. Also z. B. keine Briefe, die einen auch nur teilweise nicht zum Paket in Beziehung stehenden Inhalt haben. Diese Einschränkungen ergeben sich aus den §§ 1 und 1a des Postgesetzes, nach denen u. a. die Beförderung von „versiegelten, zugenähten oder sonst verschlossenen Briefen auf andere Weise als durch die Post“ verboten ist. Dies gilt auch für Briefe — selbst wenn sie unverschlossen sind —, die man Paketen beilegt, welche nicht von der Post befördert werden sollen. Daher ist also ein Versand von Pressebildern durch Bahn- oder Luftfracht in Paket-Verpackung nur gestattet, wenn man keine Mitteilungen beilegt, die auf den Inhalt keinen Bezug haben. Man tut in eigenem Interesse gut daran, dies zu beachten. Die Post fahndet recht eifrig nach Übertretern des Postgesetzes.

Der schnellste Weg: Bildtelegraphie

Die hilfsbereite Bundespost stellt uns ein weiteres Mittel der Bildbeförderung zur Verfügung, das an Schnelligkeit alle anderen Möglichkeiten übertrifft: die Bildtelegraphie. Sie hat sogenannte „Öffentliche Bildstellen“ eingerichtet, mit deren Hilfe jedermann Bilder telegraphisch senden und empfangen kann. Gegenwärtig bestehen in 13 westdeutschen Städten und in West-Berlin derartige Bildstellen. Vor dem Kriege waren es im gesamten Reichsgebiet nur zehn. Durch den Wiederaufbau und die Erweiterung dieses Telebild-Netzes hat die Bundespost der Presse einen unschätzbaren Freundschaftsdienst geleistet. Denn wenn auch die Benutzung der Bildtelegraphie praktisch jedem freisteht, arbeiten die Postbildstellen doch fast ausschließlich für die Presse. Bei einer Übertragungsgebühr von DM 15,— im innerdeutschen Verkehr für ein 13×18 cm-Foto ist diese Methode auch verhältnismäßig preiswert. Bilder unter 120 qcm Flächeninhalt werden sogar für DM 10,— übertragen. (Bis 1945 war man noch billiger und berechnete vier bzw. drei Reichsmark.) Die Bildstellen sind werktags von 7—24 Uhr, sonn- und feiertags von 13—24 Uhr geöffnet. Wer außerhalb dieser Zeiten Übertragungen vornehmen will, kann dies ohne Zahlung besonderer Gebühren tun. Er muß seine Sendung lediglich 24 Stunden vorher anmelden. So lauten wenigstens die Vorschriften. In der Praxis genügt es meist, wenn man innerhalb der Dienstzeit die Sendung avisiert.

Öffentliche Bildstellen der Bundespost:

Berlin-West	Essen	Mannheim
Bonn	Frankfurt a. M.	München
Bremen	Hamburg	Nürnberg
Düsseldorf	Hannover	Stuttgart
Dortmund	Köln	

Die Postverwaltungen des Auslandes haben gleichfalls „Öffentliche Bildstellen“ aufgebaut, so daß große Teile der Erde bildtelegraphisch miteinander verbunden sind. Die Sendungen werden in Europa meist über Drahtleitungen, nach Übersee im allgemeinen drahtlos geleitet. Die Öffentlichen Bildstellen des europäischen Auslandes sind von jeder deutschen Bildstelle direkt erreichbar, die der übrigen Welt nur auf dem Umweg über die Stationen in Frankfurt, Hamburg und West-Berlin, wobei ein Teil der Sendungen nochmals in London „umgeschlagen“ werden muß. Die Gebühren des Bildtelegraphie-Verkehrs nach dem europäischen Ausland liegen zwischen dreißig und sechzig Mark für ein Bild, das die Mindestgröße von 120 qcm nicht überschreitet. Übertragungen nach Übersee kosten in keinem Fall mehr als DM 130,—, wenn das Bild nicht größer als 150 qcm ist. Grundsätzlich werden bei Sendungen zwischen amtlichen Bildstellen unabhängig von der Dauer einer Sendung feste Preise berechnet.

In der ganzen Welt bestehen bei Verlagen und Redaktionen großer Zeitungen private Bildstellen, die untereinander oder mit öffentlichen Bildstellen verbunden sind. Dabei

werden die Gebühren auf Grund der Fernsprech-Gebührenordnung nach Dauer der Übertragung berechnet. Eine Ausnahme bilden innerdeutsche Sendungen, bei denen eine Post-Bildstelle beteiligt ist. Dann werden wieder die oben angegebenen Gebühren in Rechnung gestellt. Wer sich über die genauen Bedingungen, die Bildstellen im Ausland und auch über die Bestimmungen für Gebühren-Stundung usw. informieren will, beschafft sich am besten das „Gebührenbuch für Telegramme“, das man an jedem Postschalter für DM 1,80 bestellen kann. In Einzelfragen geben die Bildstellen der Bundespost Auskunft.

Auf die in der Bundesrepublik so gut organisierte Bildtelegraphie ist in erster Linie die oft erstaunlich aktuelle Illustration der Zeitungen zurückzuführen. Von einem Ereignis, das morgens früh in München stattfindet, kann der Leser einer Hamburger Nachmittagszeitung bereits Bilder in seinem Blatt betrachten. In der Hauptsache sind diese Leistungen durch Einschaltung der großen Bildagenturen ermöglicht worden. Diese verfügen in allen größeren Städten über Mitarbeiter und Labors, können teilweise über eigene Fernschreibleitungen ohne Sonderkosten Aufträge annehmen und weitergeben und in kürzester Zeit Tele-Bilder über die ganze Bundesrepublik verteilen. Aber auch selbständige Pressefotografen und kleinere Agenturen machen sich diese Anlagen zunutze, indem sie — meist nach vorheriger Absprache — Tele-Bilder an ihre Kunden versenden. Zu ihren ständigen Abnehmern zählen vor allem die Sportzeitungen, die ja einerseits über den gesamten Sport am Wochenende berichten, andererseits aber schon am Montagmorgen erscheinen sollen.

Im allgemeinen ist als größte Abmessung im Telebildverkehr das Format 13×18 cm zugelassen. Dabei ist es gleichgültig, ob diese 13×18 -Vergrößerung aus nur einem Bild besteht, oder ob ein Doppelbild oder sogar mehrere Aufnahmen auf ein Blatt kopiert wurden. Hinsichtlich der Gebühren wird selbst ein Tableau aus beliebig vielen Einzel-fotos als ein einziges Bild behandelt, da es ja in einer einzigen Sendung „durchgedreht“ wird. Das gilt auch, wenn man z. B. auf 13×18 -Papier nur ein 9×12 -Negativ kopiert und auf den restlichen freien Raum einen Zettel mit dem Bildtext klebt. Kann ein größeres Foto aus irgendeinem Grund nicht auf das 13×18 -Format verkleinert werden, muß es vor der Sendung auseinandergeschnitten und in einzelnen Teilen übertragen werden. Jede Sendung wird dann natürlich als Übertragung je eines Bildes berechnet. Zwischen den Öffentlichen Bildstellen Berlin-West, Hamburg und Frankfurt können auch Fotos bis zum 18×24 cm-Format telegraphiert werden. Die für eine Übertragung vorgesehenen Bilder sind am besten auf papierstarkes Papier zu kopieren bzw. zu vergrößern. Kartonstarkes Papier bereitet beim Aufspannen auf die Bildtrommel des Sendegerätes Schwierigkeiten.

Natürlich kann man jede beliebige Vergrößerung telegraphieren. Übersichtsaufnahmen mit vielen Details, die sich noch dazu nicht durch Kontraste voneinander abheben, eignen sich jedoch schlecht: die Einzelheiten verschwinden bei der Übertragung, das Ganze wird eine einzige „graue Soße“. Man zieht also die Nahaufnahme der Totalen vor — wenn man die Wahl hat. Erfahrungsgemäß ergeben Vorlagen, die beim Vergrößern etwas zu „weich“ ausgeführt werden, bessere Ergebnisse als Fotos „normaler“ oder „harter“ Gradation.

Fotos können zur telegraphischen Übertragung bei jedem Postamt aufgeliefert werden. Die Beförderung zur nächsten öffentlichen Bildstelle erfolgt dann, wie auch die Zustellung an den Empfänger, gratis und durch Eilboten. Im eigenen Interesse wird man natürlich

von diesem freundlichen Kundendienst keinen Gebrauch machen, sondern selbst zur Bildstelle fahren. Wenn man nicht an einen privaten Empfänger eines Verlages, sondern an eine „Öffentliche“ zur Weiterleitung an eine Redaktion senden läßt, kann man die Telefon-Nummer des Empfängers angeben, der dann vom Eintreffen des Bildes verständigt wird. Meist arbeiten aber die Redaktionen so eng mit „ihren“ Post-Bildstellen zusammen, daß sie ohnehin von jeder Sendung frühzeitig unterrichtet werden.

Der Vorgang der telegraphischen Bildübertragung ist so interessant, daß sein Prinzip hier kurz beschrieben werden soll. Ein Foto wird auf die rotierende Trommel des Sendegerätes gespannt, die sich nicht nur um ihre eigene Achse dreht, sondern auch in Längsrichtung weiterbewegt. Auf der Bildvorlage wird durch eine Lichtquelle ein Lichtpunkt erzeugt. Je nach der Helligkeit der Vorlage wird mehr oder weniger Licht auf eine Fotozelle reflektiert. Da diese beim Auftreffen von Licht einen elektrischen Strom auslöst, dessen Stärke der auftreffenden Lichtmenge proportional ist, entstehen beim Weiterwandern des Lichtpunktes (die Trommel dreht sich) Stromschwankungen, die trägheitslos den Helligkeitswerten der Bildvorlage folgen.

Eine Zerlegung des Fotos in einzelne Punkte findet *nicht* statt. Bildpunkte sind weder vorhanden noch werden sie erzeugt. Der Strom der Fotozelle gibt nur das elektrische „Bild“ eines schmalen Bildstreifens wieder, auf dem der von der Lampe erzeugte Lichtpunkt entlangwandert.

Die von der Fotozelle erzeugten elektrischen Ströme werden auf der Sendeseite verstärkt und über Drahtleitungen oder auch drahtlos (Bildfunk) der Empfangsstation übermittelt. Dort werden sie wiederum verstärkt und zur Steuerung einer Glühlampe benutzt. Unter dem in seiner Helligkeit schwankenden Lichtstrahl dieser sogenannten Schreibglühlampe dreht sich die Bildtrommel des Empfangsgerätes hinweg (um ihre Achse und gleichzeitig in Längsrichtung). Zeile um Zeile wird das auf die Trommel gespannte Fotopapier bzw. ein Film entsprechend den Helligkeitswerten auf der Vorlage beim Sender belichtet. Eine besondere Vorrichtung bewirkt, daß die Schreiblampe nach Wunsch beim Abtasten einer Bildschwärze beim Sender entweder hell aufleuchtet (Positiv-Empfang) oder dunkel bleibt (Negativ-Empfang). Bei Weiß und den verschiedenen Grautönen reagiert sie entsprechend. Rund zehn Minuten nach Beginn des Sendevorganges kann das Bild oder das Negativ entwickelt werden.

Das Bildarchiv des Reporters

Hat man ein Bildarchiv, so ärgert man sich. Weil es regelmäßig und mit viel Aufwand an Zeit gepflegt sein will — wie ein Säugling. Hat man kein Archiv, ärgert man sich noch mehr. Weil man nichts findet.

Nichts zermürbt mehr als die Suche nach Bildern. Man kennt das: „Du, ich erinnere mich genau. Ich sehe das Bild vor mir. Das war doch damals, als wir anschließend . . . Nein, das muß gewesen sein, als wir . . .“ Man wird nervös. Das Bild — es war übrigens ganz ausgezeichnet — steht dem Suchenden vor Augen. Greifbar. Nicht greifbar ist das Negativ. Die Redaktion, der man das Foto „totsicher“ versprochen hat, wird unruhig, drängt und gibt schließlich auf. Es ist die Rede von unzuverlässigen Mitarbeitern. Das tut weh.

Ein Bildarchiv muß auch der Reporter sich schaffen — selbst wenn er zu diesem Zweck das Telefon abhängen und an die Tür schreiben muß: „Komme gleich wieder!“ Es ist besser, ein paar Tage zu opfern, als später ein Vielfaches an Zeit aufwenden zu müssen und beim endlosen Suchen zu verzweifeln. Reporter sind kaum je pedantische Systematiker; die meisten lieben künstlerische Unordnung über alles — aber wenn diese Nerven, Geld und den guten Ruf kostet, sollte man sich eines Besseren belehren lassen.

Man stelle sich vor, der Reporter sei alt und grau geworden. Selbst die $\frac{1}{200}$ Sekunde verwackelt in der zittrigen Greisenhand. Dann ist es aus mit der Hetze nach Bildern. Zu alt, um aus dem wohlgeordneten Archiv die „Dauerbrenner“ herauszufischen, ist der Fotograf aber nicht. „Alle Jahre wieder“ schickt er die zeitlosen Fotos auf die Reise. Und wenn er noch älter werden sollte, verschickt er die „Historischen Rückblicke im Bild“. Das funktioniert aber nur, wenn das Archiv in Ordnung ist. Ganz im Ernst: das Bildarchiv ist die Altersversicherung des Reporters. Sein Vermögen, von dessen Zinsen er später leben muß. La Fontaines Fabel von der Grille und der Ameise paßt auch auf diesen Beruf.

Die Organisation des Archivs

Archiv-Systeme — auch solche, die sich lediglich so nennen — existieren in großer Anzahl. Der Bildreporter mit seinem Ein- oder Zwei-Mann-Betrieb kann sich nur auf eine Methode verlassen, die bei kleinstem Aufwand den größten Nutzen bringt. Dann muß er sie aber auch konsequent weiterführen. Eine Umstellung des Archiv-Systems kostet mehr Nervenkraft, als ein Fotograf erübrigen kann. Abgesehen davon, daß im Archiv die Fotos, Kontakte und Negative sauber und dauerhaft geordnet sein sollen, *muß man sie auch jederzeit auffinden können*. Das ist ja der eigentliche Sinn eines Bildarchivs. Es geht nicht um die bloße Ablage alter Fotos. Eine Binsenwahrheit — aber eine, gegen die immer wieder verstoßen wird.

Manche Fotografen stecken ihre Negative in Taschen, dann schreiben sie auf die Tüte eine laufende Nummer und den Bildinhalt. Bis zum Film Nr. 50 arbeitet das System zu-

friedenstellend. So weit reicht die Erinnerung. Dann aber versagt es. Ein Archiv, das Erinnerungsvermögen voraussetzt, ist falsch angelegt. Wie soll man nach zehn Jahren unter vielen Tausenden von Filmen noch etwas finden? Andere Fotografen legen die Negative nach Themen ab. Das ist schon besser. Aber: man muß die Filme restlos auseinander schneiden, und außerdem liegen dann Negative aller Formate durcheinander. Vor allem aber kann ein Interessent, der Fotos aussuchen will und an das Betrachten von Negativen nicht gewöhnt ist, wenig aus dem Gezeigten ersehen. Also ist das auch keine empfehlenswerte Methode.

Etwas mehr Arbeit muß man schon aufwenden. Ganz gut bewährt hat sich ein Archiv-System, das sowohl Negative als auch Positive in eine feste Ordnung zwingt und zudem beliebig erweitert werden kann.

Dieses System steht und fällt mit dem Negativarchiv. Jeder Film, der entwickelt aus der Dunkelkammer kommt, erhält eine laufende Nummer. Dann verschwindet er im Negativ-Archiv, das aus Leitz-Ordern bestehen kann. Die Filme befinden sich darin auf Pergamin-Bogen mit Taschen, die gelocht sind und in die Ordner passen. Diese Pergamin-Seiten kann man kaufen. Leider nur für Kleinbild- und 6×9-Filme. (Diese Formate kann man auch in den bekannten Falttaschen aufbewahren.). Verwendet man großformatige Planfilme und Film packs, so archiviert man die Negative in Briefumschlägen, welche zugeklebt und an einer Schmalseite wieder sauber aufgeschnitten werden. Besser ist es, die Negative vorher noch in Pergamintaschen zu stecken — Briefumschläge sind innen meist zu rau für die empfindliche Schichtseite. Kleinbild-Filme gerollt aufzubewahren, empfiehlt sich ganz und gar nicht. Man kämpft beim Suchen dann immer mit den sich zusammenrollenden Zelluloidstreifen. Wer aus räumlichen Gründen im Negativ-Archiv die verschiedenen Formate einheitlich ablegen will, verwendet bei der Numerierung nicht nur eine einzige Zahlenreihe. Arbeitet er z. B. mit Kleinbild, 6×6 cm und 9×12 cm, so legt er sich drei Negativ-Archive an, deren erste Filme jeweils die Nr. 1 tragen. Vor der Nummer steht dann entweder ein K (für Kleinbild), ein R (für Rollfilm) oder ein P (für Plan- und Packfilme).

Auf alle Fälle erhält jede Filmtasche also eine Filmnummer. Ganz ordentliche Menschen schreiben wenigstens Monat und Jahr dazu. Damit man weiß, welche Filmnummer gerade „dran“ ist, bringt man am Arbeitstisch einen Zettel an. Darauf notiert man dann die jeweils zuletzt vergebene Filmnummer. Vermerke über die Bildmotive sind nicht unbedingt erforderlich. Meist hat man ohnehin mehrere Themen auf einem Film. Anschließend werden die Negative „kontaktiert“. Ein Kopiergerät besitzen Reporter heute kaum noch. Eher noch einen alten Kopierrahmen des Formats 18×24 oder 24×30 cm. Licht zum Exponieren des Papiers spendet der Vergrößerungsapparat. Bei dieser Arbeit soll man Zeit und Geld sparen, d. h. möglichst viele Negative auf einmal kontaktieren. Da die Abzüge nicht bei der fotografischen Meisterprüfung vorgelegt werden, sondern nur der Orientierung dienen sollen, gewöhnt man sich ein für allemal an eine mittlere Belichtungszeit. Wenn nicht zu dünne oder dichte Negative zu berücksichtigen, also nachzukopieren sind, genügt das. Weiches Papier eignet sich zum Kontaktieren am besten. Es gleicht die Unterschiede aus und läßt doch die Einzelheiten noch erkennen. Dann schneidet man die Kontakte nach Themen auseinander und vermerkt auf jedem Streifen die dazugehörige Filmnummer. Das Ganze wird auf einen Karton geklebt und mit einem knappen Text ver-

sehen. Wird eines der Negative ausgewertet und eine beschriftete Vergrößerung herausgegeben, klebt man auf den Kontaktbogen einen Durchschlag dieses Textes. Selbstverständlich erhält auch jede Vergrößerung die Nummer „ihres“ Filmes. Das ist sogar sehr wichtig!

Nun zur Organisation des Positiv-Archivs. Zunächst verschafft man sich einen Überblick über die vorhandenen Themen. Es ergeben sich z. B. folgende Stichworte, nach denen sogleich die Vergrößerungen und auch die Kontakte sortiert werden:

Stadtansichten	Sport
Landschaftsbilder	Verkehrsunfälle
Industrieraufnahmen	Brände
Politische Veranstaltungen	Tiere
Theater	Kinder

und Porträts.

Die Gebiete sind ziemlich weit gefaßt, denn es kommt darauf an, zunächst einmal eine gewisse Ordnung in das Material zu bringen. Ist das geschehen, nimmt man den Bilderstapel „Stadtansichten“ zur Hand. Dabei stellt sich heraus, daß die ganze Kollektion fast nur aus Fotos aus München, Nürnberg, Hamburg und Bremen besteht. Vier Bilder aus Bonn liegen außerdem dazwischen. Mehr als die Hälfte des Bremer Materials besteht aus Hafenbildern. Bei dieser Unterteilung lassen wir es zunächst bewenden und legen Bilder und Kontakte jeder Gruppe in einen Kasten. Alte 18×24 cm-Kartons eignen sich gut dazu. Man kann sich aber auch aus dicker Pappe oder Holz Kästen anfertigen lassen, die etwa 20×25×80 cm messen. Darin bewahrt man dann die Bilder stehend auf — die Unterteilung erfolgt durch eine Art großer Karteikarten aus Karton.

Es ergeben sich zur Hauptgruppe „Stadtansichten“ die Untergruppen:

München	Bremen
Nürnberg	Bremen-Hafen
Hamburg	Bonn

Selbst die vier Bonner Bilder bekommen also eine Sonderabteilung — sonst sind sie nämlich eines Tages verschwunden. Um das System der weiteren Arbeit zu zeigen, wollen wir annehmen, daß plötzlich aus irgendeinem Grunde die Fotos zum Stichwort „Bremen-Hafen“ in größeren Mengen anfallen. Es muß also um der Übersichtlichkeit willen weiter unterteilt werden. Etwa so, wie nachstehend aufgeführt:

	Bremen-Hafen	
Verladungen		Wiederaufbau
Dockanlagen		Zollbehörde

So weit wird es in der Praxis selten kommen, jedoch ist damit die logische Weiterführung angedeutet.

Nach dem gleichen Prinzip bearbeitet man das gesamte Material. Die deutschen Landschaftsfotos teilt man am besten nach den Bundesländern ein. Auch hier sind weitere Untergruppen möglich. Zum Beispiel „Bayern—Oberbayern“ oder „Bayern—Chiemsee“. Wenn weniger Fotos vorhanden sind, genügt auch eine Grobeinteilung in „Norddeutschland“ und „Süddeutschland“. Bei einer noch geringeren Zahl von Aufnahmen beläßt man es einfach bei der Gruppe „Deutsche Landschaften“. Später kann man dann immer noch aufteilen, wenn es notwendig wird. Die Unterteilungen sollen ja nicht Selbstzweck

sein, sondern lediglich verhüten, daß man mehr als — sagen wir — hundert Fotos und Kontaktbogen durchsehen muß, wenn ein bestimmtes Bild gesucht wird.

Schwieriger wird es, wenn es sich um Aufnahmen handelt, die man nach verschiedenen Gesichtspunkten ablegen kann. Da ist z. B. ein Foto von einer Hamburger Fabrik, eine Übersichtsaufnahme mit vielen Details. Paßt in die Gruppe „Industrie“, aber auch in die Abteilung „Hamburg“. Eine Lösung wäre jetzt der zweite Kontakt, der das Bild im Industrie-Kasten festhält, während der andere Abzug unter „Hamburg“ liegt. Ideal ist in diesen gar nicht so seltenen Fällen jedoch der Stichwort-Katalog, auf den wir noch zu sprechen kommen.

Am leichtesten wird man mit den Porträts fertig. Zeigen sie bedeutende Persönlichkeiten, werden sie alphabetisch den Namen nach eingeordnet. Sind Gruppenbilder vorhanden, aus denen Porträts herausvergrößert werden könnten, muß man wohl oder übel entsprechend viele Kontakte über das Porträtarchiv verteilen. Oder man hilft sich mit Hinweiskarten. Da liegt dann im Kasten „Ba—Bl“ zwischen den Fotos vom Bundespostminister Balke eine Karte mit dem Hinweis:

Balke auch unter
Heuss · Adenauer · Schäffer

Alle Porträtaufnahmen anderer Art wandern in den Kasten „Köpfe“ oder „Typen“, in dem sich der „Alte Fischer — Husum“ mit dem „Ruhrkumpel“ und dem „Hessischen Bauern“ trifft.

Geheimschrift im Bildarchiv

Im ganzen Bildarchiv sollte es keine Abteilung mit der Aufschrift „Allgemeines“ oder „Diverses“ geben. Im Laufe der Zeit wächst diese Gruppe nämlich gewaltig an, bis dort ein Bilder-Chaos entsteht, das ja gerade vermieden werden sollte.

Wenn man mit der Aufteilung fertig ist, werden die Kartons bzw. Karteikarten, hinter denen die Vergrößerungen und Kontakte in den langen Kästen stehen, sinngemäß geordnet und mit den betreffenden Stichworten beschriftet. Wer es ordentlich machen will, tut ein übriges und versieht jeden Kasten mit einer Kennziffer. Da sich das Archiv ja innerhalb der einzelnen Gruppen ausdehnt, ist es mit einem einfachen Durchnummerieren nicht getan. Man bezeichnet deshalb die Hauptgruppen mit großen Buchstaben (z. B. A = Städtebilder, B = Landschaftsbilder, C = Industriaufnahmen usw.). Die Untergruppen werden mit römischen Ziffern markiert (z. B. A I = München, A II = Nürnberg, A III = Hamburg, A IV = Bremen usw.). Sind weitere Unterteilungen erforderlich, verwendet man kleine Buchstaben (z. B. A IV a = Bremen-Hafen). Das Spiel läßt sich mit arabischen Ziffern weitertreiben (z. B. A IV a = Bremen-Hafen, A IV a 1 = Verladungen, A IV a 2 = Dockanlagen, A IV a 3 = Wiederaufbau). Eine später eingerichtete Gruppe „Bremen — Neubauten“ mit den Unterabteilungen „Hochhäuser“ und „Brücken“ würde folgendermaßen bezeichnet: A IV b = Bremen-Neubauten, A IV b 1 = Hochhäuser, A IV b 2 = Brücken.

Wem das Durcheinander von Buchstaben und Ziffern nicht gefällt, der kann sich auch darauf beschränken, mit arabischen Zahlen zu arbeiten. Dann würde zum Beispiel 1413 die Bilder vom Wiederaufbau im Bremer Hafen bezeichnen. Nämlich: Stadtansichten = 1,

Bremen = 4, Hafen = 1, Wiederaufbau = 3. Natürlich muß man dieses Geheimsystem in einem kleinen Katalog festhalten. Sinn der Verschlüsselung der Stichworte ist folgender: Die Kennziffern werden nicht nur auf die Kartons, sondern auch auf die Rückseiten der Bilder und auf die Kontaktbogen geschrieben. Damit ist für alle Zeiten festgelegt, in welcher Gruppe ein Bild beheimatet ist. Wird es verschickt und kommt dann zurück, kann jeder, der nicht gerade Analphabet ist, das Foto wieder in „seinen“ Kasten zurücklegen. Wer diese Arbeit selbst ausführen muß, braucht sich beim Einsortieren der Rückläufe nicht ständig von neuem den Kopf darüber zu zerbrechen, an welche Stelle ein bestimmtes Bild gehört. Wer sein Archiv fleißig ausnutzt und seine Schätze nicht in den Tiefen der Kartons verkommen läßt, wird bald bemerken, daß das Ablegen der Rückläufe sonst zu einer nervtötenden Arbeit werden kann. Bei den Porträts sind die Kennziffern natürlich überflüssig. Da diese Fotos alphabetisch nach den Namen der Dargestellten archiviert werden, liegen ihre „Standorte“ ohnehin fest.

Man kann sich natürlich die Arbeit um die Kennziffern ganz sparen. Sie wird sich nur bei einem umfangreichen Archiv lohnen und kann später immer noch nachgeholt werden. Da die eigentliche Archiv-Ordnung dann schon besteht, handelt es sich in solchem Falle nur um eine — allerdings zeitraubende — Schreibearbeit. Der Aufbau des Kennziffer-Systems wurde vor allem deshalb so ausführlich auseinandergesetzt, weil es den Schlüssel zum Funktionieren der großen Pressebild-Archive in der ganzen Welt darstellt. Dort müssen täglich Hunderte von Rücklauf-Bildern und die gesamte Neuproduktion abgelegt werden. Ohne das Hilfsmittel der Kennziffern könnte diese Arbeit nur von einem einzigen Mann erledigt werden, der jedes einzelne Bild und dessen „Standort“ im Kopf haben müßte. Nur er könnte einen Rücklauf an die richtige Stelle dirigieren. Urlaub, Krankheit oder gar der Tod des Betreffenden hätten katastrophale Folgen. Mit den Kennziffern ändert sich die Situation mit einem Schlage. Schon beim Betexten eines Fotos erhält es „seine“ Kennziffer. Dann kann kein Irrtum mehr geschehen: es landet immer da, wo es hingehört und wo es gesucht wird. Jede beliebige angelernte Kraft kann die Ablage der Bilder vornehmen.

Der Stichwort-Katalog

Das Kennziffer-System vereinfacht auch erheblich die Anlage des Stichwort-Kataloges, der einer vorbildlichen Archiv-Organisation erst die letzte Vollendung gibt. Er besteht lediglich aus einem alphabetischen Verzeichnis aller erdenklichen Stichworte, hinter denen dann die Kennziffern bzw. Gruppenbezeichnungen angegeben sind, unter denen Fotos zu eben diesen Stichworten zu finden sind. Stellen Sie sich vor, es verlange jemand Fotos, auf denen Krananlagen in Aktion gezeigt sind. Eine Gruppe „Krananlagen“ haben wir im Bildarchiv natürlich nicht. Wir erinnern uns zwar, daß wir Aufnahmen von Hafenkränen im Bremer Hafen besitzen. Die sind schnell gefunden. Aber wir hatten doch damals auch das schöne Bild von dem Kran in ... tja, wo war das bloß? Für solche Fälle ist der Stichwort-Katalog wichtig. Da steht nämlich unter „K“ hinter dem Stichwort „Krananlagen“: A IV a, A IV a 1, A IV a 3, A III. Wir greifen in die entsprechenden Kästen und haben sofort eine Anzahl Bilder, die nur Krananlagen zeigen. In Bremen, im Hafen von Bremen beim Ausladen, beim Wiederaufbau der Bremer Hafenanlagen und in Hamburg. Wer

ohne Kennziffern arbeitet, muß, was mehr Raum und Zeit erfordert, hinter das Stichwort die Archivgruppen-Bezeichnung in Klartext setzen.

Am praktischsten ist es, den Stichwort-Katalog allmählich aufzubauen. Immer, wenn man an seinem Bildarchiv beschäftigt ist, notiert man die Stichworte, die einem beim Betrachten der Bilder einfallen. Zu fast jedem Bild gehören mehrere Stichworte. Da sind — um ein ergiebiges Beispiel zu wählen — einige Fotos von einer Lokomotiven-Verladung im Hafen von Bremen. Abgelegt sind sie im Archiv unter „Bremen — Hafen — Verladungen“. Im Stichwort-Katalog erscheinen sie unter den Stichworten: „Schiffahrt — Verladungen“, „Export“, „Krananlagen“, „Lokomotiven“ und unter „Wolken“ (!), da diese bei Bildleuten so beliebten Himmelsgebilde auf den Bildern in schönen und großen Exemplaren vorhanden sind. Ähnlich wird das mit dem gesamten Bildmaterial gehandhabt. Das Auffinden von Fotos zu bestimmten Themen ist also kein Problem mehr. Da nun jede Vergrößerung und jeder Kontakt im Archiv seine Filmnummer trägt, ist auch das Herausuchen der Negative nicht schwierig.

Es ist zuzugeben, daß sich die ganze Schilderung vom Aufbau eines Bildarchivs furcht-einflößend anhört. Jedoch, man muß gelegentlich ganz einfache Vorgänge wortreich und umständlich beschreiben. Außerdem: ist das System erst einmal eingelaufen, so erspart es derart viel Zeit und Ärger, daß der Reporter die Archiv-Ordnung nicht mehr missen möchte. Allmählich stellt sich auch bei der trockensten Archiv-Arbeit eine Art sportlichen Ehrgeizes ein. Es gewährt ein Gefühl tiefer Befriedigung, wenn man in der Lage ist, in längstens fünf Minuten jedes beliebige Foto samt Negativ zu finden. Dann unterbleiben auch nicht mehr das Zusammenstellen von Bildserien aus dem Archiv und das laufende Angebot zeitloser Fotos, gerade das, was man sich so oft vornimmt — und dann doch angesichts der Wühlerei in ungeordneten Bilderstapeln unterläßt. Sehr bedauerlich. Denn gerade aus dem Archiv kann man beträchtliche Summen Geldes erarbeiten. Wenn man es richtig anstellt ...

Die Altersversicherung

Bei diesem Thema muß ich immer an zwei Fotografen denken, die ich kennenlernte. Der eine lebt in Berlin, der andere in Süddeutschland. Beide sind jetzt über 60 Jahre alt, und beide haben in den Jahrzehnten ihrer fotografischen Arbeit noch kein einziges aktuelles Bild aufgenommen. Sie spezialisierten sich auf zeitlose Fotos: Bilder, die immer ihren Wert behalten. Städtebilder, Landschaften, Köpfe, Kinder, Frauen, Tiere und dergleichen. Beide leben noch heute ausschließlich von diesem Archiv. Sie hatten allerdings Glück und retteten ihre Archive über den Krieg. Selbst der Berliner — er ist ja nicht nur durch sein Alter, sondern auch durch die Lage der Stadt an ausgedehnter Neuproduktion gehindert — kommt glänzend zurecht.

Der Trick der beiden (und noch vieler anderer): sie haben alles, aber auch alles fotografiert, was sich nur ihrer Linse darbot. Auch einen simplen Straßenbahnwagen, einen Erdarbeiter, den Spatz auf dem Balkon, den Hausierer. Das sind wirkliche „Bildarchive“. Viele Pressefotografen besitzen nämlich in Wirklichkeit nur Sammlungen veralteter Aktualitäten, die höchstens im Jubiläumsband zur nächsten Jahrhundertwende Verwendung finden können. Auch ein „aktueller“ Fotoreporter hat aber auf dem Wege zu

seinen Aufnahmeterminen immer einmal Gelegenheit zu echten Archivbildern. Da sollte ihm kein Motiv zu gering oder „ausgefallen“ sein. Man gehe einmal in ein großes Pressebildarchiv und höre sich nur einen halben Tag lang die eingehenden Bildwünsche an. Erst dann lernt man wirklich die Wünsche der vielen, vielen Redaktionen und Verlage kennen. Das fängt an bei der „Motte, die um eine Kerze fliegt — Hochformat“ und hört auf bei dem „Jungen Mann, das Deutschlandlied singend“. Bitte, auch dieser Wunsch ist kein Witz — das hat es tatsächlich gegeben. Der Auftrag ging sogar noch weiter. Man wünschte nicht einfach eine Aufnahme, die den jungen Mann beim Absingen einer beliebigen Strophe unserer Hymne zeigt. Nein, ganz deutlich sollte aus dem Bild hervorgehen, daß er die dritte und beileibe nicht die erste Strophe vortrug. Wie sich die Leute das gedacht hatten, ist heute noch unklar. Man muß sich in derartigen Fällen mit ein bißchen Phantasie aus der Affäre ziehen. Keinesfalls kann man dem „königlichen“ Kunden — und wenn er durch einen Laufjungen repräsentiert wird — die Antwort geben, die er eigentlich in solchem Fall verdient. Übrigens: wer mit seinem Archiv zweckmäßig arbeitet, wird bald eine Menge Anfragen bekommen. Es spricht sich schnell herum, wer ein gutes Archiv hat — auch wenn es noch so klein ist. Die besten Kunden besucht man dann gelegentlich und spricht mit ihnen auch über die Formulierung der Bestellungen und Anfragen, die nicht gerade vom Lehrmädchen aus der Buchhaltung übermittelt werden sollten.

Zum Schluß noch ein paar Tips: Es lohnt sich selten, Bilder nur für das Archiv zu vergrößern. Das kostet viel Geld, und im Laufe der Zeit häufen sich zu viele Vergrößerungen an. Wenn Fotos gebraucht werden, steht das Negativ ja sofort zur Verfügung. Dann: man lege nie ein Foto im Archiv ab, dessen Betextung zweifelhaft ist. Es ist besser, ein Bild zu vernichten, als daß später einmal die Schneekoppe als Montblanc-Massiv ausgegeben wird... Bei Porträts kann eine Schlaperei dieser Art ganz besonderen Schaden stiften. Und schließlich: je öfter man an seinem Archiv arbeitet, desto besser und reibungsloser läuft es. Angesammelte Bestände aufzuarbeiten, ist ein Kinderspiel, wenn es sich nur um einige Bilder handelt. Und eine Tortur, wenn es Berge geworden sind. Wer einmal mit der Archivarbeit in Rückstand geraten ist, befindet sich in einer üblen Lage. Er muß dann hart gegen sich selbst sein und ein paar Nächte für diese Arbeit opfern.

Der Pressefotograf und das Urheberrecht

Niemand verlangt von einem Bildjournalisten, daß er ein perfekter Jurist sei. Das Urheberrechtsgesetz (KUG), das eigens zum Schutze der Werke der bildenden Künste und der Fotografie erlassen wurde, enthält jedoch so viele grundsätzliche Regelungen, daß man es unbedingt einmal sorgfältig durchgesehen haben muß. Es wurde vor rund einem halben Jahrhundert ja nicht zuletzt deshalb geschaffen, weil sich aus der täglichen Arbeit eine Fülle von Zweifels- und Streitfragen ergab, die dringend beantwortet werden mußten.

Wenn ein Streitfall erst einmal im Gange ist, ist es gewöhnlich zu spät — und niemand kann sich dann auf Unwissenheit herausreden. Unkenntnis schützt vor Strafe nicht! Ein Vertrautsein mit den Bestimmungen des KUG behütet außerdem den Fotoreporter selbst davor, von geschäftstüchtigen Leuten geschädigt zu werden. Das liefe freilich schlimmstenfalls auf den Verlust von Bildern und Honoraren hinaus und wäre unter Umständen noch zu verschmerzen. Der gegenteilige Fall ist weit unerfreulicher: ein Prozeß um Urheberrechtsfragen kann für einen Fotoreporter recht kostspielig werden. Die Mühe, sich vorher gründlich mit dem KUG auseinanderzusetzen, macht sich also doppelt bezahlt. Deshalb sei nachstehend zunächst das Gesetz selbst wiedergegeben. Danach werden jene Punkte erörtert, die für die fotografische Betätigung eine besondere Rolle spielen.

Gesetz, betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie
Vom 9. Januar 1907 (RGBl. S. 7)

Änderungen des Gesetzes:

1. Gesetz zur Ausführung der revidierten Berner Übereinkunft zum Schutze von Werken der Literatur und Kunst (vom 13. November 1908) vom 22. Mai 1910 (RGBl. S. 793): Erweiterung der §§ 31, 32, Abs. 1; Einfügung des § 15 a.
2. Gesetz zur Verlängerung der Schutzfristen im Urheberrecht vom 13. Dezember 1934 (RGBl. II S. 395): Änderung des § 25 (amtl. Erläuterung: D. Justiz 1935 S. 4).
3. Gesetz zur Verlängerung der Schutzfrist für das Urheberrecht an Lichtbildern vom 12. Mai 1940 (RGBl. I S. 758): Änderung des § 26.

Erster Abschnitt. Voraussetzungen des Schutzes

Urheberschutz

§ 1. Die Urheber von Werken der bildenden Künste und der Photographie werden nach Maßgabe dieses Gesetzes geschützt.

Kunstgewerbe, Bauwerke, Entwürfe

§ 2. (1) Die Erzeugnisse des Kunstgewerbes gehören zu den Werken der bildenden Künste. Das gleiche gilt von Bauwerken, soweit sie künstlerische Zwecke verfolgen.

(2) Als Werke der bildenden Künste gelten auch Entwürfe für Erzeugnisse des Kunstgewerbes sowie für Bauwerke der im Abs. 1 bezeichneten Art.

Werke der Photographie

§ 3. Als Werke der Photographie gelten auch solche Werke, welche durch ein der Photographie ähnliches Verfahren hergestellt werden.

Entwürfe

§ 4. Soweit Entwürfe als Werke der bildenden Künste anzusehen sind, findet das Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der Literatur und der Tonkunst vom 19. Juni 1901 (RGBl. S. 227) auf sie keine Anwendung.

Juristische Personen des öffentlichen Rechts

§ 5. Juristische Personen des öffentlichen Rechtes, die als Herausgeber ein Werk erscheinen lassen, das den Namen des Urhebers nicht angibt, werden, wenn nicht anderes vereinbart ist, als Urheber des Werkes angesehen.

Sammelwerk

§ 6. Besteht ein Werk aus den getrennten Beiträgen mehrerer (Sammelwerk), so wird für das Werk als Ganzes der Herausgeber als Urheber angesehen. Ist ein solcher nicht genannt, so gilt der Verleger als Herausgeber.

Zusammengesetzte Werke

§ 7. Wird ein Werk der bildenden Künste mit einem Werke der Photographie verbunden, so gilt für jedes dieser Werke dessen Urheber auch nach der Verbindung als Urheber. Das gleiche gilt, wenn ein Werk der bildenden Künste oder ein Werk der Photographie mit einem Werke der Literatur oder der Tonkunst oder mit einem geschützten Muster verbunden wird.

Gemeinschaftliches Urheberrecht

§ 8. Haben bei einem Werke mehrere in der Weise zusammengewirkt, daß ihre Arbeiten sich nicht trennen lassen, so besteht unter ihnen als Urhebern eine Gemeinschaft nach Bruchteilen im Sinne des BGB.

Urhebervermutung

§ 9. (1) Ist auf einem Werke der Name eines Urhebers angegeben oder durch kenntliche Zeichen ausgedrückt, so wird vermutet, daß dieser der Urheber des Werkes sei.

(2) Bei Werken, die unter einem anderen als dem wahren Namen des Urhebers oder ohne den Namen eines Urhebers erschienen sind, ist der Herausgeber, falls aber ein solcher nicht angegeben ist, der Verleger berechtigt, die Rechte des Urhebers wahrzunehmen.

Vererblichkeit und Übertragbarkeit

§ 10. (1) Das Recht des Urhebers geht auf die Erben über.

(2) Ist der Fiskus oder eine andere juristische Person gesetzliche Erbe, so erlischt das Recht, soweit es dem Erblasser zusteht, mit dessen Tode.

(3) Das Recht kann beschränkt oder unbeschränkt auf andere übertragen werden; die Übertragung kann auch mit der Begrenzung auf ein bestimmtes Gebiet geschehen.

(4) Die Überlassung des Eigentums an einem Werke schließt, soweit nicht ein anderes vereinbart ist, die Übertragung des Rechtes des Urhebers nicht in sich.

Beiträge zu Sammelwerken

§ 11. (1) Über einen Beitrag, der für eine Zeitung, eine Zeitschrift oder ein sonstiges periodisches Sammelwerk zur Veröffentlichung angenommen wird, darf der Urheber anderweit verfügen, sofern nicht aus den Umständen zu entnehmen ist, daß der Verleger das ausschließliche Recht zur Vervielfältigung und Verbreitung erhalten soll.

(2) Über einen Beitrag, für welchen der Verleger das ausschließliche Recht zur Vervielfältigung und Verbreitung erhalten hat, darf, soweit nicht ein anderes vereinbart ist, der Urheber anderweit verfügen, wenn seit dem Ablaufe des Kalenderjahres, in welchem der Beitrag erschienen ist, ein Jahr verstrichen ist.

(3) Auf Beiträge zu einem nicht periodischen Sammelwerke finden diese Vorschriften insoweit Anwendung, als dem Urheber ein Anspruch auf Vergütung für den Beitrag nicht zusteht.

Beschränkte Übertragungswirkung

§ 12. (1) Im Falle der Übertragung des Urheberrechts hat der Erwerber, soweit nicht ein anderes vereinbart ist, nicht das Recht, bei der Ausübung seiner Befugnisse an dem Werke selbst, an dessen Bezeichnung oder an der Bezeichnung des Urhebers Änderungen vorzunehmen.

(2) Zulässig sind Änderungen, für die der Berechtigte seine Einwilligung nach Treu und Glauben nicht versagen kann.

Anbringung des Urhebernemens

§ 13. Der Name oder der Namenszug des Urhebers darf auf dem Werke von einem anderen als dem Urheber selbst nur mit dessen Einwilligung angebracht werden.

Zwangsvollstreckung

§ 14. (1) Die Zwangsvollstreckung in das Recht des Urhebers findet gegen den Urheber selbst ohne dessen Einwilligung nicht statt; die Einwilligung kann nicht durch den gesetzlichen Vertreter erteilt werden.

(2) Gegen den Erben des Urhebers ist ohne seine Einwilligung die Zwangsvollstreckung nur zulässig, wenn das Werk oder eine Vervielfältigung davon erschienen ist.

(3) Die gleichen Vorschriften gelten für die Zwangsvollstreckung in solche Formen, Platten, Steine oder sonstige Vorrichtungen, welche ausschließlich zur Vervielfältigung des Werkes bestimmt sind.

Zweiter Abschnitt. Befugnisse des Urhebers

Ausschließliche Befugnis des Urhebers

§ 15. (1) Der Urheber hat die ausschließliche Befugnis, das Werk zu vervielfältigen, gewerbsmäßig zu verbreiten und gewerbsmäßig mittels mechanischer oder optischer Einrichtungen vorzuführen; die ausschließliche Befugnis erstreckt



Schmuck- und Archibilder sind vielfach identisch. Obwohl malerische Fotos keine spezifisch reporterischen Leistungen darstellen, können sie, da als „Schönbilder“ oder für die „Reiseseite“ der Blätter verwendbar, oft zur Abrundung des Bildangebots dienen. (Pragher)



Oben: Alle Jahre wieder — in diesem Fall anlässlich der „Hundstage“ — dienen originell erfundene oder beobachtete Fotos zur Auflockerung der aktuellen Bebilderung in Zeitungen wie Zeitschriften, selbst wenn sie „gestellt“ sind. (Conti-Press)

Rechte Seite: Der Bildreporter wird seine „immerwiederkehrenden“ jahreszeitlichen Bilder dann am besten aus der großen Flut derartiger Fotos hervorheben können, wenn er sich um blickfangende Perspektiven bemüht — wie beim Thema „Frühjahrsbestellung“. (Conti-Press)





Eine besondere Stellung nehmen im Archiv des Reporters jene Erinnerungsbilder ein, die sich auf die abgetrennten Gebiete Deutschlands beziehen — wie hier: Holzwimpel eines ostpreußischen Fischerbootes. Solche Fotos werden angesichts ihres Seltenheitswertes besonders häufig abgedruckt. (Reuter)

sich nicht auf das Verleihen. Als Vervielfältigung gilt auch die Nachbildung, bei Bauwerken und Entwürfen für Bauwerke auch das Nachbauen.

(2) Auch wer durch Nachbildung eines bereits vorhandenen Werkes ein anderes Werk der bildenden Künste oder der Photographie hervorbringt, hat die im Abs. 1 bezeichneten Befugnisse; jedoch darf er diese Befugnisse, sofern der Urheber des Originalwerkes gleichfalls Schutz genießt, nur mit dessen Einwilligung ausüben.

Erstreckung des Urheberrechts auf bildliche Wiedergabe

§ 15a. Ist ein im Wege der Kinematographie oder eines ihr ähnlichen Verfahrens hergestelltes Werk wegen der Anordnung des Bühnenvorganges oder der Verbindung der dargestellten Begebenheiten als eine eigentümliche Schöpfung anzusehen, so erstreckt sich das Urheberrecht auch auf die bildliche Wiedergabe der dargestellten Handlung in geänderter Gestaltung. Der Urheber hat die ausschließliche Befugnis, das Werk öffentlich vorzuführen.

Freie Benutzung

§ 16. Die freie Benutzung eines Werkes ist zulässig, wenn dadurch eine eigentümliche Schöpfung hervorgebracht wird.

Vervielfältigung

§ 17. Eine Vervielfältigung ohne Einwilligung des Berechtigten ist unzulässig, gleichviel durch welches Verfahren sie bewirkt wird; auch begründet es keinen Unterschied, ob das Werk in einem oder in mehreren Exemplaren vervielfältigt wird.

Vervielfältigung zu eigenem Gebrauch

§ 18. (1) Eine Vervielfältigung zum eigenen Gebrauch ist mit Ausnahme des Nachbauens zulässig, wenn sie unentgeltlich bewirkt wird.

(2) Bei Bildnissen einer Person ist dem Besteller und seinem Rechtsnachfolger gestattet, soweit nicht ein anderes vereinbart ist, das Werk zu vervielfältigen. Ist das Bildnis ein Werk der bildenden Künste, so darf, solange der Urheber lebt, unbeschadet der Vorschrift des Abs. 1 die Vervielfältigung nur im Wege der Photographie erfolgen.

(3) Verboten ist es, den Namen oder eine sonstige Bezeichnung des Urhebers des Werkes in einer Weise auf der Vervielfältigung anzubringen, die zu Verwechslungen Anlaß geben kann.

Vervielfältigung nur zur Erläuterung

§ 19. (1) Zulässig ist die Vervielfältigung und Verbreitung, wenn einzelne Werke in eine selbständige wissenschaftliche Arbeit oder in ein für den Schul- oder Unterrichtsgebrauch bestimmtes Schriftwerk ausschließlich zur Erläuterung des Inhalts aufgenommen werden. Auf Werke, die weder erschienen noch bleibend öffentlich ausgestellt sind, erstreckt sich diese Befugnis nicht.

(2) Wer ein fremdes Werk in dieser Weise benutzt, hat die Quelle, sofern sie auf dem Werke genannt ist, deutlich anzugeben.

Vervielfältigung von Werken an öffentlichen Wegen usw.

§ 20. (1) Zulässig ist die Vervielfältigung von Werken, die sich bleibend an öffentlichen Wegen, Straßen oder Plätzen befinden, durch malende oder zeichnende Kunst oder durch Photographie. Die Vervielfältigung darf nicht an einem Bauwerk erfolgen.

(2) Bei Bauwerken erstreckt sich die Befugnis zur Vervielfältigung nur auf die äußere Ansicht.

(3) Soweit ein Werk hiernach vervielfältigt werden darf, ist auch die Verbreitung und Vorführung zulässig.

Vervielfältigung ohne Änderung

§ 21. Eine Vervielfältigung auf Grund der §§ 19, 20 ist nur zulässig, wenn an dem wiedergegebenen Werke keine Änderung vorgenommen wird. Jedoch sind Übertragungen des Werkes in eine andere Größe und solche Änderungen gestattet, welche das für die Vervielfältigung angewendete Verfahren mit sich bringt.

Recht am eigenen Bilde

§ 22. Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden. Die Einwilligung gilt im Zweifel als erteilt, wenn der Abgebildete dafür, daß er sich abbilden ließ, eine Entlohnung erhielt. Nach dem Tode des Abgebildeten bedarf es bis zum Ablaufe von 10 Jahren der Einwilligung der Angehörigen des Abgebildeten. Angehörige im Sinne dieses Gesetzes sind der überlebende Ehegatte und die Kinder des Abgebildeten, und, wenn weder ein Ehegatte noch Kinder vorhanden sind, die Eltern des Abgebildeten.

Kein Schutz des Abgebildeten

§ 23. (1) Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:

1. Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte;
2. Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.

(2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.

Abbildungen zum Zwecke der Rechtspflege

§ 24. Für Zwecke der Rechtspflege und der öffentlichen Sicherheit dürfen von den Behörden Bildnisse ohne Einwilligung des Berechtigten sowie des Abgebildeten oder seiner Angehörigen vervielfältigt, verbreitet und öffentlich zur Schau gestellt werden.

Dritter Abschnitt. Dauer des Schutzes

Schutzdauer bei Werken der bildenden Künste

§ 25. (1) Der Schutz des Urheberrechts an einem Werke der bildenden Künste endet, wenn seit dem Tode des Urhebers fünfzig Jahre abgelaufen sind.

(2) Steht einer juristischen Person nach §§ 5, 6 das Urheberrecht zu, so endet der Schutz mit dem Ablaufe von fünfzig Jahren seit dem Erscheinen des Werkes. Jedoch endet der Schutz mit dem Ablaufe der im Abs. 1 bestimmten Frist, wenn das Werk erst nach dem Tode desjenigen erscheint, welcher es hervorgebracht hat.

Schutzdauer der Lichtbildkunst

§ 26. Der Schutz des Urheberrechts an einem Werke der Photographie endet mit dem Ablaufe von fünfundzwanzig Jahren seit dem Erscheinen des Werkes. Jedoch endet der Schutz mit dem Ablaufe von fünfundzwanzig Jahren seit dem Tode des Urhebers, wenn bis zu dessen Tode das Werk noch nicht erschienen war.

Schutzdauer bei mehreren Urhebern

§ 27. Steht das Urheberrecht an einem Werke mehreren gemeinschaftlich zu, so bestimmt sich, soweit der Zeitpunkt des Todes für die Schutzfrist maßgebend ist, deren Ablauf nach dem Tode des Letztlebenden.

Schutzdauer bei fortlaufenden Veröffentlichungen

§ 28. (1) Bei Werken, die aus mehreren in Zwischenräumen veröffentlichten Abteilungen bestehen, sowie bei fortlaufenden Blättern oder Heften wird jede Abteilung, jedes Blatt oder Heft für die Berechnung der Schutzfristen als ein besonderes Werk angesehen.

(2) Bei den in Lieferungen veröffentlichten Werken wird die Schutzfrist erst von der Veröffentlichung der letzten Lieferung an berechnet.

Beginn der Schutzfrist

§ 29. Die Schutzfristen beginnen mit dem Ablaufe des Kalenderjahrs, in welchem der Urheber gestorben oder das Werk erschienen ist.

Maßgebliche Veröffentlichung durch den Berechtigten

§ 30. Soweit der in diesem Gesetze gewährte Schutz davon abhängt, ob ein Werk erschienen ist, kommt nur ein Erscheinen in Betracht, das der Berechtigte bewirkt hat.

Vierter Abschnitt. Rechtsverletzungen

Anspruch auf Schadensersatz

§ 31. Wer vorsätzlich oder fahrlässig unter Verletzung der ausschließlichen Befugnis des Urhebers ein Werk vervielfältigt, gewerbsmäßig verbreitet oder gewerbsmäßig mittels mechanischer oder optischer Einrichtungen vorführt, ist dem Berechtigten zum Ersatze des daraus entstehenden Schadens verpflichtet. Der gewerbsmäßigen Vorführung steht, soweit die Kinematographie oder ein ihr ähnliches Verfahren angewandt wird, die öffentliche Vorführung gleich.

Geldstrafe

§ 32. (1) Wer in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen vorsätzlich ohne Einwilligung des Berechtigten ein Werk vervielfältigt, gewerbsmäßig verbreitet oder gewerbsmäßig mittels mechanischer oder optischer Einrichtungen vorführt, wird mit Geldstrafe bis zu dreitausend Mark bestraft. Der gewerbsmäßigen Vorführung steht, soweit die Kinematographie oder ein ihr ähnliches Verfahren angewandt wird, die öffentliche Vorführung gleich.

(2) War die Einwilligung des Berechtigten nur deshalb erforderlich, weil an dem Werke selbst, an dessen Bezeichnung oder an der Bezeichnung des Urhebers Änderungen vorgenommen sind, so tritt Geldstrafe bis zu dreihundert Deutsche Mark ein.

(3) Soll eine nicht beizutreibende Geldstrafe in Gefängnisstrafe umgewandelt werden, so darf deren Dauer in den Fällen des Abs. 1 sechs Monate, in den Fällen des Abs. 2 einen Monat nicht übersteigen.

Geldstrafe bei beschränkter Verletzung

§ 33. (1) Mit Geldstrafe bis zu eintausend Deutsche Mark wird bestraft:

1. wer der Vorschrift des § 18 Abs. 3 zuwider vorsätzlich den Namen oder eine sonstige Bezeichnung des Urhebers des Werkes auf der Vervielfältigung anbringt;
2. wer den Vorschriften der §§ 22, 23 zuwider vorsätzlich ein Bildnis verbreitet oder öffentlich zur Schau stellt.

(2) Soll eine nicht beizutreibende Geldstrafe in Gefängnisstrafe umgewandelt werden, so darf deren Dauer zwei Monate nicht übersteigen.

Anbringung des Urheberrnamens

§ 34. (1) Wer der Vorschrift des § 13 zuwider vorsätzlich auf dem Werke den Namen oder den Namenszug des Urhebers anbringt, wird mit Geldstrafe bis zu dreihundert Deutsche Mark bestraft.

(2) Soll eine nicht beizutreibende Geldstrafe in Gefängnisstrafe umgewandelt werden, so darf deren Dauer einen Monat nicht übersteigen.

Buße

§ 35. (1) Auf Verlangen des Verletzten kann neben der Strafe auf eine an ihn zu erlegende Buße bis zum Betrage von sechstausend Deutsche Mark erkannt werden. Die zu dieser Buße Verurteilten haften als Gesamtschuldner.

(2) Eine erkannte Buße schließt die Geltendmachung eines weiteren Anspruchs auf Schadensersatz aus.

Teilvervielfältigung

§ 36. Die in den §§ 31, 32 bezeichneten Handlungen sind auch dann rechtswidrig, wenn das Werk nur zu einem Teile vervielfältigt, verbreitet oder vorgeführt wird.

Vernichtung widerrechtlich hergestellter Exemplare usw.

§ 37. (1) Die widerrechtlich hergestellten, verbreiteten oder vorgeführten Exemplare und die zur widerrechtlichen Vervielfältigung oder Vorführung ausschließlich bestimmten Vorrichtungen, wie Formen, Platten, Steine, unterliegen der Vernichtung. Das gleiche gilt von den widerrechtlich verbreiteten oder öffentlich zur Schau gestellten Bildnissen und den zu deren Vervielfältigung ausschließlich bestimmten Vorrichtungen. Ist nur ein Teil des Werkes widerrechtlich hergestellt, verbreitet oder vorgeführt, so ist auf Vernichtung dieses Teiles und der entsprechenden Vorrichtungen zu erkennen.

(2) Gegenstand der Vernichtung sind alle Exemplare und Vorrichtungen, welche sich im Eigentume der an der Herstellung, der Verbreitung, der Vorführung oder der Schaustellung Beteiligten sowie der Erben dieser Personen befinden.

(3) Auf die Vernichtung ist auch dann zu erkennen, wenn die Herstellung, die Verbreitung, die Vorführung oder die Schaustellung weder vorsätzlich noch fahrlässig erfolgt. Das gleiche gilt, wenn die Herstellung noch nicht vollendet ist.

(4) Die Vernichtung hat zu erfolgen, nachdem dem Eigentümer gegenüber rechtskräftig darauf erkannt ist. Soweit die Exemplare oder die Vorrichtungen in anderer Weise als durch Vernichtung unschädlich gemacht werden können, hat dies zu geschehen, falls der Eigentümer die Kosten übernimmt.

(5) Vorstehende Bestimmungen finden auf Bauwerke keine Anwendung.

Übernahme durch den Verletzten

§ 38. Der Verletzte kann statt der Vernichtung verlangen, daß ihm das Recht zuerkannt wird, die Exemplare und Vorrichtungen ganz oder teilweise gegen eine angemessene, höchstens dem Betrage der Herstellungskosten gleichkommende Vergütung zu übernehmen.

Vergütung an den Verletzten

§ 39. (1) Unterliegt auf Grund des § 37 Abs. 1 ein Sammelwerk oder eine sonstige, aus mehreren verbundenen Werken bestehende Sammlung nur zum Teil der Vernichtung, so kann der Eigentümer von Exemplaren, die Gegenstand der Vernichtung sein würden, beantragen, daß ihm die Befugnis zugesprochen werde, die Vernichtung durch Zahlung einer Vergütung an den Verletzten abzuwenden und die Exemplare gewerbsmäßig zu verbreiten. Der Antrag ist unzulässig, wenn der Eigentümer die ausschließliche Befugnis des Urhebers vorsätzlich oder fahrlässig verletzt hat.

(2) Das Gericht kann dem Antrag entsprechen, sofern durch die Vernichtung dem Eigentümer ein unverhältnismäßiger Schaden entstehen würde. Den Betrag der Vergütung bestimmt das Gericht nach billigem Ermessen.

(3) Auf die Vernichtung eines den Vorschriften der §§ 22, 23 zuwider verbreiteten oder zur Schau gestellten Bildnisses finden diese Vorschriften keine Anwendung.

Plagiat

§ 40. Wer der Vorschrift des § 19 Abs. 2 zuwider unterläßt, die benutzte Quelle anzugeben, wird mit Geldstrafe bis zu einhundertfünfzig Deutsche Mark bestraft.

Strafantrag

§ 41. Die Strafverfolgung in den Fällen der §§ 32, 33, 40 tritt nur auf Antrag ein. Die Zurücknahme des Antrags ist zulässig.

Zivil- oder Strafverfahren

§ 42. Die Vernichtung der Exemplare und der Vorrichtungen kann im Wege des bürgerlichen Rechtsstreits oder im Strafverfahren verfolgt werden.

Vernichtung nur auf Antrag

§ 43. (1) Auf die Vernichtung von Exemplaren oder Vorrichtungen kann auch im Strafverfahren nur auf besonderen Antrag des Verletzten erkannt werden. Die Zurücknahme des Antrags ist bis zur erfolgten Vernichtung zulässig.

(2) Der Verletzte kann die Vernichtung von Exemplaren oder Vorrichtungen selbständig verfolgen. In diesem Falle finden die §§ 477 bis 479 der Strafprozeßordnung mit der Maßgabe Anwendung, daß der Verletzte als Privatkläger auftreten kann.

Recht auf Übernahme

§ 44. Die §§ 42, 43 finden auf die Verfolgung des im § 38 bezeichneten Rechtes entsprechende Anwendung.

Weitere Verfahrensvorschriften bei Vernichtungsverfahren

§ 45. (1) Der im § 39 bezeichnete Antrag ist, falls ein auf die Vernichtung gerichtetes Verfahren bereits anhängig ist, in diesem Verfahren zu stellen. Ist ein Verfahren noch nicht anhängig, so kann der Antrag nur im Wege des bürgerlichen Rechtsstreits bei dem Gericht angebracht werden, das für den Antrag auf Vernichtung der Exemplare zuständig ist.

(2) Dem Eigentümer kann im Wege einer einstweiligen Anordnung gestattet werden, die Vernichtung durch Sicherheitsleistung abzuwenden und die Exemplare gewerbsmäßig zu verbreiten; soll die Anordnung im Wege des bürgerlichen Rechtsstreits getroffen werden, so finden die Vorschriften über die einstweiligen Verfügungen Anwendung.

(3) Wird dem Eigentümer nicht die Befugnis zugesprochen, die Vernichtung durch Zahlung einer Vergütung an den Verletzten abzuwenden und die Exemplare gewerbsmäßig zu verbreiten, so hat er, soweit auf Grund der einstweiligen Anordnung Exemplare von ihm verbreitet worden sind, dem Verletzten eine Vergütung zu gewähren. Den Betrag der Vergütung bestimmt das Gericht nach billigem Ermessen.

Sachverständigenkammern

§ 46. (1) Für sämtliche Bundesstaaten sollen Sachverständigenkammern bestehen, die verpflichtet sind, auf Erfordern der Gerichte und der Staatsanwaltschaften Gutachten über die an sie gerichteten Fragen abzugeben.

(2) Die Sachverständigenkammern sind befugt, auf Anrufen der Beteiligten über Schadensersatzansprüche, über die Vernichtung von Exemplaren oder Vorrichtungen sowie über die Zuerkennung des im § 38 bezeichneten Rechtes als Schiedsrichter zu verhandeln und zu entscheiden.

(3) Der Reichsminister der Justiz erläßt die Bestimmungen über die Zusammensetzung und den Geschäftsbetrieb der Sachverständigenkammern.

(4) Die einzelnen Mitglieder der Sachverständigenkammern sollen nicht ohne ihre Zustimmung und nicht ohne Genehmigung des Vorsitzenden von den Gerichten als Sachverständige vernommen werden.

Verjährungsvorschriften (§§ 47 bis 49)

§ 47. (1) Der Anspruch auf Schadensersatz und die Strafverfolgung wegen widerrechtlicher Vervielfältigung verjähren in drei Jahren.

(2) Die Verjährung beginnt mit dem Tage, an welchem die Vervielfältigung vollendet ist. Ist die Vervielfältigung zum Zwecke der Verbreitung bewirkt, so beginnt die Verjährung erst mit dem Tage, an welchem eine Verbreitung stattgefunden hat.

§ 48. (1) Der Anspruch auf Schadensersatz und die Strafverfolgung wegen widerrechtlicher Verbreitung oder Vorführung eines Werkes sowie die Strafverfolgung wegen widerrechtlicher Verbreitung oder Schaufstellung eines Bildnisses verjähren in drei Jahren.

(2) Die Verjährung beginnt mit dem Tage, an welchem die widerrechtliche Handlung zuletzt stattgefunden hat.

§ 49. Die Verjährung der nach § 40 strafbaren Handlung beginnt mit dem Tage, an welchem die erste Verbreitung stattgefunden hat.

Erlöschen des Antragsrechts auf Vernichtung

§ 50. Der Antrag auf Vernichtung der Exemplare und der Vorrichtungen ist solange zulässig, als solche Exemplare oder Vorrichtungen vorhanden sind.

Fünfter Abschnitt. Schlußbestimmungen

Schutz der Reichsangehörigen und Ausländer

§ 51. (1) Den Schutz des Urhebers genießen die Reichsangehörigen für alle ihre Werke, gleichviel ob diese erschienen sind oder nicht.

(2) Wer nicht Reichsangehöriger ist, genießt den Schutz für jedes seiner Werke, das im Inland erscheint, sofern er nicht das Werk an einem früheren Tage im Ausland hat erscheinen lassen.

Zuständigkeit des Reichsgerichtes

§ 52. In bürgerlichen Rechtsstreitigkeiten, in welchen durch Klage oder Widerklage ein Anspruch auf Grund der Vorschriften dieses Gesetzes geltend gemacht ist, wird die Verhandlung und Entscheidung letzter Instanz im Sinne des § 8 des Einführungsgesetzes zum Gerichtsverfassungsgesetze dem Reichsgerichte zugewiesen.

Übergangsvorschriften (§§ 53, 54)

§ 53. (1) Die ausschließlichen Befugnisse des Urhebers eines Werkes, das zur Zeit des Inkrafttretens dieses Gesetzes geschützt ist, bestimmen sich nach dessen Vorschriften. Auf ein Werk der Photographie, das bei dem Inkrafttreten des Gesetzes noch nicht erschienen war, finden dessen Vorschriften auch dann Anwendung, wenn die bisherige Schutzfrist abgelaufen ist.

(2) Wer in seinem Geschäftsbetriebe vor dem Inkrafttreten des Gesetzes erlaubterweise ein Werk zur Bezeichnung, Ausstattung oder Ankündigung von Waren benutzt hat, darf das Werk auch ferner zu diesem Zwecke benutzen.

(3) Ist ein erschienenes Werk bereits vor dem Inkrafttreten des Gesetzes gewerbsmäßig mittels mechanischer oder optischer Einrichtungen vorgeführt worden, so genießt es den Schutz gegen unerlaubte Vorführung nicht.

§ 54. Soweit eine Vervielfältigung, die nach dem Inkrafttreten dieses Gesetzes unzulässig ist, bisher erlaubt war, dürfen die vorhandenen Vorrichtungen, wie Formen, Platten, Steine, noch bis zum Ablaufe von drei Jahren benutzt

werden. Vorrichtungen, deren Herstellung begonnen war, dürfen fertiggestellt und bis zu demselben Zeitpunkte benutzt werden. Die Verbreitung der gemäß dieser Vorschriften hergestellten sowie der bereits vor dem Inkrafttreten des Gesetzes vollendeten Exemplare ist zulässig.

Inkrafttreten

§ 55. (1) Das Gesetz tritt mit dem 1. Juli 1907 in Kraft.

(2) Mit demselben Tage treten außer Kraft die §§ 1 bis 16, 20, 21 des Gesetzes, betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste, vom 9. Januar 1876 (RGBl. S. 4) sowie das Gesetz, betreffend den Schutz der Photographien gegen unbefugte Nachbildung, vom 10. Januar 1876 (RGBl. S. 8).

Das KUG schützt eine Fotografie grundsätzlich. Es ist dabei gleichgültig, ob das Foto signiert, ob der Urheber bekannt ist oder nicht. Allerdings sagt das Gesetz nichts darüber, *wer* Urheber sein kann. Jedoch hat man sich über dieses Thema ausführlich ausgelassen, als der Gesetzentwurf seinerzeit dem Reichstag präsentiert wurde. In der Begründung des KUG hieß es, daß der Urheber nicht unbedingt und höchstpersönlich bei der Aufnahme eines Fotos, bei der Verarbeitung im Labor aktiv werden muß. Er kann auch andere Personen für sich arbeiten lassen, die dann aber seinen Anweisungen gefolgt sein müssen. Daraus ergibt sich, warum festangestellte oder auch für einen Einzelfall festverpflichtete Fotografen mit einem klaren Auftrag nicht Urheber im juristischen Sinne sein müssen. Der § 8 KUG erläutert weiterhin den Grenzfall der *Miturheberschaft*. Dabei geht es jedoch um wirklich *selbständige* und *wesentliche* Teilarbeit. Die Durchführung mechanischer Hilfsarbeiten (z. B. als Laborant) berechtigt nicht dazu, die Rechte eines Miturhebers auszuüben.

Zu § 5: Um zu verhindern, daß der Herausgeber des Gesamtwerkes als Urheber aller nicht gezeichneten Beiträge angesehen wird (was dem Wortlaut des Gesetzes nach zwangsläufig der Fall ist), müssen die Namen der Urheber der einzelnen Beiträge angegeben werden. Diese Auslegung wird von prominenten Juristen bestätigt, die das KUG kommentiert haben. Osterrieth hebt außerdem hervor, daß es nicht genügt, wenn an Stelle des Namens „gewisse Zeichen“ erscheinen, unter denen in engeren Kreisen der wirkliche Verfasser bekannt ist.

Zu § 10: Im Absatz 3 ist von beschränkter und unbeschränkter Übertragung des Rechtes die Rede. Hat man das unbeschränkte Urheberrecht abgetreten, so besitzt man für die Zeit der Schutzdauer (s. § 26) keine Möglichkeit mehr, das Foto zu vervielfältigen, zu verbreiten oder auch als Diapositiv vorzuführen. Wird nichts anderes vereinbart, so darf ein Foto nur einmal veröffentlicht werden. Jedes weitere Erscheinen — auch in einer späteren Ausgabe der gleichen Zeitung oder in einer anderen Publikation des gleichen Verlages — ohne Genehmigung des Urhebers ist unzulässig. Zur Begründung ließen sich in diesem Falle auch die §§ 41 und 42 des Verlagsgesetzes vom 19. Juni 1901 heranziehen. Dort wird nämlich gesagt, daß lediglich aus der Überlassung eines Beitrages zum Zwecke der Veröffentlichung in einem periodischen Sammelwerk nicht zu folgern sei, daß der Verfasser sein Verfügungsrecht völlig aufgegeben hat. Es sei denn, man könnte aus den Umständen etwas anderes entnehmen. — Häufig muß man beim Verkauf Reverse unterschreiben, die eine bestimmte Form der Abtretung der Rechte vorsehen. Dabei muß man Aufmerksamkeit walten lassen! Was man sich an seinen Rechten als Urheber abhandeln läßt, muß man an Honoraren heraufhandeln. In vielen Fällen wird man gar nicht das unbeschränkte Recht vom Fotografen erwerben wollen. — Er kann z. B. auch die alleinigen Druckrechte verkaufen. Dann bleibt die Möglichkeit zur Auswertung als Dia z. B. für Vorträge,

des Verkaufes an Postkartenverlage oder auch an interessierte Privatleute dem Urheber erhalten.

Der Absatz 4 des § 10 klärt eine Frage, die gelegentlich auftauchen kann: Wem gehört das Negativ? Ganz klar wird hier gesagt, daß das Eigentum an einem Werk das Urheberrecht nicht einschließen muß. In der Begründung des dem Reichstag vorgelegten Gesetzentwurfes (Drucksachen des Reichstages. 11. Legislaturperiode, 1905/06, Nr. 30, S. 18) heißt es: „Weder wird an sich durch die Überlassung des Negativs das Urheberrecht übertragen noch durch den Übergang des Urheberrechts das Eigentum am Negativ berührt. In allen diesen Fällen entscheiden die besonderen Umstände, in erster Linie also die ausdrücklichen Abmachungen der Beteiligten.“

Zu § 11: Der Absatz 1 ist viel diskutiert worden. Die vielleicht vorhandene Unklarheit schwindet, wenn man sich überlegt, in welchem Umfang der Verleger periodischer Sammelwerke an einem ausschließlichen Recht interessiert ist. Unter dieser Ausschließlichkeit kann eigentlich nur verstanden werden, daß das Foto nicht woanders erscheinen darf, solange die erste Publikation noch aktuell ist. Etwas anderes hätte kaum Sinn. Deshalb wurde auch der Absatz 2 besonders ausgeführt.

Zu § 12: Ohne weiteres ist es z. B. dem Käufer eines Fotos also nicht gestattet, bei der Veröffentlichung des Bildes (durch Retuschen, Montagen usw.) grundlegende Änderungen vorzunehmen. Es ist ihm gleichfalls nicht erlaubt, die Bezeichnung des Urhebers zu ändern oder gar wegzulassen (!).

Zu § 13: Wird dies vom Fotografen gewünscht, so muß sein Name bei einer Veröffentlichung verschwiegen werden.

Zu § 15: Absatz 2 ist für Fotoreporter besonders wichtig, die ja häufig genug Kunstwerke (Skulpturen, Gemälde usw.) fotografieren. Fotos dieser Art wären ohne Absatz 2 schutzlos. So genießt aber auch der „Nachbildner“ für diese Aufnahmen einen selbständigen Schutz. Allerdings darf man (das Bestehen eines Urheberrechtsschutzes für das Original vorausgesetzt) das „neue“ Urheberrecht nur ausüben, wenn der Original-Urheber dies erlaubt bzw. wenn die Schutzdauer seines Werkes abgelaufen ist. — Die im § 26 angegebene Schutzdauer bezieht sich auch auf Nachbildungen. — Veranlaßt ein Maler oder Zeichner einen Fotografen zur Anfertigung von Fotos von seinen Werken, so erhält der Künstler praktisch auch das Urheberrecht an den Fotos, während die Negative im Besitz des Fotografen bleiben.

Zu § 16: Zeichner können Fotos als Vorlage benutzen, wenn sie damit eine „eigentümliche Schöpfung“ hervorbringen. Also etwa eine Karrikatur. Ein bloßes „Abzeichnen“ ist nicht zulässig.

Zu § 20: Der Begriff der Öffentlichkeit wird nicht etwa vom Wegerecht, sondern davon bestimmt, ob das Publikum dort Zugang hat. Privatstraßen und Friedhöfe sind nach der Begründung des Gesetzes ebenfalls öffentlich.

Zu § 22: Das „Recht am eigenen Bild“ ist bekanntlich eines der beliebtesten Diskussions-themen. Das Seltsame dabei ist nur, daß es im Grunde gar nicht in das KUG gehört, sondern eigentlich Bestandteil eines Persönlichkeitsrechtes sein sollte. Aber irgendwie mußte man die Mitmenschen vor unbegrenzter Verbreitung ihrer Bildnisse bewahren, und so kam es zu diesem KUG-Paragrafen. Manche Formulierung ist nicht ganz eindeutig, und schon bei der Beratung des Gesetzes vor dem Reichstag bemängelte man ihre Mißverständlichkeit.

Nach den §§ 15 und 22 müssen vor der Veröffentlichung eines Fotos einer Person (soweit nicht Ausnahmen nach §§ 23 und 24 vorliegen) sowohl der Fotograf als auch der Abgebildete ihre Erlaubnis erteilen. Auch der Dargestellte darf also ohne Genehmigung des Fotografen sein Bild nicht für Veröffentlichungszwecke hergeben. Wenn man als Fotograf einem Porträtierten z. B. ein paar Abzüge gibt, kann man deshalb mit Fug und Recht den Vermerk „Veröffentlichung nicht zulässig“ anbringen (Stempel!). Andererseits darf der Fotograf ohne Erlaubnis des Dargestellten dessen Bild nicht verbreiten. Das Urheberrecht steht dem Fotografen jedoch allein zu, wenn der Abgebildete dafür, daß er sich zur Verfügung stellte, entlohnt wurde. Diese Entlohnung muß nicht mit barem Geld erfolgen. Sie kann u. U. auch in einigen Vergrößerungen bestehen. Eine Genehmigung des Dargestellten zur Verbreitung seines Bildes gilt übrigens nach der Begründung zu § 22 als erteilt, wenn die betreffende Person gegen die Aufnahme in keiner Weise protestierte und den Umständen nach anzunehmen war, daß das Foto zur Veröffentlichung bestimmt sein sollte.

Zu §§ 23 und 24: Der Begriff „Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte“ ist dahin zu verstehen, daß es sich hierbei um die Veröffentlichung des Bildes einer Person handelt, die zum Zeitpunkt der Abbildung eine bemerkenswerte Stellung im Bereich des öffentlichen Interesses einnahm. Ein solcher Fall kann aber auch durch eine einmalige besondere Tat eintreten (z. B. bei Erfindern, Lebensrettern usw.). Es würde allerdings den Vernunftsgründen widersprechen, wenn man eine etwa durch einen Unfall oder ein Verbrechen für kurze Zeit bekannt gewordene Person für das ganze Leben eines so wichtigen Persönlichkeitsrechtes, wie es das Recht am eigenen Bild ist, berauben wollte.

Auch Personen, die der Zeitgeschichte angehören, dürfen nie in einer Weise abgebildet werden, die ihren berechtigten Interessen widersprechen würde. Andererseits schützt das Gesetz die Überempfindlichen nicht. Der Schutz bezieht sich nur auf wirkliche Interessenschädigung. Wenn man beispielsweise einen beliebigen jungen Mann beim sportlichen Training fotografiert und anschließend sein Bild veröffentlicht, wird er kaum irgendwelchen Schaden nachweisen können. Er müßte in diesem Fall auch nicht als Privatperson, sondern als Vertreter seines Sportzweiges und damit gewissermaßen als Zeitgestalt angesehen werden. Voraussetzung ist natürlich, daß ihn auch die Bildunterschrift nicht verletzen oder schädigen kann. Wird das Bild etwa mit dem Text „Hier einer jener unreifen Burschen, die auf dem Sportplatz ihre Knochen riskieren“ versehen, kann er selbstverständlich Protest einlegen.

Der § 24 wurde im Hinblick auf Steckbriefe und Fahndungsblätter aufgenommen.

Zu § 32: Das Gesetz bezieht sich nur auf das Erzeugnis, d. h. auf das Negativ und die Abzüge, nicht aber auf den einer Aufnahme zugrunde liegenden Gedanken. Das ist bedauerlich, aber bis zum heutigen Tage nicht geändert worden. So kann jeder, der Lust dazu hat, eine Aufnahme „nachfotografieren“. Er kann die gleiche Idee, den gleichen Aufbau verwenden und bleibt straflos, wenn sein Plagiat auch nur in einem winzigen Detail vom „Vorbild“ abweicht. Die Filmleute sind da glücklicher — für sie hat man wenigstens den § 15a geschaffen. Eine Reform des immerhin aus dem Jahre 1907 stammenden URG wäre hier durchaus angebracht.

Wie wird gedruckt?

Was geschieht mit den Fotos, nachdem sie von einer Redaktion angekauft wurden? Zwar ist mit dem Verkauf eines Bildes die eigentliche Tätigkeit des Fotoreporters beendet, doch erfährt sie erst durch die Veröffentlichung einer Aufnahme ihre Krönung.

Zwischen dem Ankauf eines Fotos und seiner Veröffentlichung liegt die Arbeit der Redaktion und der „Technik“. Zunächst einmal legt der Bildredakteur fest, an welcher Stelle des Blattes, in welchem Ausschnitt und in welchen Abmessungen das Bild gedruckt werden soll. Sodann wird das Foto dem Positiv-Retuscheur übergeben, dessen Handwerkszeug aus Deckfarben, Pinseln und der Spritzpistole besteht. Damit beseitigt er auf dem Bild alle Mängel, die durch ungünstige Aufnahmebedingungen oder unsauberes Arbeiten beim Vergrößern entstanden sind. (Daß man durch geschickte Positiv-Retusche auch Dinge verschwinden lassen oder auf das Foto zaubern kann, ist kein Geheimnis.) Schließlich ist auch diese Arbeit beendet, und die Herstellung der „Autotypie“ kann beginnen. Vorher jedoch wollen wir einen kurzen Blick auf die historische Entwicklung tun.

Die Vervielfältigung von Abbildungen wurde natürlich schon seit Menschengedenken versucht, mit verschiedenen Mitteln erreicht und besonders seit Gutenbergs Erfindung beweglicher Drucklettern zur Illustration von Texten betrieben. Man arbeitete dabei mit verschiedenerlei Material und dem bekannten Prinzip des Linoleum-Schnittes, der jedem Leser aus der Schulzeit bekannt ist. Eine neue, zeitsparende und weniger mühsame Methode fand erst der Franzose Gillot, dem es 1850 gelang, Druckplatten für den Abdruck von Abbildungen auf foto-mechanischem Wege herzustellen. Sein Verfahren hatte — wie auch die rein mechanischen Verfahren der Vergangenheit — einen Nachteil: die Wiedergabe der Halbtöne (also der zwischen Schwarz und Weiß liegenden grauen Tonabstufungen) war nicht möglich oder mußte mit Hilfe verschiedener Kniffe vorgetäuscht werden. So hat es beispielsweise hervorragende Ton-Holzschnitte gegeben, bei denen man in mühsamer Arbeit die Halbtöne säuberlich in schwarze und weiße Punkte „übersetzte“, die — insgesamt betrachtet — Flächeneinfärbungen von Schwarz über Grau nach Weiß ergaben.

„Mit Hochdruck“

1878 eröffnete Georg Meisenbach in München einen Betrieb, in dem nach dem Verfahren Gillots Druckplatten angefertigt wurden. Meisenbach beschäftigte sich außerdem mit dem Problem der originalgetreuen Wiedergabe von Halbton-Vorlagen und hatte 1881 Erfolg: in diesem Jahr gelang ihm die Herstellung der ersten „Autotypie“. Er fertigte also den ersten auf fotografischem Wege erzeugten Bildstock an, dessen Abdruck in den Tonwerten der Original-Vorlage in jeder Einzelheit entsprach. Nach dem Prinzip des Meisenbachschen Verfahrens werden auch heute noch die Druckstöcke zum Abdruck von Fotos hergestellt oder — wie man sagt — die Fotografien klischiert.

Zunächst wird die Abbildung, von der eine Autotypie angefertigt werden soll, mit Hilfe einer Kamera reproduziert. An Stelle eines Filmes enthält der Apparat meist eine Foto-Platte, deren lichtempfindliche Schicht sich die Reproduktions-Fotografen auch heute noch häufig selbst herstellen. Vor diese Platte schaltet man den „Raster“. Der Raster ist ein in eine Glasplatte geätztes engmaschiges Netz, durch das die von der Vorlage, dem Original-Bild, zurückgeworfenen Lichtstrahlen hindurch müssen, um zum Negativ zu gelangen. Die Weite der Rasterlinien wird nach der Zahl dieser Linien pro Quadrat-zentimeter gemessen. Für den Druck auf Kunstdruckpapier nimmt man einen feinen (engen) Raster von etwa 70 Linien — beim Zeitungsdruck kommt man unter Umständen mit einem „25er Raster“ aus. Dazwischen liegen für jede Papierqualität und -glätte bestimmte Rasterweiten. Bei der Aufnahme mit der „Repro-Kamera“ wird nun von den hellsten Stellen der Vorlage das meiste Licht reflektiert, das wirksam durch das Raster-netz dringt. Die Platte wird an diesen Stellen infolgedessen stark getroffen — der Raster wird soweit wirksam, daß im entwickelten Negativ winzige, durchsichtige Pünktchen in einer tiefschwarzen Fläche sichtbar sind. Von den dunkelsten Stellen der Vorlage hin-gegen wird nur wenig Licht reflektiert, das — nachdem es durch das Rasternetz gedrungen ist — kleinste schwarze Punkte im Negativ erzeugt. Die Stellen der Vorlage, die zwischen den Extremen „Hell“ und „Dunkel“ liegen, ergeben abgestuft auf dem Negativ ent-sprechende Erscheinungen. Von diesen Pünktchen wird später noch einmal die Rede sein.

Inzwischen ist eine Kupferplatte mit einer lichtempfindlichen Schicht aus Fischleim und Ammoniumbichromat übergossen worden. Nach dem Trocknen wird das entwickelte „Repro-Negativ“ aufkopiert, diese Kopie entwickelt, mit Methylviolett eingefärbt und schließlich die Platte über Gas erhitzt. Dieser Vorgang des „Einbrennens“ ist abgeschlossen, wenn die Kopie eine braune Farbe annimmt. Jetzt ist der Augenblick für den Ätzer ge-kommen, der die Platte mit Eisenchlorid behandelt und zunächst leicht „anätzt“. Sodann überdeckt er die Bildtiefen, die nicht weiter geätzt werden sollen, mit Asphaltlack, ätzt wieder, deckt ab, ätzt usw., bis die Platte der Originalvorlage entspricht. Eine Reihe weiterer Arbeitsgänge sorgt für eine exakte Durcharbeitung auch des kleinsten Details. Danach liegt die fertige Druckplatte vor. Man kann übrigens statt Kupferplatten auch solche aus Zink oder Messing verwenden — am Prinzip ändert dies nichts. Ein tüchtiges Unternehmen schafft — wenn es sein muß — die Herstellung einer „Auto“ nach Ein-treffen der Vorlage in 2—3 Stunden. Am besten sieht man sich den ganzen Vorgang der Autotypie-Herstellung einmal in der Praxis an, wenn sich gerade die Gelegenheit dazu ergibt.

„Stereos“ und „Galvanos“

Eine Autotypie ist recht strapazierfähig, aber unbeschränkt lange kann man sie nicht benutzen. Vor allem Bildplatten mit feinem Raster nutzen sich im Druck rasch ab. Man hat deshalb die Stereotypie erfunden, die Vervielfältigung der Autotypie. Die Bildplatte wird in angefeuchtetem Karton abgeprägt, den man nach dem Auftrocknen mit einer Bleilegierung fast beliebig oft ausgießen kann. Das Ergebnis: ein getreues Ebenbild der Autotypie.

Der vornehmere Vetter der Stereotypie ist das Galvano. Wir denken dabei unwill-kürlich an die „galvanisierten“ Erinnerungsstücke, die um die Jahrhundertwende große

Mode und in den Vitrinen unserer Großeltern zu sehen waren. Tatsächlich hat das Galvano einiges damit zu tun. Irgendeine weiche Masse — man nimmt meist Wachs oder Weichblei — wird gleichmäßig in dicker Schicht auf eine Bleiplatte aufgetragen und mit feinem Graphitpulver gepudert. In diese Schicht hinein wird der ebenfalls graphitierte Bildstock geprägt, so daß eine Matrize entsteht, die in ein galvanisches Bad gebracht wird. Hier hängt sie — unter Strom gesetzt — in einer Kupfervitriol-Schwefelsäurelösung einer Kupferplatte gegenüber, die als Anode fungiert. Auf der durch den Graphit-Überzug leitend gemachten Matrize bildet sich jetzt ein Kupferüberzug, der eine bestimmte Stärke erreichen muß. Von diesem Kupferüberzug, dem eigentlichen Galvano, wird dann gedruckt, nachdem man durch verschiedene Kunstgriffe für das Verschwinden der ursprünglichen Matrizensubstanz und für Stabilisierung gesorgt hat. Wie bei allen technischen Vorgängen sind natürlich auch hier zahlreiche Abwandlungen möglich und in Gebrauch.

Gedruckt wird von der Autotypie und ihren beiden Abkömmlingen, der Stereotypie und dem Galvano, im Hochdruck-Verfahren. Die Teile, die drucken und auf dem Papier in ihrer Gesamtheit das Bild ergeben sollen, sind erhaben. Nur sie werden von den Farbwalzen berührt und eingefärbt. Alle anderen, tieferliegenden Stellen bleiben ohne Farbe, lassen beim Druck das Papier unbedruckt und tragen auf diese Weise ebenfalls zur Darstellung des Bildes bei. Sie erinnern sich doch noch an die Pünktchen, die wir vorhin im Negativ bewunderten? Jetzt, nach dem Druck, treffen wir sie wieder. Sie machen sich entweder furchtbar breit (und zwar dort, wo wir im Negativ nur winzige schwarze Punkte sahen) und vermitteln so den Eindruck dunkler Flächen — dem Original entsprechend. An anderer Stelle sind sie bescheidener und lassen dem Papier-Untergrund den Vortritt — hier erscheint das Bild heller. Ein Blick durch die Lupe auf einen Rasterdruck verdeutlicht ihre Wirkungsweise auf das Auge.

„Materndienste“ für Sparsame

Nicht jede Zeitung kann sich begreiflicherweise den kostspieligen Apparat und die teuren Fachkräfte für die Klischee-Herstellung leisten. Aus dieser Tatsache ziehen seit Jahren Unternehmen Nutzen, die sich Bilder aus aller Welt beschaffen und einen „Matern-Dienst“ herausgeben, der ihnen von kleineren Zeitungen gegen Zahlung einer monatlichen Pauschalsumme abgenommen wird. Statt der Bilder liefert der Materndienst also an seine Kunden die Abprägungen von Autotypien in Karton (denn Pappe ist leicht), um eine Stereotypie als Druckplatte zu erhalten.

Nach dem Kriege hat sich ein Verfahren durchgesetzt, das sogar das Herstellen der Stereotypie im eigenen Hause überflüssig macht: der Zeitung wird das druckfertige Klischee geliefert. Eine zentrale Stelle beschafft sich wiederum Bilder und stellt Originalätzungen her, von denen Matrizen abgeprägt werden. Von diesen können — und das ist das Neue — druckfertige Klischees mit Hilfe von Kunststoff abgenommen werden. Diese „Kunststoff-Pressbilder“ — wie man sie nennt — gehen dann an die Zeitungen. Sie sind nur einen halben Millimeter stark, können mit der Schere beschnitten und, da sie ja biegsam sind, im Flachdruck oder auf Rotationszylindern von beliebigem Durchmesser verwendet werden. Dort, wo die Klischees in der Druckform stehen sollen, werden Flächen vorbereitet, deren Niveau genau einen halben Millimeter tiefer als das übrige Schriftbild

liegt. Auf diesen Flächen werden die auf ihrer Rückseite rauhen Kunststoffklischees mit einer Art zweiseitig gummierten Leukoplast-Streifens aufgeklebt. Die Klischees aus Kunststoff sind dauerhafter als Metallbildstöcke und ergeben bei sorgfältiger Arbeit Drucke, die von Original-Ätzungen zu stammen scheinen. Da das Hauptanwendungsgebiet im Zeitungsdruck liegt, wird allgemein der übliche Zeitungsraster verwendet. Feine Raster sind jedoch möglich.

Allerdings ist die Herstellung der Kunststoff-Klischees nicht ganz billig, so daß sie erst rentabel wird, wenn man größere Mengen benötigt, wenn also eine ansehnliche Zahl von Zeitungen beliefert wird.

Andernfalls sind die althergebrachten Verfahren billiger. Der entscheidende Vorteil der Kunststoff-Klischees liegt darin, daß die Zeitungsdruckerei sofort nach dem Eintreffen der Sendung mit dem Druck beginnen und Zeit und Arbeit (Gießen einer Stereotypie!) sparen kann. Außerdem ist dem Redakteur der Zeitung die Möglichkeit gegeben, an dem Klischee so lange mit der Schere herumzuschneiden, bis er einen ihm zusagenden Bildausschnitt gefunden hat. Denn das ist der Nachteil eines Materndienstes: alle angeschlossenen Zeitungen bekommen die gleichen Bilder, die sie in gleicher Größe, im gleichen Ausschnitt bringen müssen. Das ist bei den Kunststoff-Klischees nicht nötig.

Wir gehen in die Tiefe

Bisher war nur vom „Hochdruck“ die Rede, und es wurde erklärt, warum dieses Verfahren so heißt. Beim „Tiefdruck“ — dem zweiten wichtigen Druckverfahren — wird nach einem anderen Prinzip gearbeitet. Nicht die erhabenen Stellen der Bildplatte drucken das Bild, sondern die, welche vertieft zwischen den bildfreien Flächen liegen. Auch dieses Verfahren ist schon recht alt. Es wurde vom Maler Karl Klietsch entwickelt, an dessen Technik bis zum heutigen Tage nichts Wesentliches geändert wurde. Man hat den Tiefdruck lange Zeit für den Stoffdruck verwendet, ohne auf die naheliegende Idee der Ausnutzung für den Papierdruck zu kommen. Deshalb war es eine ausgesprochene Sensation, als Dr. Mertens zu Ostern 1910 eine Sondernummer der Freiburger Zeitung mit Tiefdruckbildern herausbrachte.

Die offizielle Bezeichnung des Verfahrens lautet „Rakeltiefdruck“. Die Rakel ist eine Art Lineal, das beim Druck über den Formzylinder hin- und hergleitet und die überschüssige, dünnflüssige Tiefdruckfarbe abstreicht, die nicht schon in die Vertiefungen der Form gelangt ist. Populärer ist das Verfahren indessen unter dem Namen „Kupfertiefdruck“ geworden.

Zunächst versuchte man den Druck mit Flachplatten, kam dann aber bald auf die Verwendung von Kupferwalzen. Zunächst wird von der Originalvorlage ein Halbton-Negativ angefertigt und retuschiert. Danach stellt man durch direktes Kopieren ein Diapositiv her, das wiederum von einem Retuscheur überarbeitet wird. Jetzt überträgt man auf lichtempfindliches rotes Pigmentpapier auf fotografischem Wege den Tiefdruckraster, der — wie wir sehen werden — andere Aufgaben als der Hochdruckraster zu erfüllen hat. Schließlich wird auch noch das Diapositiv auf das Pigmentpapier kopiert. Die ganze Vorrichtung quetscht man auf den Kupferzylinder auf, was nicht ganz einfach ist, da sich die angefeuchtete Kopie nicht nach den Seiten verziehen darf. Dann erst wird die Kopie in

warmem Wasser entwickelt und das Papier abgezogen. Alles, was nicht mitdrucken soll, erhält einen Überzug mit Asphaltlack, während die anderen Stellen mit Eisenchlorid geätzt werden. Nach der Ätzung sieht man dann: das Bild ist mit einem Rasternetz überzogen, dessen Linien mit der Oberfläche des Zylinders abschließen. Die quadratischen Zwischenräume zwischen den Linien sind gleich groß, aber verschieden tief. Beim Druck läuft meist der ganze Zylinder durch einen Trog mit Farbe, die Rakel gleitet auf der Oberfläche der Rasterlinien hin und her und streicht die überschüssige Farbe ab, während sich in den Zwischenräumen je nach der Tiefe verschieden viel Farbe ansammelt. Infolgedessen erfolgt auch die Abgabe der Farbe an das Papier ungleichmäßig und je nach der Tiefe der Rasternäpfchen. Sind sie flach und enthalten wenig Farbe, scheint der Papierton durch — diese Stellen erscheinen uns hell. Sind sie tief und mit viel Farbe gefüllt, wird der Abdruck dunkler. Das alles ergibt einen Bildabdruck mit einer verschieden starken Farbschicht auf dem Papier und entsprechenden Tonabstufungen.

Wasser contra Fett

Als drittes Druckverfahren interessiert uns der Offset-Druck, eine Flachdrucktechnik. Das Bild liegt weder erhaben noch vertieft, sondern direkt auf der Bildplatte. Das Funktionieren wird durch die Tatsache ermöglicht, daß Fett und Wasser einander abstoßen. Charakteristisch ist weiterhin die Verwendung eines Gummituches, auf welches das Bild beim Druck abgesetzt (off-set) und erst dann auf das Papier übertragen wird. Auch diese Methode des indirekten Druckens war schon lange im Blechdruck üblich, ehe jemand auf den Gedanken kam, sie auch im Papierdruck anzuwenden. Der Offset-Druck wurde 1904 von dem Amerikaner Rubel erfunden und drei Jahre später von Caspar Herrmann in Deutschland eingeführt.

Zur Übertragung des Bildes auf die Druckplatte hat man die verschiedensten Verfahren des Umdruckens und Kopierens entwickelt. Als Material für die Bildplatte wird ein poröser Werkstoff (Zink, Aluminium, auch Lithographiestein) verwendet, auf den man eine gerasterte Kopie überträgt und meist ganz leicht einätzt. Die bildfreien Stellen werden angefeuchtet — sie stoßen die fette Druckfarbe ab und drucken also nicht mit. Alle anderen Stellen nehmen die Farbe an und geben sie an das Gummituch weiter, das seinerseits für den Abdruck auf dem Papier sorgt. Jedesmal, bevor die Platte vor einem Druckgang eingefärbt wird, muß sie auch angefeuchtet werden. Im Gegensatz zum Tiefdruck erfolgt die Farbabgabe an das Papier wieder gleichmäßig in ihrer Stärke — also genau wie beim Hochdruck.

Die Rehabilitierung des Stichels

Die fotochemische Herstellung von Bildstöcken wurde entwickelt, als die Anfertigung der Platten mit dem Stichel weder mengen- noch qualitätsmäßig den Ansprüchen entsprach. Der Stichel in der Hand des Holzschneiders wurde durch die Mittel der Fotografie und der Chemie verdrängt. Qualität und Schnelligkeit: das wurde in einem dreiviertel Jahrhundert erreicht. Inzwischen aber haben Techniker und Physiker ein neues Verfahren ausgearbeitet, das den Stichel wieder zu Ehren kommen läßt. Die Elektro-Physik setzte

unter Verwendung des alten Prinzips der Bildstock-Schneider an die Stelle des Menschen den elektrisch gesteuerten Roboter und schuf ein Verfahren, das vielleicht einmal alle anderen Methoden verdrängen wird.

In Deutschland wurde nach diesem System der Klischograph entwickelt, der nach dem Arbeitsprinzip der Telebild-Sendegeräte eine Bildvorlage lichtelektrisch abtastet. Dabei entsteht ein Strom, der verstärkt wird und einen Gravierstichel steuert. Zur Erzeugung des notwendigen Rasters wird diesem Steuerstrom eine besondere Rasterfrequenz überlagert. Der Stichel graviert infolgedessen ein gerastertes Klischee, das „Klischogramm“, in dem — ähnlich wie bei der Autotypie — die Größe der druckenden Rasterelemente den Helligkeitswerten in der Bildvorlage entspricht. Als Klischee-Material verwendet man meist Kunststoff-Folien, aber auch Hartblei- und Aluminium-Platten. Die Kunststoff-Folien sind biegsam und können in der Druckerei wie die Kunststoff-Pressbilder verwendet werden. Sie halten Auflagen bis zu 200 000 aus. Sollen höhere Auflagen gedruckt werden, lassen sich die Folien bis zu zwanzigmal kalt matern.

Das Gravieren eines Klischogrammes dauert 18 Minuten — gegenüber den etwa drei Stunden, die zur Anfertigung einer Autotypie erforderlich sind. Allerdings ist bisher nur die Anfertigung von Klischogrammen möglich, die genauso groß wie die Bildvorlagen sind. Diese Übertragung im Maßstab 1:1 ist ein Nachteil: jede Vorlage muß zunächst mit den Mitteln der Fotografie auf die Größe gebracht werden, die das Klischogramm besitzen soll. Wenn eine Zeitung bei einem Fotoreporter Vergrößerungen bestellt, die „in ihren Abmessungen der Spaltenbreite unseres Blattes entsprechen“, so bedient sich der betreffende Verlag zur Herstellung der Bildstöcke eines Klischographen.

Mit dem Klischographen ist heute die Anfertigung von Rasterklischees mit 26er, 32er und 48er Raster möglich. Ein Spezialmodell gestattet die Herstellung von Strichklischees, und eine dritte Type liefert nach farbigen Vorlagen korrigierte Farbauszugklischees im 32er oder 48er Raster für den Drei- bzw. Vierfarbendruck. Da der Druck farbiger Bilder an anderer Stelle beschrieben wird, genügt zunächst folgende Erklärung:

Der Farb-Klischograph stellt von einer farbigen Bildvorlage völlig automatisch farbkorrigierte Klischees für die Farben Gelb, Rot und Blau her. Für den Vierfarbendruck kann zusätzlich ein viertes Klischee für Schwarz angefertigt werden. Die Abtastung der Vorlage und die Gravur der Klischees erfolgen in der gleichen Weise wie beim Einfarben-Klischographen. Durch eingebaute Farbfilter werden aus der Vorlage die Grundfarben ausgewählt — gleichzeitig erfolgt dabei eine automatische Farbkorrektur der Klischees, die sofort druckfertig sind. Die drei Farbauszugklischees und das Schwarz-Klischee werden nacheinander von der gleichen Vorlage hergestellt und weisen die für den Mehrfarbendruck erforderliche Rasterdrehung auf. Bei einer maximalen Bildgröße von 15×20 cm werden für die Gravur eines Farbauszugklischees 22 Minuten benötigt. Der gesamte Satz von vier Klischees für einen Vierfarbendruck läßt sich also in $1\frac{1}{2}$ Stunden herstellen. Als Material werden ebenfalls Kunststoff-Folien verwendet.

Und nun: die Farbe!

Nach der Erfindung der Fotografie im Jahre 1839 verging fast ein halbes Jahrhundert, bis die ersten Fotos auf drucktechnischem Wege vervielfältigt werden konnten. Es mußten weitere Jahrzehnte verstreichen, bis sich das fotografische Bild in der Presse durchgesetzt hatte. Die bloße Existenz einer Neuerrungenschaft ist also nicht gleichbedeutend mit ihrer allgemeinen Verbreitung.

Betrachten wir unter dem gleichen Gesichtswinkel die Farbfotografie, die im wesentlichen erst seit 1936 Allgemeingut wurde, dann wird offenbar, wo dieses fotografische Verfahren auf dem Wege von seiner Geburt bis zur völligen Eroberung der Presse heute bereits steht. Solange es noch Zeitungen gibt, die dem Foto als Mittel der Nachrichtengebung, Unterrichtung und Unterhaltung einen untergeordneten Platz zuweisen, wird sich erst recht das farbige Pressebild nicht überall in den Vordergrund spielen können. Aber es wird sich Spalte um Spalte der Zeitschriften und schließlich auch der Zeitungen erobern. Die heutige Generation wird beim Farbfoto eine ähnliche Entwicklung miterleben, wie sie sich vor dreißig Jahren für das schwarz-weiße Pressebild ergab.

Wie immer, wenn die Übernahme einer Neuerung erwogen wird, schälen sich aus der Vielfalt der Argumente und Gegenargumente zwei Gedankengänge heraus. Einerseits fürchtet der Fotoreporter, durch verfrühten Start Geld, Zeit und Arbeit nutzlos für eine Sache zu investieren, die sich zumindest noch nicht hundertprozentig durchgesetzt hat. Auf der anderen Seite steht die Besorgnis, durch einen verspäteten Start den Anschluß an eine Entwicklung zu versäumen, die sich nicht aufhalten läßt. So präsentiert sich heute das Problem der farbigen Pressefotografie.

Der Fotoreporter ist allerdings in der glücklichen Lage, die Gefahr des „Abgehängtwerdens“ vermeiden zu können, ohne das Risiko eines verfrühten, unbedachten Vorporellens auf sich nehmen zu müssen. Noch verläuft die Entwicklung so langsam, daß in aller Ruhe Experimente gemacht und neben der Tagesarbeit die nötigen Erfahrungen gesammelt werden können. Es steht fest, daß dem farbigen Pressebild die Zukunft gehört. Die letzten Jahre beweisen das. Sicher ist ferner, daß man die Farbfotografie nicht von heute auf morgen beherrschen lernt. Selbst dann ist dies nicht möglich, wenn der Reporter auf eine jahrzehntelange Schwarzweiß-Praxis zurückblicken kann. Wer also später mit Erfolg arbeiten will, muß schon jetzt einen Versuch wagen.

Es stehen zwei farbfotografische Verfahren zur Verfügung. Das eine — das Umkehr-Verfahren — liefert die bekannten farbigen Diapositive als unkorrigierbares Endresultat. Das andere — die Agfacolor-Negativ-Fotografie — ergibt Farbnegative in „Komplementärfarben“, von denen eine beliebige Anzahl von farbigen Papierbildern, Schwarzweiß-Vergrößerungen und farbigen Diapositiven hergestellt werden kann. Die Verarbeitung von Umkehrfilmen ist billiger — sofort nach der Filmentwicklung liegt ein druckfertiges Bild vor, und jede Weiterverarbeitung entfällt.

Für die Agfacolor-Umkehrfilme sind in allen größeren Städten Entwicklungsanstalten eingerichtet worden, die eilige Presseaufträge bevorzugt erledigen. Umkehrfilme anderer Fabrikate werden ebenfalls von besonderen Anstalten bearbeitet. Die Kosten dafür sind zumeist im Kaufpreis für die Filme eingeschlossen, so daß die Entwicklung „gratis“ erfolgt. Einige Firmen haben Farb-Umkehrfilme (Ektachrome, Gevacolor) herausgebracht, die jeder Fotograf mit Hilfe sehr praktischer Entwickler-Kleinpackungen selbst in seiner Dunkelkammer entwickeln und verarbeiten kann (Dauer: etwa zwei Stunden für einen Rollfilm). Die Verarbeitung dieser Filme gelingt selbst unter behelfsmäßigen Bedingungen, wenn die angegebenen Zeiten für die einzelnen Vorgänge und vor allem die erforderlichen Temperaturen für die verschiedenen Bäder peinlich genau eingehalten werden. Die Vielfältigung farbiger Diapositive (z. B. 1:1-Reproduktion auf Tageslichtfilm unter Verwendung von Elektronenblitzlicht) ist nicht allzu schwierig. Farbige Dias im Kleinbild-Format sind beim Klischeehersteller nicht sonderlich beliebt — einige Redaktionen lehnen deshalb Formate unter 6×6 cm grundsätzlich ab.

Das Agfacolor-Negativ-Verfahren eröffnet zwar die größeren Möglichkeiten der Auswertung (schwarzweiß und farbig), stellt sich aber teuer, denn die Preise für farbige Papiervergrößerungen liegen noch recht hoch. Der Grundsatz „Ein Bild verkauft — Vergrößerungskosten für mehrere Bilder gedeckt“, an den sich der Fotoreporter sonst hält, läßt sich hier nur bedingt anwenden.

Die Wahl des farbfotografischen Verfahrens wird u. a. auch durch das Kapital entschieden, das aufgewendet werden kann. Finanzielle Erwägungen sind ebenfalls ausschlaggebend, wenn die Einrichtung einer Farb-Dunkelkammer erwogen wird.

In dem ersten, dem Experimentier-Stadium soll man die Ausarbeitung der Filme gestrost einem bewährten Farb-Laboratorium überlassen. Inzwischen eignet man sich die erforderlichen Dunkelkammer-Kenntnisse in einem der Lehrgänge an, die von Zeit zu Zeit oder auch regelmäßig in jeder größeren Stadt abgehalten werden. Ohne eine sachgemäße Unterweisung kommt man in keinem Fall aus. Die Verarbeitung von Schwarzweiß-Filmen kann man als Autodidakt erlernen. Die Farb-Labor-Arbeit nicht — oder nur bedingt. Dazu kommt, daß die Aufnahmetechnik viele neue Probleme aufgibt. Der Fotoreporter sollte deshalb zunächst noch auf die eigene Farb-Dunkelkammer verzichten. Die Mißerfolge mit der Farbfotografie, von denen Entmutigte immer wieder berichten, sind zum größten Teil darauf zurückzuführen, daß eine wohlfundierte Grundlage gefehlt hat. Zwangsläufig wurden die hochgespannten Erwartungen nicht erfüllt. Eine solide Ausbildung, gepaart mit den Erfahrungen der Praxis, ist auch hier Voraussetzung für jeden Erfolg.

Erst wenn man sich mit der farbfotografischen Aufnahmetechnik auseinandergesetzt und die Labor-Arbeit kennengelernt hat, kann man sich mit der Frage der Weiterverarbeitung in der eigenen Dunkelkammer befassen. Am billigsten stellt sich heute noch die erwähnte Selbstbearbeitung z. B. bei Ektachrome-Filmen, selbst wenn ein Warmwasserspeicher oder ein Thermostat zur Einhaltung der Temperaturen angeschafft wird. Die Umstellung einer bestehenden Dunkelkammer auf den „gemischten“ Betrieb, bei dem in gewisser Regelmäßigkeit auch Agfacolor-Negativ-Filme bis zum fertigen Papierbild (oder Diapositiv) verarbeitet werden, kostet etwa DM 450,—. Dieser Betrag verteilt sich auf folgende Ergänzungen, die für den Start durchaus genügen:

- 1 Filtersatz für das Vergrößerungsgerät
- 1 Filterschublade für das vorhandene Vergrößerungsgerät
- 1 Dunkelkammerschutzfilter Agfa Nr. 170
- 1 Dunkelkammerschutzfilter Nr. 166
- 1 Satz Schalen 18×24 cm aus Kunststoff
- 4 Entwicklungsdosen
- 4 Töpfe aus Emaille
- 1 Regulierwiderstand mit Voltmeter
- 1 Thermometer
- 1 Agfacolor-Umrechnungstabelle.

Mit dieser zusätzlichen Ausstattung können in jeder normalen Dunkelkammer die ersten praktischen Arbeiten mit Agfacolor-Materialien labormäßig durchgeführt werden.

Voraussetzung für ein Gelingen der Selbstverarbeitung von Farbfilmen ist das Prinzip:

noch mehr Ordnung
noch mehr Sauberkeit

bei der Dunkelkammerarbeit — und vor allem eine peinliche Trennung der für die Schwarzweiß- und die Farb-Arbeit verwendeten Schalen, Behälter, Zangen usw.

Die Verarbeitung von Farbfilmen stellt heute noch Probleme, um deren Lösung die Fotoindustrie gemeinsam mit Berufsfotografen und Amateuren bemüht ist. Die teilweise beachtlichen Erfolge dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, daß ein für den Alltagsbetrieb der Pressearbeit unter allen Umständen brauchbares Verfahren noch nicht gefunden wurde. Für den Fotoreporter heißt es deshalb, die Entwicklung aufmerksam zu verfolgen. Eines Tages werden die Möglichkeiten gegeben sein. Dann dürfte das farbige Bild auch in der Tageszeitung nicht mehr lange auf sich warten lassen, da auch an den Verfahren der drucktechnischen Wiedergabe unermüdlich gearbeitet wird.

Das farbige Bild in der Presse

Es würde im Rahmen dieses Buches zu weit führen, die Farbfotografie und den Farblabor-Betrieb ausführlich zu behandeln. Vorzügliche Fachbücher und Lehrgänge bieten die Möglichkeit zu gründlicher Ausbildung. Alles weitere kann — wie immer — nur die Praxis vermitteln. Wir beschränken uns hier deshalb auf die besonderen Probleme, die sich aus dem Verhältnis der Farbfotografie zum Pressebild ergeben.

Unter den heutigen Umständen lohnt sich die Verwendung von Farbfilmen nicht bei Ereignissen, die ein sowohl regional als auch zeitlich begrenztes Interesse finden. Damit fällt ein großer Teil aller aktuellen Ereignisse für die Farbfotografie aus. Bei der verhältnismäßig langwierigen Verarbeitung des Materials, der langen Anlaufzeit der an Farbfotos interessierten Zeitschriften und ihrer weiten Verbreitung kommen lokale Tagesereignisse also kaum in Frage. Es sei denn, sie ermöglichen fotografisch und farblich interessante Aufnahmen, die auch unabhängig von irgendeiner Aktualität verwendet werden können. Im übrigen kommt man am weitesten, wenn man ergründet, welche Themen für die betreffenden Zeitschriften interessant sein könnten. Nur ein guter persönlicher Kontakt beantwortet auch hier diese Frage erschöpfend.

Bereits jetzt ist ein deutliches Auseinanderlaufen der Geschmacksrichtungen der einzelnen Redaktionen zu beobachten. Noch vor wenigen Jahren hatte ein gutes Farbfoto bei jeder Zeitschrift, die sich überhaupt damit befaßte, etwa die gleichen Chancen. Heute ist es mit der ersten Begeisterung am farbigen Bild vorbei. Das Angebot wurde größer, die Kritik schärfer. Das Bildthema rückt in den Vordergrund der Debatte. Technische und fotografische Qualität werden vorausgesetzt. Man hat die Ehrfurcht vor dem farbigen Bild verloren und beginnt es wie jedes andere Foto auf Herz und Nieren zu prüfen. Das muß sich jeder vor Augen halten, der voller Stolz die ersten gelungenen Farbaufnahmen in den Händen hält. Natürlich gibt es Fälle, in denen das farbige Bild das bessere ist. Ganz einfach deshalb, weil besondere Details, eine bestimmte Atmosphäre oder auch nur Kleinigkeiten eben nur durch ihre Farben einen echten Eindruck erzeugen können. Wobei die Farben gar nicht farbige oder — sagen wir besser — bunt sein müssen. Die schönsten Farbaufnahmen waren bisher stets die, welche nicht allzu „bunt“ waren. Die Welt ist farbige ... aber nicht knallig bunt. Es ist einfach, ein junge Dame im signalroten Kleid unter blauem Himmel zwischen bunten Luftballons zu fotografieren. Mit der Sonne im Rücken — damit alle Farben recht intensiv leuchten und jeder auf den ersten Blick sieht: hier wurde ein „Buntbild“ gemacht. Wie viel schwieriger ist es, die Farben in einen bildjournalistischen Denkvorgang einzubauen, mit ihrer Hilfe zu „komponieren“ und all das technisch so zu verwirklichen, daß man das Farbfoto auch drucken kann. Es kommt ja nicht auf einen möglichst „echten“ Abklatsch der Natur an. Wenn dem so wäre, müßte man die Farbfotografie als einen gewaltigen Rückschritt ansehen. Das fotografische Bild und besonders das Pressebild soll nicht nur registrieren, sondern in komprimierter Form

einen Eindruck vermitteln. Das wird auch beim schwarzweißen Bild nicht durch eine wissenschaftlich exakte Darstellung am besten erreicht. Durch völlig subjektive Behandlung von Licht und Schatten, durch ausgefallene Perspektiven entsteht oftmals ein besseres Bild als durch langweilig-objektive Registrierung. Beim farbigen Bild kommt zu den bisher verwendeten Elementen, mit denen man eine Fotografie gestaltet, die Farbe. Das heißt, daß man sie nicht einfach hinnehmen, sondern überlegen muß, wie sie richtig anzuwenden ist.

Im wesentlichen sind diese Dinge jedem bekannt, der sich mit der Farbfotografie beschäftigt. Wie gelegentlich zugunsten einer besseren Bildwirkung aus einer „unnatürlichen“ Perspektive fotografiert wird, muß man bei Farbaufnahmen zuweilen gewisse Farbträger aus den Bildern entfernen, die den Gesamteindruck stören könnten. Oder man muß andere zusätzlich einbauen. Oder aber: es sind starke Farbreflexe zu beseitigen, die ja an sich völlig „natürlich“ sind. Diese Farbkorrekturen gehören ebenso zum (journalistischen) Fotografieren wie etwa das richtige „Arrangieren“ einer normalen Aufnahme.

Um eine besondere Wirkung geht es auch, wenn einmal gegen alle Grundregeln für Farbaufnahmen z. B. bei einer nächtlichen Straßenszene statt einer Kunstlicht- eine Tageslichtemulsion verwendet wird. Der Kunstlichtfilm gibt das Licht der Lampen „richtig“ wieder, der Tageslichtfilm zaubert einen warmen goldenen Lichtschein hervor. Er wirkt oftmals „natürlicher“, auf alle Fälle aber stimmungsvoller als die „richtige“ Wiedergabe.

Unversehens sind wir damit auf das Gebiet der Aufnahmetechnik geraten, mit der wir uns ja eigentlich nicht befassen wollten. Ein erneuter Beweis dafür, wie eng journalistische Bildgestaltung mit reiner Fototechnik zusammenhängt. Da wir nun schon einmal dabei sind, können wir noch einen kurzen Blick auf die Blitztechnik bei Farbaufnahmen werfen.

Selbstverständlich ist auch bei Farbaufnahmen der brutale „Blitz-von-vorne“ vom Übel. Der „bounce-flash“-Trick eignet sich allerdings in diesem Fall nicht. Die Wände und Decken, an denen sich das Blitzlicht reflektieren soll, sind nie wirklich weiß: sie färben das Licht ein. Farbabweichungen sind die Folge. Wer gern experimentiert, nutzt diese Tatsache und erzielt durch farbige Reflektionswände besondere Effekte. Wie beim Schwarzweiß-Foto kann man bei Farbaufnahmen die Schatten, die bei Sonne entstehen, mit dem Blitz aufhellen. (Natürlich gehören dazu Tageslichtemulsionen, Elektronenblitze oder besondere Kolbenblitze.) Auf diese Weise mildert man allzu starke Kontraste, auf die der Farbfilm mit falschen Farbwerten reagiert. Ein Farbfilm bewältigt Lichtkontraste von etwa 1:3, Schwarzweiß-Filme bis etwa 1:16. Ist das Tageslicht stark gefärbt (frühmorgens, abends), kann diese „Mischlicht-Technik“ der Schattenaufhellung zu unbefriedigenden Ergebnissen führen.

Viele Fehlschläge ergeben sich daraus, daß entweder ungeeignete Filmemulsionen oder falsche Blitztypen verwendet werden. Jede Farbfilm-Emulsion ist auf ganz bestimmte Farbtemperaturen geeicht. Die Agfa veröffentlichte zu dieser Frage folgende Zusammenstellung.

Es dürfen benutzt werden:

Elektronenblitze mit ca. 6000° K¹⁾ für Agfacolor-Umkehr-T- und Negativ-T-Film,

¹⁾ K = Kelvin. In Kelvin-Graden wird die Farbtemperatur, ein aus der Physik übernommener Begriff zur Kennzeichnung der Lichtfarbe, angegeben. Direktes Sonnenlicht (gegen Mittag) hat eine Farbtemperatur von 5000 bis 6000° K.

Blaugefärbte Kolbenblitze mit ca. 5900° K für Agfacolor-Umkehr-T- und Negativ-T-Film,

Ungefärbte (klare) Kolbenblitze mit ca. 3800° K für Agfacolor-Negativfilm K (evtl. auch T),

Gelbgefärbte Kolbenblitze mit ca. 3400° K für Agfacolor-Umkehrfilm K und Negativfilm K.

Eine weitere Fehlerquelle liegt in der falschen Anwendung der Leitzahl bei Farbaufnahmen. Häufig ergeben sich Unterbelichtungen, und die Fabrikanten der Filme geraten in den Verdacht der Unaufrichtigkeit. Man darf nämlich eine für einen Schwarzweiß-Film vermerkte Leitzahl nicht ohne weiteres für einen mit gleicher DIN-Zahl versehenen Farbfilm übernehmen. Meist werden die Leitzahlen für Blitze so hoch wie möglich festgelegt. Der Schwarzweiß-Film mit seinem gewaltigen Belichtungsspielraum (auch nach der Seite der Unterbelichtung hin) gleicht aus und liefert kopierfähige Negative. Außerdem stehen Papiere harter Gradationen zur Verfügung. Der Farbfilm hingegen reagiert schon bei einem geringen Lichtabfall mit Unterbelichtungs-Erscheinungen. Deshalb empfiehlt es sich, beim Agfacolor-Negativ-Film eine um eine Einheit größere Blende zu wählen, als sich aus der Leitzahl errechnet, die für einen gleichempfindlichen Schwarzweiß-Film angegeben ist. Umkehrfilme erfordern sogar $1\frac{1}{2}$ —2 Blenden-Einheiten mehr.

Wer sich die gleichzeitige Verwendung einer zweiten, mit Farbfilm geladenen Kamera bei aktuellen Ereignissen nicht leisten kann und zunächst einmal in aller Ruhe arbeiten will, muß keineswegs auf die Auswertung seiner Farbaufnahmen für Presse Zwecke verzichten. Heute schon besteht ein gewisser Bedarf an schönen, zeitlosen Fotos und an jahreszeitlich gebundenen Aufnahmen: bei großen Farbillustrierten, bei Kalender- und Buchverlagen. Farbaufnahmen fordern auch die Archive der Foto-Industrie, die Fremdenverkehrs-Werbung und die Industrie. Außerdem: es wird einmal die Zeit kommen, in der sich ein Farb-Archiv bezahlt macht. Das kann man aber dann nicht von einem Tag zum anderen anlegen. Sein systematischer Aufbau gehört schon jetzt zu einer vernünftigen Zukunftsplanung. Das Farb-Archiv entsteht nach den gleichen Gesichtspunkten wie das für Schwarzweiß-Bilder — am Rande der aktuellen Arbeit, nebenher, ohne besonderen Aufwand an Zeit und Geld. Bei der Verwendung des Agfacolor-Negativ-Films müssen auch nicht gleich kostbare 18×24-Vergrößerungen angefertigt werden. Es genügt, wenn die Negative vorhanden sind. Dazu vielleicht noch Schwarzweiß- oder Farb-Kontakte.

Zwangsläufig führt die Beschäftigung mit der Farbfotografie gelegentlich zur farbigen Bildserie. Dabei ergibt sich das Problem der „Farblinie“. Der Redakteur, der eine farbige Seite zusammenstellt, geht nicht nur wie beim „Einspiegeln“ von Schwarzweiß-Bildern darauf aus, der Seite ein graphisch einwandfreies Gesicht zu geben. Er muß zusätzlich diese Farb-Seite, unabhängig von den Motiven und einzelnen Bildern, zu einer ansprechenden Farb-Komposition zusammenstellen. Die Bilder der Farbserie sollen deshalb farbwertmäßig auf einer Linie liegen, so daß sich die dominierenden Farben der Fotos dieser Seite nicht „beißen“. Schon bei einem Lichtbild-Vortrag stört es die Harmonie und die gerechte Beurteilung, wenn die aufeinanderfolgenden Farbdias in den Grundtönen erheblich voneinander abweichen.

Wieviel stärker macht sich dieser Effekt der „Farblinie“ bei Farbfotos bemerkbar, die nebeneinander und gleichzeitig betrachtet werden sollen! Ein für Auge und Geschmack

schmerzhaftes „Quer durch das Spektrum“ muß deshalb unbedingt vermieden werden. Wohl kann ein geschickter Redakteur durch raffinierte Anordnung die heftigsten Dissonanzen beseitigen und ein fähiger Drucker die lautesten Disharmonien dämpfen. Die Erfahrung hat aber gelehrt, daß die Verkäuflichkeit der Fotos steigt, wenn diesen beiden Männern die Arbeit so leicht wie möglich gemacht wird. Selbstverständlich sollen auch bei einer farbigen Bildserie Motive und Sichten abwechseln, so daß schon vom Bild her das Interesse geweckt wird.

Der Farbdruck

Die ersten Fotografien mußten auf Georg Meisenbachs Erfindung der Autotypie warten, ehe sie gedruckt werden konnten. Als die Farbfotografie geboren wurde, war man sich dagegen bereits über das Prinzip der anzuwendenden Druckverfahren im Klaren.

Zur Wiedergabe jedes mehrfarbigen Originals benötigt man mehrere Druckplatten. Jede dieser Platten ist jedoch nur für eine einzige Farbe „zuständig“, und erst durch einen Übereinanderdruck wird die originalgetreue Wiedergabe erzielt. In der Praxis des Buchdruckes (Hochdruck) sieht das folgendermaßen aus: Nach einer farbigen Vorlage werden auf fotochemischem Wege Farbauszüge hergestellt, nach denen in Autotypie Teilplatten entstehen, beim Dreifarbendruck z. B. für die Farben Gelb, Rot und Blau. Gearbeitet wird mit panchromatischen Trockenplatten oder auch im nassen Bromsilber-Kollodium-Verfahren. Jedes der Teilnegative muß den Farbwerten des Originals entsprechend dort mehr oder weniger durchsichtig sein, wo später auf der Metallplatte druckende Stellen erhalten bleiben sollen. Es darf also auf das Teilnegativ für die Gelb-Platte kein gelbes Licht einwirken. Entsprechend müssen rote und blaue Strahlen von den Teilnegativen für die Rot- bzw. Blau-Platte ferngehalten werden, was durch Filter bei der Aufnahme und durch entsprechende „Sensibilisierung“ der Platten erreicht wird. So hält bei der Belichtung des Teilnegatives für die Gelbplatte ein Filter in Violett (der Komplementärfarbe von Gelb) alle gelben Lichtstrahlen zurück. Die roten und blauen Strahlen können dagegen ungehindert passieren. Sie sorgen, entsprechend den Anteilen von Rot und Blau im Original, für eine Schwärzung des Negativs. Den gelben Farbwerten der Vorlage entsprechend bleiben alle gelben Stellen des Bildes im Negativ mehr oder weniger durchsichtig. Da sie in der darauffolgenden Kopie gedeckt auftreten, setzen sich aus ihnen die druckenden Teile der Gelbplatte zusammen. Die Belichtung des Teilnegatives für die Rotplatte erfolgt unter Verwendung eines Grünfilters. Bei der Aufnahme für die Blauplatte wird ein Orangefilter benutzt. Vor jeder Belichtung dreht man den Raster jeweils um 30 Grad, damit später beim Zusammendruck nicht Punkt auf Punkt fallen kann. Das würde ein „Moiré“ ergeben und die Bildwiedergabe stören.

Das Ätzen der Platten verläuft ähnlich wie bei den Schwarzplatten, muß aber begreiflicherweise viel sorgfältiger ausgeführt werden. Vor dem Druck werden die Platten mit „ihren“ Farben eingefärbt und nacheinander auf das Papier abgedruckt. Als Endresultat liegt eine originalgetreue Wiedergabe vor, da ja beim Zusammendruck auch Farbmischungen stattfinden. Ein Beispiel: Zum Druck der Abbildung einer Mohnblüte tritt nur die Rot-Platte in Aktion. Das Grün der Blätter setzt sich aus einer Mischung der Farben der Gelb- und Blau-Platte zusammen. Wenigstens theoretisch kann man auf diese Weise

alle Farben und ihre Schattierungen erzeugen. Übrigens wird in der Praxis neben den drei Platten für die Grundfarben meist eine vierte, die Tiefenplatte, angefertigt. Beim Druck wird sie mit Schwarz (auch Blauschwarz) eingefärbt. Die Schwarz-Platte unterstützt bei diesem Vierfarben-Druck den Druck in den Tiefen, so daß die drei anderen Farben nicht so kräftig ausfallen müssen und infolgedessen zarte Farbabstufungen besser wiedergegeben werden können.

Selbstverständlich lassen sich farbige Drucke auch nach den anderen Illustrations-Druckverfahren erzielen. So ergibt beispielsweise der nicht ganz einfach auszuführende Mehrfarben-Tiefdruck ganz hervorragende Resultate. Eine wesentliche Schwierigkeit liegt darin, daß beim Tiefdruck die Drucke durch das langsame Abnutzen der Walzen immer heller werden. Beim farbigen Offset-Druck ergibt sich ein anderes Problem: Das Gummituch, von dem gedruckt wird, bleibt trotz aller Einlagen aus Leinwand immer ein wenig elastisch. Größte Sorgfalt ist deshalb erforderlich, um ein genaues Passen der Formen zu erreichen.

Eine wirklich gute Farbwiedergabe, ein originalgetreuer, sauberer Druck gelingen nur einigen Spezialdruckereien. In den technischen Problemen, mit denen sie zu kämpfen haben, liegt auch eine Erklärung dafür, warum an Farbfotos hinsichtlich ihrer technischen Qualität höhere Anforderungen gestellt werden müssen als an Schwarzweiß-Bilder. Aus ähnlichen Gründen muß der Fotoreporter die Ablieferungstermine genau einhalten, da deren Überschreitung den Drucker gerade beim Farbdruck vor unlösbare Aufgaben stellen kann. Allein das Retuschieren der Farbvorlagen und die notwendigen Probedrucke mit anschließenden korrigierenden Retuschen können vier bis fünf Tage erfordern.

Diese langwierigen Retuschier-Arbeiten haben die Entwicklung des „Agfa-Kom-Bi-Filmes“ ausgelöst. Dieser Film enthält zwei Emulsionsschichten, die zu farbwerttrichtigen Teilauszügen führen. Damit schrumpft die für die Herstellung von Klischeesätzen für den Mehrfarben-Druck erforderliche Zeit von Tagen auf Stunden zusammen. Das aktuelle Farbbild in Zeitschriften und Tageszeitungen ist damit in greifbare Nähe gerückt.

Einen anderen Weg im Kampf mit der Zeit gingen die Techniker, die den an anderer Stelle bereits beschriebenen Farb-Klischographen entwickelten. Auch hier erübrigen sich zeitraubende Probedrucke mit darauffolgenden weiteren Retuschen. In 90 Minuten stellt der Farb-Klischograph einen Satz von vier Klischees für den Vierfarben-Zeitungsdruck her.

Die Druckfachleute, Wissenschaftler und Techniker treiben die Entwicklung immer weiter. Während Fotoindustrie und Fotografen Aufnahme- und Labor-Probleme zu klären suchen, bereiten sie neue Wege für den Abdruck der Farbbilder. Unter diesen Umständen ist es überflüssig, nochmals auf die zu Beginn dieses Kapitels angedeutete Ausweitung der Verwendung des farbigen Pressefotos in der Zukunft hinzuweisen. Eines Tages wird es nur noch Farb-Illustrierte geben. Der regelmäßige Abdruck farbiger aktueller Bilder in Tageszeitungen ist — wie wir gesehen haben — wenigstens theoretisch schon heute möglich.

Der Bildreporter und das Finanzamt

Der hauptberuflich als Fotoreporter Tätige wird heute von den Finanzämtern als Journalist anerkannt. Er unterliegt damit nicht als „Fotograf“ z. B. den für eine handwerkliche Tätigkeit vorgesehenen steuerlichen Bestimmungen. Grundsätzlich sollte er den Finanzämtern gegenüber als „Bildberichterstatter“ und „Journalist“ auftreten, um ärgerliche Mißverständnisse zu vermeiden.

Der festangestellte Bildberichterstatter ist — wie jeder Angestellte — lohnsteuerpflichtig. Die lohnsteuerpflichtigen Bezüge beschränken sich nicht nur auf den Lohn (Gehalt), sondern umfassen u. a. folgende Einnahmen:

- Entgelt für Überstunden, Sonntagsarbeit und nicht gewährten Urlaub,
- Entgelt für Übernahme von Nebenämtern im Rahmen des Dienstverhältnisses,
- Gratifikationen, die jeweils DM 100,— übersteigen,
- Beträge, die der Arbeitgeber zur Zukunftssicherung zahlt,
- Krankenzuschüsse.

Zahlt der Verlag neben dem Gehalt Einzelhonorare, werden sie normalerweise zum Gehalt hinzugerechnet und mit diesem versteuert. Nicht lohnsteuerpflichtig sind z. B. Honorare, die der Fotoreporter für Bilder erhält, die er in seiner Freizeit (Urlaub!) anfertigt und seinem Verlag zum Kauf anbietet. In diesem Fall gelten die Honorare als Nebeneinkünfte, wie auch die Honorare, die durch den Verkauf von Fotos an andere Verlage erzielt werden. Übersteigen Nebeneinkünfte im Jahr die Gesamtsumme von DM 600,— nicht, sind sie steuerfrei (Einkommensteuergesetz § 46), und eine Einkommensteuererklärung ist nicht erforderlich. Der genannte Betrag bezieht sich auf die Nettoeinkünfte: 25 Prozent (höchstens DM 1200,— jährlich) können von den gesamten Nebeneinkünften vorher als Betriebsausgaben abgezogen werden. Für einkommensteuerpflichtige Nebeneinkünfte aus einer freiberuflichen Tätigkeit auf wissenschaftlichem, künstlerischem oder schriftstellerischem Gebiet ist eine Steuerbegünstigung vorgesehen (§ 34 EStG), soweit diese die Hälfte der Einkünfte aus nichtselbständiger Arbeit nicht übersteigen und die Nebentätigkeit von der Hauptberufstätigkeit abgegrenzt ist.

Zu den *nicht* lohnsteuerpflichtigen Bezügen gehören:

- Zuschläge für Arbeit an Sonn- und Feiertagen und für Nacharbeit (Bedingungen: Das Jahresgehalt darf DM 9000,— nicht übersteigen; die Zuschüsse müssen auf Grund einer Betriebsvereinbarung gewährt werden),
- Heirats- und Geburtshilfen (bis DM 500,— bzw. 300,—)
- Jubiläumsgeschenke,
- Gelder, die der Arbeitgeber ersetzt, nachdem sie für ihn verauslagt wurden,
- Reise-, Unterbringungs- und Verpflegungskosten, die vom Arbeitgeber ersetzt werden und die tatsächlichen Kosten nicht überschreiten („Spesen“),
- Gratifikationen, die jeweils DM 100,— nicht überschreiten.

Die Verlage sorgen für eine korrekte Abführung der Lohnsteuer ihrer Angestellten. Jeder Lohnsteuerpflichtige kann aber einen Antrag auf Abzug eines gewissen Betrages vom lohnsteuerpflichtigen Lohn stellen, wenn sich besondere außergewöhnliche Belastungen, Werbungskosten und Sonderausgaben (bzw. die Notwendigkeit von Ermäßigungen und Freibeträgen) geltend machen lassen. Grundsätzlich aber können Personen, die hauptberuflich eine journalistische Tätigkeit für eine mehr als einmal wöchentlich erscheinende Druckschrift, bei einem Nachrichten- und Korrespondenzbüro oder einer Rundfunkgesellschaft ausüben, einen abzugsfähigen Betrag von 15 Prozent ihres Arbeitslohnes (höchstens DM 200,—) beantragen (Lohnsteuerrichtlinien 1952, Abschnitt 24a). Die gleiche Vergünstigung genießen Journalisten, die hauptberuflich für eine mindestens einmal wöchentlich erscheinende Druckschrift tätig sind, soweit diese der umfassenden Darstellung des Tagesgeschehens in Wort und Bild dient. Zu dieser Gruppe gehören Wochenzeitschriften, nicht aber z. B. Sportzeitschriften. Mit Gewährung des Pauschsatzes sind alle Werbungskosten mit Ausnahme der Mehraufwendung für doppelte Haushaltsführung abgegolten. Im allgemeinen machen die Finanzämter keine Schwierigkeiten, wenn die Genehmigung dieses Pauschsatzes in Höhe von 15 Prozent beantragt wird. Der Nachweis der journalistischen Tätigkeit im Hauptberuf wird am besten durch eine Bescheinigung des Berufsverbandes oder des Verlages erbracht.

Es bleibt jedem Fotoreporter überlassen, ob er den Pauschsatz für Werbungskosten in Anspruch nehmen oder einen Einzelnachweis führen will. Letzteres ist angebracht, wenn höhere Werbungskosten geltend gemacht werden können oder wenn der Verlag Aufwendungen (z. B. für einen Telefonanschluß und alle Telefongespräche, Miete für Labor und Büro in der eigenen Wohnung), die zu den Werbungskosten zählen, ersetzt und das Finanzamt infolgedessen die Gewährung des Pauschsatzes ablehnt.

Wer indessen kein festes Gehalt bezieht, ist nicht lohn-, sondern einkommensteuerpflichtig. Keineswegs muß der Bildberichterstatter Gewerbesteuer zahlen. Entfällt jedoch mehr als ein Drittel des Gesamtumsatzes auf nicht-journalistische Arbeiten, muß Gewerbesteuer gezahlt werden. Das ist auch der Fall, wenn die Tätigkeit nicht in erster Linie auf der persönlichen Arbeitskraft, sondern auf der von Mitarbeitern beruht. Aber: die Beschäftigung beispielsweise einer Laborhilfe oder Schreibkraft gibt dem „Unternehmen“ noch nicht den Charakter eines Gewerbebetriebes, der Gewerbesteuer bezahlen muß.

Einkommensteuerpflichtige haben alljährlich zu einem festgesetzten Termin ihrem Finanzamt eine Steuererklärung abzugeben. Nach der Höhe des Einkommens werden dann die Steuern festgesetzt. Während zunächst in der Steuererklärung die Gesamteinnahmen anzugeben sind, können von diesen anschließend zur Ermittlung des tatsächlich steuerpflichtigen Einkommens Betriebsausgaben und Sonderausgaben abgesetzt werden. Weiterhin sind unter Umständen Freibeträge, Ermäßigungen usw. vorgesehen.

Betriebsausgaben werden entweder durch Einzelnachweis oder durch Ausnutzung einer Pauschalierung geltend gemacht. Die Bestimmungen über letztere sehen vor: 30 Prozent der Einnahmen, jedoch nicht mehr als DM 3600,— jährlich, können als Betriebsausgaben ohne nähere Angaben geltend gemacht werden. Die hauptberufliche Ausübung einer journalistischen Tätigkeit muß dabei belegt werden. Zieht der Fotoreporter aus wissenschaftlicher, künstlerischer oder schriftstellerischer Nebenarbeit, die mit seinem Beruf nicht zusammenhängen darf, einen Gewinn, so kann dieser ermäßigt besteuert

werden, soweit dieser Gewinn das Einkommen aus der Hauptberufstätigkeit nicht übersteigt. Gratifikationen, wie sie z. B. einige Verlage zu Weihnachten auch ihren freien Mitarbeitern auszahlen, sind einkommensteuerpflichtig. Auslandseinnahmen, z. B. aus der Arbeit für ausländische Blätter, sind unbeschränkt steuerpflichtig, soweit nicht eine Begünstigung als Einnahmen für Nebenarbeit möglich ist.

Vielfach lohnt sich für Bildberichterstatter der Einzelnachweis von Betriebsausgaben. Dabei können alle Kosten geltend gemacht werden, die zur Durchführung der beruflichen Arbeiten notwendig sind. Das fängt bei den Anschaffungs- und Reparatur-Kosten für Kameras an und endet bei den Kosten für die Steuerberatung, die im übrigen in jedem Falle zu empfehlen ist. Daß andererseits die Kosten der Lebenshaltung nicht abzugsfähig sind, ist selbstverständlich. Die Anschaffungskosten für sehr teure Kameras und Laboreinrichtungen und auch für Kraftfahrzeuge können unter Berücksichtigung der Gesamtnutzungsdauer jährlich mit einem Teilbetrag abgesetzt werden. Beträgt der Anschaffungswert eines Gegenstandes nicht mehr als DM 600,—, können die Kosten im Anschaffungsjahr voll abgesetzt werden.

Die Unkosten, die durch berufliche Reisen entstehen, können ebenfalls abgesetzt werden. Die Fahrtkosten müssen nachgewiesen werden, ebenso die Unterbringungs- und Übernachtungskosten (Hotelrechnung). Für die Verpflegung sind Tagessätze festgelegt, die in voller Höhe bei über 12stündiger Abwesenheit vom Arbeitsort abgesetzt werden können. Bei einer Abwesenheit bis zu sechs Stunden kann ein Viertel, bei einer Abwesenheit bis zu zwölf Stunden die Hälfte eines Tagessatzes angerechnet werden. Überschreiten die tatsächlichen Unkosten die Tagessätze, ist Einzelnachweis erforderlich. Die durch die Reise im eigenen Haushalt verursachte Ersparnis wird allgemein von den Finanzämtern angerechnet. Über alle anderen auf Reisen entstehenden Kosten sind Belege beizubringen.

Wer motorisiert ist, kann alle festen, durch die Haltung eines Kraftfahrzeuges entstehenden Kosten ebenfalls als Betriebsausgaben absetzen (Garagenmiete, alle Versicherungsprämien usw.). Außerdem sind alle Betriebskosten (Treibstoff, Öl, Bereifung, Reparaturen und Pflege) abzugsfähig. Automatisch rechnen die Finanzämter damit, daß der private Nutzungsanteil 20 bis 25 Prozent beträgt. Liegt er darunter, so muß dies nachgewiesen werden.

Unabhängig davon, ob die Betriebsausgaben durch Ausnutzung des Pauschbetrages oder auf dem Wege des Einzelnachweises geltend gemacht werden, kann eine Berücksichtigung von Sonderausgaben, Ermäßigungen und Freibeträgen (z. B. für Spätheimkehrer) beantragt werden.

Der nicht als Angestellter tätige Bildberichterstatter muß Umsatzsteuer zahlen, wenn der Gesamtumsatz im Kalenderjahr DM 18 000,— übersteigt. Ist dies der Fall, wird die Steuer für die Umsätze nur insoweit erhoben, als sie aus zehn Prozent des DM 18 000,— übersteigenden Betrages gedeckt werden kann, so daß erst ab DM 30 000,— Jahresumsatz die volle Umsatzsteuer in Höhe von vier Prozent gezahlt wird.

Weitere Einzelheiten zu allen Steuerfragen enthalten die „Steuerrechtlichen Ratsschläge für Journalisten“, die der Deutsche Journalisten-Verband, Bonn, Helmholtzstraße 20, meist alljährlich herausgibt.



Zu den Spezialgebieten der Bildreportage gehört in erster Linie die Sportfotografie. Ihre Wichtigkeit geht aus dem nebenstehenden Foto hervor, welches zeigt, wie zwei australische Stafettenläuferinnen den Stab verlieren (Olympische Spiele 1952). dpa-Fotograf Bratke stellte den Vorgang erst bei nachträglicher Vergrößerung der unteren Aufnahme fest (Ausschnitt eingezeichnet).





Blitzschnelles Reaktionsvermögen, hochspezialisierte Ausrüstung und Erfahrung muß der Sportbildreporter besitzen — wie deutlich aus diesen „Routine-Bildern“ hervorgeht. Oben: Bedrängter Torwart Riethof von Viktoria 89 Berlin (dpa). Unten: Peter Müller schlägt Ringrichter Pippow k.o. (Associated Press)





Stürze bei Rennen gehören zu den wirkungsvollsten Bildern, die richtige Postierung, gespannte Aufmerksamkeit (und der Zufall!) dem stets bereiten Reporter zu bieten vermögen. Oben: Niemand wurde bei diesem Zusammenstoß in USA verletzt! Unten: Glücklicher verlaufener Sturz bei einem Jugend-Springreiten in England. (dpa)





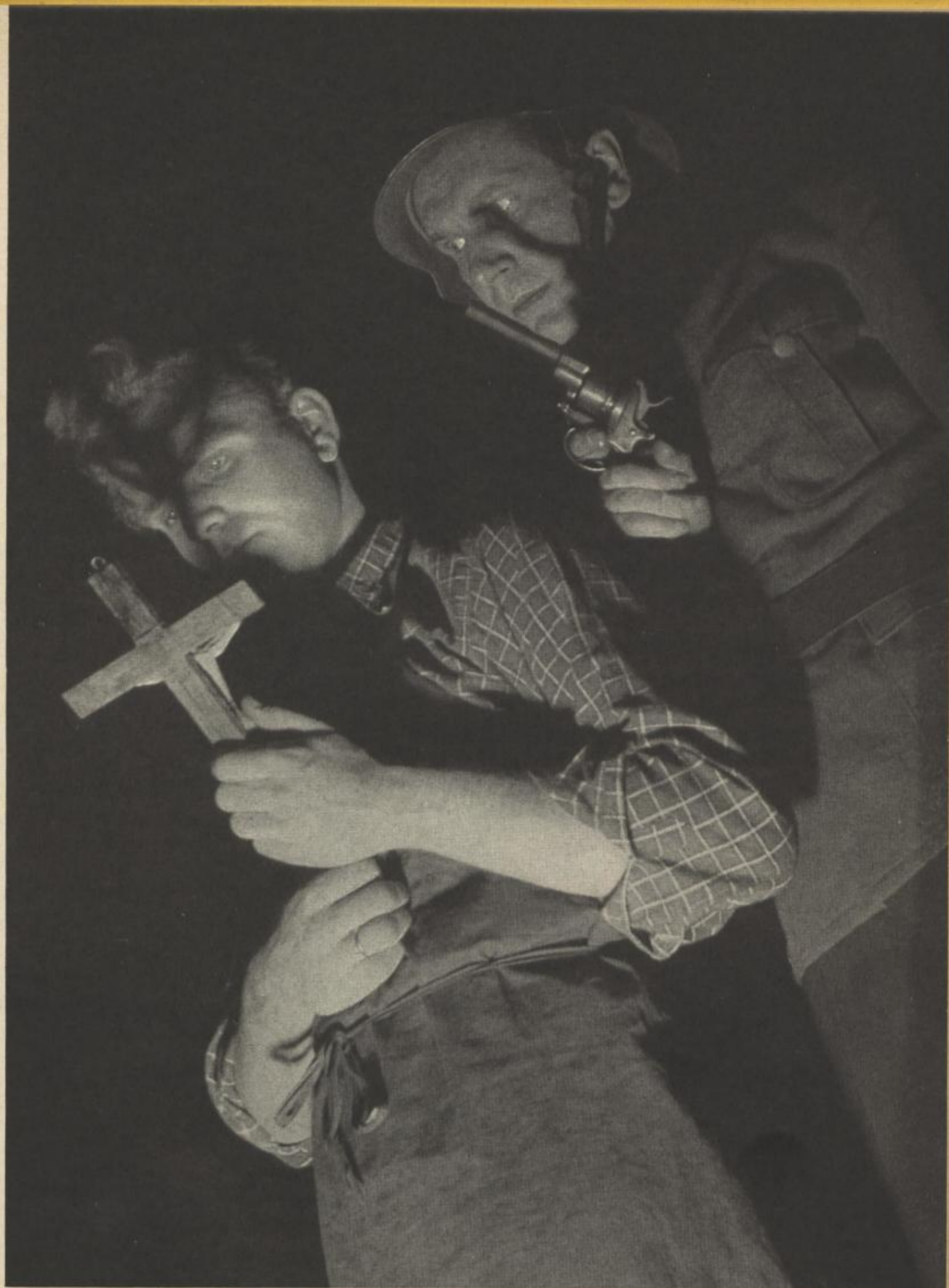
*Im Umkreis des Filmbetriebs sind Spezialreporter am Werk, um das Treiben der Publikums-
lieblinge für die Presse festzuhalten. — Eva Kotthaus und Horst Buchholz feiern vor der Kamera die
Verleihung des Bundesfilmpreises. (Conti-Press)*



Ein „klassisches“ Foto, wie sie von eigens dazu angestellten Fotografen und geladenen Reportern für die Presse der Welt festgehalten werden, zeigt Marilyn Monroe in einer „berühmt“ gewordenen U-Bahnschacht-Szene des Films „The Seven Year Itch“. (Associated Press)



In zarten Tönen darf meist nur jener Spezialist schwelgen, dessen Erzeugnisse für gutes Papier und Qualitätsdruck bestimmt sind: der Modefotograf. Er lebt ohnehin etwas abseits vom Trubel der „normalen“ Presse . . . (Modell: Roleff. Aufnahme: Wilp)



Gestellt wurde diese Szene aus dem Zeitstück „Der Befehl“ von Heinz Kleffel. Sie charakterisiert (durch tief angesetzten Blitz) das Verhältnis der Hauptfiguren zueinander — eines Offiziers (Hermann Lenschau) und eines Kriegsdienstverweigerers (Werner Schuhmacher). (dpa-Michaels)



Ein Spezialgebiet, das man nicht sogleich zur Bildreportage rechnet, obwohl sich ihm einzelne Fotoreporter voll widmen, ist die Festhaltung solcher Naturdokumente für Zeitschriften und Bücher. Walter Wissenbach fotografierte den Wiedehopf im Anflug zur Niststelle. (Aus: „Walter Wissenbach über Tierfotografie“, Umschau Verlag, Frankfurt/Main.)

Versicherung?

Wer als festangestellter Bildreporter tätig ist, wird im allgemeinen wie jeder andere Arbeitnehmer gegen verschiedene Risiken versichert. Auch die Kameras und Geräte, die vom Verlag gestellt werden, sind üblicherweise bereits gegen Diebstahl, Beschädigung usw. versichert. Werden eigene Apparate verwendet, empfiehlt sich eine entsprechende Versicherungs-Vereinbarung mit dem Arbeitgeber bzw. die Versicherung auf eigene Kosten.

Daß ein freier Bildreporter erst recht seine Kameras und Geräte versichert, ist selbstverständlich. Die Prämien sind relativ niedrig, und z. B. der Diebstahl einer unversicherten Kleinbildausrüstung kann einen Bildberichterstatter völlig ruinieren. Wesentlich ist, daß eine Kamera- und Geräteversicherung normalerweise nur für das Inland gilt. Bei Auslandsreisen muß man also Zusatzversicherungen, die zeitlich begrenzt werden können, abschließen.

Gegen Unfall kann sich der freie Bildreporter, der im Gegensatz zum Festangestellten als nicht versicherungspflichtig angesehen wird¹⁾, bei der „Berufsgenossenschaft für reichsgesetzliche Unfallversicherung“, Hamburg 6, Schäferkampsallee 18, freiwillig versichern lassen. Damit genießt er einen Versicherungsschutz, der sich auf alle Unfälle während seiner beruflichen Tätigkeit, während seiner beruflichen Reisen, Fahrten und Gänge erstreckt. Von Fall zu Fall besteht ein Anspruch auf ärztliche Behandlung, Tagegeld bei Krankenhausaufenthalten, Familiengeld, Teil- oder Vollrente. Der Jahresbeitrag beläuft sich auf etwa DM 15,—. Übrigens sind nach der Reichsversicherungsordnung alle Personen versicherungspflichtig, die bei einem freien Bildberichterstatter tätig sind oder ausgebildet werden. Der „Arbeitgeber“ muß in diesen Fällen für die Versicherung bei der erwähnten Berufsgenossenschaft sorgen.

Möglichkeiten zum Abschluß einer speziellen Berufs-Haftpflichtversicherung bestehen nicht. Die Vorteile einer Haftpflichtversicherung gerade für Fotoreporter liegen auf der Hand.

¹⁾ Urteil der IX. Kammer des Sozialgerichtes Hamburg v. 21. 6. 1956. A. Z.: U 397/55.

Der Weg ins Ausland

Im allgemeinen gehören heute Auslandsreisen wenigstens innerhalb Europas „zum Handwerk“. Grundsätzlich lohnt es sich also, ständig im Besitz eines gültigen Reisepasses zu sein — einer plötzlichen Abreise steht dann in dieser Hinsicht nichts im Wege. Seit einiger Zeit sind für Reisen in oder durch alle der Bundesrepublik benachbarten westlichen Länder keine Visen mehr erforderlich — einzige Voraussetzung ist ein gültiger Paß.

Von den deutschen Behörden wird schon bei einem „normalen“ Reisenden eine Kamera mit einem entsprechenden Filmvorrat als übliches Reisegeut angesehen. Ein Pressefotograf, der sich als solcher ausweisen kann, hat erst recht kaum Schwierigkeiten. Selbst wenn er zwei oder drei Fotoapparate ins Ausland mitnehmen will. Natürlich wird auch der harmloseste Zöllner argwöhnisch, wenn man einen ganzen Koffer voll nagelneuer Kameras mit sich führt. Der Verdacht, man wolle „Handelsware“ ausführen, läge in diesem Fall zu nahe. Denn: Handelsware ist zollpflichtig, Reisegeut zollfrei. Den angesichts einer umfangreichen Kamera-Ausrüstung allzu mißtrauischen Zollbeamten kann man die Eintragung der Apparate in den Reisepaß vorschlagen. Wer Fotogeräte und -materialien ins Ausland vorausschicken will, muß durch besondere Formalitäten die Gegenstände als sein Eigentum bezeichnen. Auf Wunsch kommen die Zöllner (z. B. bei umfangreichen Voraussendungen für Expeditionen) sogar ins Haus, um diese Erklärung entgegenzunehmen und die Sendung zollamtlich abzufertigen.

Die ausländischen Bestimmungen über das Mitnehmen von Kameras, Filmen und Zubehör sind z. T. ähnlich. Auf alle Fälle lohnt es sich, vor der Abreise bei den betreffenden Konsulaten Auskünfte über diesen Punkt einzuholen: das spart später an der Grenze eine Menge Ärger.

Gegen die Einfuhr neuer, unbelichteter Filme, die man im Ausland gekauft hat, wendet die Bundesrepublik nichts ein. Wenn es sich nicht um „größere Mengen“ handelt! Was darunter zu verstehen ist, entscheidet das Grenzzollamt. Entweder erklärt es also die im Ausland gekauften Filme als zollfreie Gebrauchsgegenstände, die im Ausland erworben werden mußten, oder es bezeichnet sie als Handelsware. Dann sind sie zollpflichtig, und 24% ihres Wertes als Einfuhrzoll¹⁾ plus 6% Umsatzausgleichsteuer werden fällig (Diese Regelung bezieht sich nur auf Filme unter vier Meter Länge — Zolltarifnummern 3702, 3703). Im Ausland gekaufte Filme, die bereits dort entwickelt wurden, sind zollfrei. Werden in Deutschland gekaufte Filme auf „Nämlichkeitsschein“ ausgeführt und später wieder eingeführt, sind sie zollfrei, auch wenn sie inzwischen belichtet wurden. Für im Ausland gekaufte Kameras müssen — ob es sich um gebrauchte oder neue Apparate handelt — 10% des Wertes als Zoll¹⁾ und 6% Umsatzausgleichsteuer bei der Einreise nach Deutschland bezahlt werden (Zolltarifnummer 9007-A). Ebenso natürlich, wenn man sie schickt oder sich schicken läßt.

¹⁾ Diese Zollsätze werden zeitweilig ermäßigt.

Expediert man aus dem Ausland fertige Vergrößerungen oder Kontakte in die Bundesrepublik oder führt man sie bei der Einreise mit sich, müssen 6% Umsatzausgleichsteuer gezahlt werden, wenn nicht mehr als drei Abzüge pro Aufnahme in einer Sendung enthalten sind. Sonst kommt noch der Einfuhrzoll hinzu (Zolltarifnummer 4911). Dabei steht lediglich der Wert als belichtetes Stück Fotopapier zur Debatte — der eigentliche Honorarwert ist für den Zoll uninteressant. Gleichgültig ist dabei, ob man seine eigenen, aber im Ausland hergestellten Fotos mit sich führt oder aus dem Ausland an seine Heimatanschrift schickt oder ob man von einem Ausländer (Bildaustausch mit ausländischen Kollegen!) Fotos erhält. Eine einzige Ausnahme tritt unter besonderen Umständen beim Versand mit der Post ein. Ist die Sendung leichter als 250 Gramm (ohne Verpackung) oder glaubt die Bundespost, daß ihr Zollwert unter DM 5,— liegt, passiert sie zollfrei. Bei anderen Versandarten ist man nicht so großzügig. In gewissen Fällen wird sogar die Frachtgebühr bei Errechnung der Zollabgaben zum Wert einer Sendung hinzugerechnet.

Zum Schluß . . .

Für den Bildreporter ist die Umwelt das Objekt seines Tuns und Denkens. Aber wie jedes Ding zwei Seiten hat, so ist der Bildreporter seinerseits Gegenstand der Aufmerksamkeit seiner Umgebung. Der Beruf bringt es mit sich, daß er fast ausschließlich unter den Augen des Publikums ausgeübt werden muß.

Nicht wenige haben von einem Fotoreporter feste Vorstellungen: er zeichnet sich danach durch aufgeregtes Wesen, unbezähmbaren Rededrang und äußerst saloppe Kleidung aus, ist überall dabei, kommt in der Welt herum, gilt aber zumindest als ein wenig unseriös. Aus einer Karrikatur wurde in vielen Fällen der Prototyp entwickelt.

Leider sind die Fotoreporter an dem Ruf, den sie vielfach genießen, nicht in allen Fällen schuldlos. Eine Anzahl von Bildberichterstatern ist der Meinung, daß sie künstlerische Eigenwilligkeit demonstrieren müsse. Sie schimpfen über die Spießer, die ihnen das verübeln. Ich meine dagegen, daß die ärgsten Spießer die sind, die zur Hebung ihres Selbstbewußtseins betonte Extravaganz zur Schau tragen müssen. Meist geht es nur darum, aufzufallen. Gerade weil der Fotoreporter nicht selten gezwungen ist, seine Ellbogen zu gebrauchen, sollte er durch ruhiges Auftreten, taktvolles und unauffälliges Benehmen das wettmachen, was er im Interesse der Sache zuweilen an anderer Stelle versäumen muß. Ein Presseausweis ist kein internationaler Freifahrtschein für Ungeniertheit.

Bei der Kleidung beginnt es. Buntscheckige Camping-Kleidung und reinigungsbedürftige Trenchcoats sind sehr selten angebracht. Selbstverständlich muß sich der Fotoreporter praktisch, sozusagen wetterfest anziehen. Ich bin sogar dagegen, daß ein Bildberichterstatter zum Gala-Empfang im Frack erscheinen muß. Er will ja arbeiten und nicht feiern. Auf dem Sportplatz oder beim Künstlerfest ist ein schwarzer Anzug fehl am Platze. Aber Dreiviertel-Hosen bei der Beerdigung oder ein farbenfrohes Buschhemd bei der normalen Tagesarbeit sind ebenso unpassend. Jeder Fotoreporter muß sich darüber klar sein, daß er seinen Beruf vor den aufmerksamen Augen der Öffentlichkeit betreibt. Er repräsentiert die Presse, seinen Berufsstand und — wem das zu wenig ist — sich selbst. Man kann da ruhig einmal denen auf die Schulter tippen, die das nicht einsehen wollen. Man muß es sogar. Gutes Benehmen hat noch keinem geschadet. Für Egoisten: der Fotoreporter will schließlich in der Öffentlichkeit etwas erreichen, und da ist es angebracht, die Kinderstube nicht zu verleugnen. Die einfachsten Prinzipien der Höflichkeit im Umgang mit anderen Menschen kann jeder beachten. Dem Fotoreporter erleichtern sie die Arbeit. Die wirklichen Könner zeichnen sich auch in diesem Beruf durch Bescheidenheit, Takt und Höflichkeit aus. Womit nicht gesagt ist, daß sie nicht sehr energisch ihre Ideen verwirklichen können. Der Ton macht die Musik. Wer die Sympathien seiner Umgebung erringt und sich harmonisch einfügt, kann unauffälliger, schneller und damit besser arbeiten. Zudem ist die Unbekümmertheit der Nachkriegsjahre vielfach wieder steiferen Formen gewichen: gelegentlich werden reine Äußerlichkeiten sogar überbetont. Wenn

eine Reportage auf dem Spiel steht, muß sich der Fotoreporter den Gepflogenheiten auch in diesen Fällen anpassen.

Während der Wort-Berichterstatter nur mit Papier und Bleistift umgeht, muß der Fotoreporter bei seiner Arbeit mindestens eine Kamera in Betrieb nehmen oder sogar ein Blitzgerät betätigen. Das fällt unweigerlich auf, lenkt das Publikum ab und stört zuweilen. Es hat keinen Sinn, „stur wie ein Panzer“ vorzudringen, seine „Schüsse“ abzugeben und dann zwischen Zuschauern und Szene wie ein hungriger Tiger auf und ab zu pendeln. Das Ergebnis: Proteste des Publikums, verärgerte „Prominente“ und harte Worte. Die Atmosphäre wird gespannt, das Lied vom hemmungslosen Bildreporter ist in aller Munde. Die „Gegenseite“ reagiert mit Verboten und Absperrungen — der Fotoreporter mit gesteigerter Rücksichtslosigkeit. Eins greift ins andere. Am Ende ist keinem geholfen.

Ein paar Vorschläge:

Der Fotoreporter muß sich darüber klar sein, daß seine Arbeit als Störung empfunden werden kann, er soll vorher überlegen, was zu tun ist, und sich so unauffällig wie nur möglich bewegen.

Die „Anderen“, die Behörden, Veranstalter, die „Prominenten“ müssen sich darüber klar sein, daß die Notwendigkeit einer freien Bildberichterstattung nun einmal besteht und im Interesse der Öffentlichkeit nicht verneint werden darf. Wird den Fotoreportern nicht ausreichend Zeit und Raum für ihre Arbeit geboten, helfen sie sich selbst. Die Folgen sind bekannt. Werden (selbst vernünftig begrenzte) Möglichkeiten für die Bildberichterstattung geschaffen, sind die Reporter zufrieden.

Für beide: Druck erzeugt Gegendruck.

Die Fotoreporter müssen Verständnis dafür aufbringen, daß ein Zeitgenosse — und sei er noch so prominent — nicht gerne „fotografisches Freiwild“ sein möchte. Außerdem gibt es Situationen, in denen jeder (durchaus berechtigt) un fotografiert bleiben möchte. Ganz abgesehen davon, daß es jedem normalen Menschen auf die Nerven geht, wenn er alle zwei Minuten durch ein Blitzlicht geblendet wird.

Die „Prominenz“ muß Verständnis dafür haben, daß zu ihren Pflichten auch das Sich-fotografieren-lassen gehört, daß aus durchaus berechtigten Gründen dem Fotoreporter nicht nur eine einzige Aufnahme zur Erledigung seines Auftrages genügt.

Wenn die, die fotografiert werden, die Aufnahme erleichtern, und diejenigen, welche fotografieren, dies möglichst rücksichtsvoll tun, ist schon viel geholfen.

Also: Verständnis für die Nöte, Pflichten und Einwände beider Seiten auf beiden Seiten.

Die Fotoreporter sind eine große Familie. Und wie in jeder Familie gerät man sich zuweilen in die Haare. Es geht um den Vortritt, den besseren Aufnahme-Standpunkt, um alles mögliche. Streit ist nicht immer zu vermeiden, aber nie schön. Er ist es vor allem dann nicht, wenn Außenstehende dabei sind, was ja bei der Arbeit der Fotoreporter wohl immer der Fall ist. Auseinandersetzungen sind peinlich für alle Beteiligten und dem guten Ruf der Fotoreporter nicht eben dienlich. Selbst um den Preis eines Bildes sollte man deshalb als der Klügere nachgeben. In wirklich ernstesten Fällen kann man später unter

vier Augen immer noch einmal darauf zurückkommen. Vielen Streitigkeiten geht man überhaupt aus dem Wege, wenn man auch seinen Kollegen gegenüber höflich und ruhig bleibt. Fairness und Achtung vor der Arbeit des anderen sind selbstverständlich. Neid, Star-Allüren und Besserwisserei garantieren Streit und Mißerfolge. Deshalb: Seid nett zueinander!

Zum Schluß noch ein paar Worte an den Nachwuchs. Daß zur Ausübung des Fotoreporter-Berufes ein begründetes Wissen, Können und Fleiß (neben der notwendigen Begabung) erforderlich sind, wurde dargelegt. Dieser Beruf verlangt ganze Kerle, die künstlerische Phantasie mit präziser Sorgfalt und pffiger Wendigkeit kombinieren können und denen es auch auf körperliche Strapazen nicht ankommt. Im Hause eines Fotoreporters wird das Essen oft kalt, und ein Brötchen muß die Mahlzeit ersetzen. Termine und Aufträge bestimmen den Ablauf des Tages . . . und der Nacht. Wer ein sogenanntes geregeltes Leben mit Bequemlichkeit und ohne Aufregungen liebt, eignet sich nicht für diesen Beruf. Die Mußstunden eines Fotoreporters sind selten.

In vielen Berufen genügen eine abgeschlossene Ausbildung und die Eroberung eines Postens. Das weitere stellt sich dann von selbst ein. Die Ausbildung eines Fotoreporters hingegen ist nie abgeschlossen. Weder die eigentliche, die das sozusagen Handwerkliche betrifft, noch die andere, die alles umfaßt, was man jemals lernen kann. Gerade das ist das Schöne an diesem Beruf: wer ihn ausübt, wird niemals einseitig; immer wieder begegnet er neuen Dingen und Menschen. Selbst als Spezialist, als „Fachmann“ für ein bestimmtes Gebiet der Bildberichterstattung, wird man zur intensiven Beschäftigung mit tausenderlei anderen Fragen gezwungen. Jeder Zweig der Bildberichterstattung ist so eng mit dem Leben der Umwelt verzahnt, daß das einsiedlerische Dasein eines Spezialisten im negativen Sinne des Wortes gar nicht möglich ist. Und: man sieht das Ergebnis seiner Mühe nach kürzester Zeit schwarz auf weiß vor sich.

Der Fotograf benützt die Mittel der Fotografie für eine schöpferische Tätigkeit. Er sieht und berichtet für seine Mitmenschen. Er unterhält und unterrichtet sie. Durch seine Arbeit trägt er zur Gestaltung der öffentlichen Meinung bei. Das sind Aufgaben, wie man sie sich vielseitiger und interessanter kaum vorstellen kann.

Anschriften-Verzeichnis der illustrierten Presse

Aus den Titeln der Publikationen und aus ihrer Einteilung ergibt sich meist von selbst, welche Themen und Motive beim Ankauf bevorzugt werden. Dort, wo es notwendig erschien, sind zusätzliche Bemerkungen angebracht. Selbstverständlich können die Angaben nur allgemeine Richtlinien sein: das Interessengebiet einer Zeitschrift läßt sich niemals in starre Grenzen zwingen. Im übrigen wird nochmals ausdrücklich auf das Kapitel „Überaus wichtig: der Bildverkauf“ hingewiesen.

Das Adressen-Verzeichnis entspricht dem Stand vom Herbst 1956. Obgleich der Verfasser um eine möglichst lückenlose Aufstellung aller Redaktionen, Verlage und Agenturen bemüht war, bei denen ein Angebot lohnen könnte, ist eine Vollständigkeit nicht garantiert. Grundsätzlich wird eine Haftung für Verluste, die aus der Zusammenarbeit mit den genannten Zeitschriften usw. entstehen, nicht übernommen.

Illustrierte, Unterhaltungszeitschriften und Wochenzeitungen

Die angegebenen Redaktionen sind interessiert an:

1. Aktualitäten aller Art (allgemeines Tagesgeschehen)
2. allen anderen Themen, soweit sie in ihrer Bedeutung räumlich und zeitlich nicht zu begrenzt, sondern allgemein interessierend sind
3. Schönbildern, Genre- und jahreszeitlichen Fotos in geringerem Umfang.

*) bedeutet, daß ein zusätzlicher Bedarf an besonders angegebenen Themen besteht, soweit dieser nicht schon aus dem Zeitschriften-Titel hervorgeht.

***) bedeutet, daß die unter 1—3 aufgeführten Themen und Motive nicht oder nur wenig interessieren. In diesen Fällen wurde der Bedarf besonders charakterisiert.

**Allgemeine Jüdische
Illustrierte**
Düsseldorf-Benrath,
Hildener Str. 35a

Allgemeiner Wegweiser
Frankfurt a. M.,
Fürstenberger Str. 147

**Allgemeine Wochenzeitung
der Juden in Deutschland**
Düsseldorf-Benrath,
Hildener Str. 35a

Bertelsmann drei
Gütersloh,
Eickhoffstr. 14

Das Blaue Blatt
Darmstadt,
Rheinstr. 94
* Gesundheitspflege

Bunte Illustrierte
Offenburg/Baden,
Hauptstr. 130

Capriccio
Hamburg 13,
Böttgerstr. 11
** Unterhaltungsmagazin (Film-,
Frauenbilder usw.)

Christ und Welt
Stuttgart O.,
Libanonstr. 5

Deutsche Büro-Illustrierte
Stuttgart W,
Augustenstr. 13-15

Deutsche Illustrierte / abz
Düsseldorf,
Charlottenstr. 82

Deutscher Hausfreund
Koblenz,
Pressehaus

Drei-Mohren-Verlag
Hamburg 21,
Osterbekstr. 43—45
Wöchentlich erscheinende
Bildaushangdienste
* optisch besonders wirksame Fotos

Er
Düsseldorf,
Friedrichstr. 112

Familienfreund
Stuttgart O.,
Landhausstr. 30

Das Fenster
Hamburg 1,
Chilehaus A 1
* Soziale Fragen

Der Feuerreiter
Köln,
Nikolaus-Gross-Str. 14
* Themen aus der Welt der katholischen Kirche
Abendländische Kultur

Frankfurter Illustrierte
Frankfurt a. M.,
Frankenallee 71
* Historische Reportagen, Natur- und Völkerkunde

Gondel
Hamburg 11,
Adolphsbrücke 9—11
** Unterhaltungsmagazin (Film-, Frauenbilder usw.)

Das grüne Blatt
Dortmund,
Thomasstr. 18

Der Hausfreund für Stadt und Land
Speyer a. Rh.,
Gutenbergstr. 20
* Familie

Hauschatz
Nürnberg,
Luitpoldstr. 5
* Familie

Heim und Welt
Hannover,
Am Jungfernplan 3

Heim und Werk
Düsseldorf,
Haroldstr. 37
* Berufe, soziale Fragen

hobby
Stuttgart-W.,
Paulinenstr. 44
** Erfindungen, Technik, Basteln

IBZ (Illustrierte Berliner Zeitschrift)
Berlin-Tempelhof,
Mariendorfer Damm 1—3

Illustrierte Woche
Düsseldorf,
Charlottenstr. 80—86

IWZ
Göppingen,
Rosenstr. 24
* Bilder aller Art aus Südwestdeutschland

Kosmos
Stuttgart O.,
Pfizerstr. 5—7
** Naturwissenschaften, Technik, modernes Wissen

Kristall
Hamburg,
Kaiser-Wilhelm-Str. 6
* Populärwissenschaftliche Themen

Münchner Illustrierte
München 2 BS
Sendlinger Str. 80

Das Neue Blatt
Hamburg,
Kaiser-Wilhelm-Str. 16
* "Human interest"

Neue Illustrierte
Köln,
Breitestr. 70

Neue Post
Düsseldorf,
Königsallee 86

Orion
Murnau/Obb.,
Seidlpark 1
** Naturwissenschaften, Technik, modernes Wissen

Quick
München 2,
Briennerstr. 46

Revue
München 9,
Lucile-Grahn-Str. 37

Das Schönste
München 9,
Harthausener Str. 50
** Zeitschrift für alle Freunde der schönen Künste

Die 7 Tage
Karlsruhe,
Stephanienstr. 18

Sonne für Alle
Baden-Baden,
Herchenbachstr. 7

Der Spiegel
Hamburg 1,
Speersort 1
** Nachrichtenmagazin

Star-Revue
Hamburg 1,
Speersort 1
** Film, Theater, Fernsehen

Der Stern
Hamburg 1,
Speersort 1

Die weite Welt
München 3,
Postfach 25
* Reisen, Expeditionen, Forschung, „Land und Leute“

Weltbild
München 2,
Briennerstr. 46

Welt am Sonnabend
Düsseldorf,
Adlerstr. 22
* Politik

Welt am Sonntag
Hamburg,
Kaiser-Wilhelm-Straße
* Politik

Werner Stenografenzeitung
Hamburg 24,
Armgartstr. 20
* Reise-Reportagen

Westermanns Monatshefte
Braunschweig,
Georg-Westermann-Allee 66
** Kunst, Literatur, Wissen-
schaft (Technik)

Wochenend
Nürnberg,
Bachstr. 4—6

ZB-Illustrierte
Köln,
Friesenplatz - Hansahaus
** Natur und Technik, Familien-
fragen

Die Zeit
Hamburg 1,
Curienstr. 1
* Politik

Rundfunk-Zeitschriften

Der Bedarf dieser Redaktionen deckt sich annähernd mit dem der Illustrierten und Unterhaltungszeitschriften. Zusätzlich interessieren Themen, die Rundfunkfragen (Fernsehen) betreffen, und Reportagen über Künstler, die durch den Funk bekannt sind.

Bild und Funk
Offenburg/Baden,
Hauptstr. 130

Funk- und Fernseh-Illustrierte
Stuttgart W.,
Reinsburg Str. 10—14

Funk für Alle
Speyer,
Gutenbergstr. 20

Funk-Stunde
Hamburg-Altona 1,
Allee 87

Funk-Uhr
Dortmund,
Thomasstr. 18

Funk und Familie
Hamburg 13,
Harvestehuder Weg 41

Gong
Nürnberg,
Luitpoldstr. 5

Hören und Sehen
Hamburg 1,
Burchardstraße

Hör zu
Hamburg 11,
Kaiser-Wilhelm-Straße

Radio-Revue
Berlin-Tempelhof,
Mariendorfer Damm 1—3

Frauen-Zeitschriften

Die angegebenen Redaktionen sind besonders interessiert an folgenden Bildthemen: Mode, Wohnung, Haushalt, Familienfragen, Kinder usw.

Brigitte
Berlin-Tempelhof,
Mariendorfer Damm 1—3

Constanze
Hamburg 1,
Burchardstr. 14

Film und Frau
Hamburg 13,
Harvestehuder Weg 14

Die Frau im Spiegel
Lübeck,
Doktor-Julius-Leber-Str. 3—5

Frau und Mutter
Düsseldorf,
Liebigstr. 4

Ihre Freundin
Karlsruhe,
Stephanienstr. 18

Libelle
Düsseldorf,
Blumenstr. 16—18

madame
München 3,
Alzheimer Eck 19

Stimme der Frau
Hamburg 13,
Harvestehuder Weg 41

Jugend-Zeitschriften

Der Buchfink
Baden-Baden,
Herchenbachstr. 11

Die Jugendherberge
Detmold,
Bismarckstr. 21

Die junge Stimme
Stuttgart,
Kornbergstr. 28A

Ju-Mo
(Jugend und Motor)
Hamburg 13,
Böttgerstr. 11

Liliput
Nürnberg,
Luitpoldstr. 5

morgen
(Zeitschrift für kath. Mädchen)
Düsseldorf,
Am Carl-Mosterts-Platz

Pete
Sinzig a. Rh.,
Haus Hubertus

Rasselbande
Hamburg 1,
Burchardstr. 11

Kirchen-Zeitschriften

Evangelische
Frohe Botschaft für jedermann
Berlin-Nikolassee,
Teutonenstr. 22

Kasseler Sonntagsblatt
Kassel W.,
Wilhelm-Allee 254—256

Der Weg
Düsseldorf,
Königsallee 27

Katholische
Allgemeine Sonntagszeitung
Düsseldorf,
Copernicusstr. 15

Die christliche Familie
Essen.
Kibbelstr. 9—15a

Der Dom
Paderborn,
Liborisstr. 1

Frau und Mutter
Düsseldorf,
Liebigstr. 4

Die katholische Frau
Frankfurt a. M.,
Im Trutz 15

Katholisches Sonntagsblatt
Stuttgart O.,
Landhausstr. 25

Kirche und Leben
Münster/Westf.,
Domplatz 27

Liboriusblatt
Hamm/Westf.,
Kentroper Weg 65

Mann in der Zeit
Fulda,
Bonifatius-Haus

Monika
(Zeitschrift für katholische
Mütter und Frauen)
Donauwörth/Bay.

St. Konradsblatt
Karlsruhe,
Steinstr. 17—21

Der Sonntag im Bild
Limburg (Lahn),
Ludwig-Corden-Str. 1

Sport-Zeitschriften

A.D.A.C.-Motorwelt
München 22,
Königinstr. 11a

Das Auto/Motor und Sport
Stuttgart,
Paulinenstr. 44

Der blaue Peter
Hamburg 1,
Glockengießerwall 26
(Segelsport)

Box-Sport
Köln,
Eintrachtstr. 10

Derby
Oldenburg/Oldenburg
Ritterstr. 2—6
(Turniersport, Sport als gesellschaftliches Ereignis)

Fußball-Jugend
Nordhorn,
Hauptstr. 1

Fußballsport
Köln,
Eintrachtstr. 110—118

Fußballwoche
Berlin SW 11,
Dessauer Str. 2

Gute Fahrt
(Zeitschrift für Volkswagen-
fahrer)
Stuttgart,
Relenbergstr. 32

Der Kicker
Köln,
Breitestr. 70

Das Motorrad und Der Roller
Stuttgart,
Paulinenstr. 44

Der neue Sport
Frankfurt a. M.,
Große Eschenheimer Straße

Neue Woche
Hannover,
Georgstr. 52

Niedersachsen-Sport
Lübeck,
Doktor-Julius-Leber-Str. 3—5

Radler und Kraftfahrer
Frankfurt a. M.,
Voltastr. 57

RadSPORT
Köln,
Eintrachtstr. 110—118

Der Sport
Lübeck,
Doktor-Julius-Leber-Str. 3—5

Sport-Beobachter
Essen,
Kibbelstr. 9

Sportbericht
Stuttgart S.,
Eberhardstr. 61

Sportillustrierte
Stuttgart W.,
Augustenstr. 14

Der Sport-Kurier
München 2 BS,
Schließfach

Sport-Magazin
Nürnberg,
Badstr. 4—6

Toto-Illustrierte
Koblenz,
Schloßstr. 44

Foto-Fachzeitschriften

Der Filmkreis
(für Schmalfilm-Amateure)
München 22,
Thierschstr. 11

Fotokamerad
Hann.-Münden,
Haus Schützeneck

Foto-Prisma
Unterwössen/Obb.,
Postfach

Foto-Rundschau
Düsseldorf,
Rosenstr. 39a

Klick
München 22,
Thierschstr. 11

Leica-Fotografie
Wetzlar,
Laufdorfer Weg 57

Photoblätter
Köln-Thielenbruch,
Im Tannenforst 3

Photo-Magazin
München 22,
Thierschstr. 11

Der Photomarkt
Unterschondorf/
Ammersee/Obb.

Zeitschriften für Handel, Gewerbe und Industrie

Aero
(Zeitschrift für die Luftfahrt)
München 25,
Hermann-Lingg-Str. 9

Allgemeine Bäcker-Zeitung
Stuttgart S.,
Olgastr. 87

Allgemeine Fleischer-Zeitung
Frankfurt a. M.,
Neue Mainzer Str. 14—16

**Allgemeine Hotel und
Gaststätten-Zeitung**
Stuttgart S.,
Olgastr. 87

Bäcker-Zeitung
Alfeld (Leine),
Bahnhofstr. 7

Die Deutsche Drogerie
Köln,
Worringerstr. 23

Deutsche Fleischerpost
Hamburg 36,
Alsterarkaden 12

Deutsche Friseur-Zeitung
Köln,
Spichernstr. 12

Die Deutsche Gaststätte
Düsseldorf,
Kaiserwerther Str. 124

Das Drogisten-Fachblatt
Darmstadt,
Gerauer Allee 6

Edeka-Rundschau
Hamburg 1,
An der Alster 52

Flugwelt
Köln-Ehrenfeld,
Tieckstr. 5

Gesundes Volk
Stuttgart,
Menzelstr. 24

Die Gesundheit
Krefeld,
Goethestr. 79

**Handwerks- und Gewerbe-
zeitung für Württemberg
und Baden**
Stuttgart O.,
Urbanstr. 49

Handwerks-Zeitung
Düsseldorf,
Breitestr. 7

Hotel und Gastwirtschaft
Hamburg 13,
Frauenthal 6

Lebensmittel-Zeitung
Frankfurt a. M.,
Freiherr-vom-Stein-Str. 7

Nordwestdeutsches Handwerk
Hannover,
Georgwall 4

Stimme des Handwerks
Köln,
Spichernstr. 12

Zeitschriften für Landwirtschaft, Gartenbau usw.

Deutscher Kleingärtner
Hamburg 36,
Poststr. 33

Eisenbahn-Landwirt
Frankfurt a. M.,
Börsenstr. 2

Feld und Wald
(Zeitschrift für Landwirte)
Essen,
Gerswidastr. 2

Der Genossenschaftler
Stuttgart W.,
Johannesstr. 86

Das Landvolk
Hannover,
Hohenzollernstr. 39

**Landwirtschaftliches
Wochenblatt**
München,
Paul-Heye-Str. 2

Die Milcherzeugung
(Zeitschrift für Viehzucht und
Milchwirtschaft)
Hildesheim,
Michaelisstr. 53—60

Der Siedler
Köln-Deutz,
Elberfelder Str. 2

Wild und Hund
(Zeitschrift für Jäger)
Hamburg 1,
Spitalerstr. 12

**Württembergisches Wochen-
blatt für Landwirtschaft**
Stuttgart,
Marienstr. 41

Kundenzeitschriften

Neben dem meist aus dem Zeitschriften-Titel ersichtlichen speziellen Bedarf besteht Interesse an Schmuck- und Schönbildern, Fotos aus dem Familienleben und „Tips für die Hausfrau“. Wo es notwendig erschien, charakterisiert ein Stichwort die betreffende Einzelhandels-Sparte oder den Bildbedarf, der bei Kundenzeitschriften nicht sehr groß, dafür aber außerordentlich konstant ist.

Auf Wiedersehen
(Fleischer)
Gräfelink,
Haberlstr. 1

Bäckerblume
(Bäcker)
Hameln/Westf.,
Felsenkellerweg 25

Die Barmer Ersatzkasse
Nieheim (Kr. Höxter),
Marktstr. 27

- Besser-leben-Zeitung**
Köln,
Oberländer Ufer 94
- Charlott**
(Mode)
Frankfurt a. M.,
Taunus-Anlage 12
- Die Debeka**
Koblenz,
Südallee 15—19
- Dein Leben**
(Familien-Unterhaltung)
Pullach bei München,
Waldstr. 24
- Drogisten-Illustrierte**
Duisburg,
Mülheimer Str. 168
- Eisenbahn-Kinderzeitung**
(der Bundesbahn)
Frankfurt a. M.,
Münchner Str. 54
- Familien-Magazin**
Hamburg-Lokstedt 1,
Osterfeldstr. 18
- Fleischer-Kundenpost**
Hameln/Westf.,
Felsenkellerweg 25
- Frag mich doch**
Frankfurt a. M.,
Neue Mainzer Str. 14
- Frau im Heim**
(Einzelhandel)
Düsseldorf,
Am Wehrhahn 28
- Frisch und froh**
(Milchhandel)
Düsseldorf,
Am Wehrhahn 28
- Gesichertes Leben**
Frankfurt a. M.,
Goethestr. 29
- Der gesunde Mensch**
(Krankenkasse)
Dortmund,
Ruhrallee 92
- Hausfrauenblatt**
Hamburg-Lockstedt 1,
Osterfeldstr. 18
- Illustriertes Tankstellen-
Magazin**
Nürnberg,
Wodanstr. 75
- Jolanthe**
(Fleischer)
Hamburg-Lockstedt 1,
Osterfeldstr. 18
- KKH-Rundbrief**
(Krankenkasse)
Hannover,
Herrenstr. 14
- Die kluge Hausfrau**
(Edeka-Zeitschrift)
Hamburg 1,
An der Alster 52
- Komm mit in die weite Welt**
Essen,
Gerswidastr. 2
- Kunden-Illustrierte**
(Einzelhandel)
Essen,
Gerswidastr. 2
- Das Lebenslicht**
(Lebensversicherung)
Stuttgart W.,
Reinsburgstr. 19
- Lesering-Illustrierte**
Gütersloh,
Eickhoffstr. 14—16
- Die Lesestunde**
Darmstadt,
Gerauer Allee 6
- Lockende Linie**
(Haar- und Schönheitspflege)
München 15,
Lindwurmstr. 12
- Lukullus**
(Fleischer)
Hameln/Westf.,
Felsenkellerweg 25
- Magazin der Hausfrau**
München 2,
Rindermarkt 3—4
- Meine DAK**
Hamburg 36,
Holstenwall 3—5
- Mein Eigenheim**
(Bausparkasse „Wüstenrot“)
Ludwigsburg,
Hohenzollernstraße
- Milchmagazin**
Kassel,
Ludwig-Mohr-Str. 5
- Monatsblätter aus der Drogerie**
Preetz (Holstein),
Wakendorfer Str. 61
- Der Motortip**
(Kraftfahrzeughandel)
Bergisch-Gladbach,
Hauptstr. 71
- Neue Apotheken-Illustrierte**
Frankfurt a. M.,
Friedrich-Ebert-Anlage 42
- Nimm mich mit**
(Einzelhandel)
Köln-Braunsfeld,
Fürst-Pückler-Str. 78

Nordsee-Illustrierte
(Fischerei, Seefahrt, allg.
Aktualitäten)
Hamburg,
Burchardstr. 14

Nürnberger Phototrichter
(Photographie)
Nürnberg,
Voigtländer Str. 7

Prima
Darmstadt,
Eschollbrücker Str. 26

Privat
(Strumpf-Industrie)
Stuttgart,
Richard-Wagner-Str. 10

**Ratgeber für Kranke und
Gesunde**
(Apotheken)
Büderich bei Düsseldorf,

Die Rewe-Post
(Familienblatt-Genre)
Köln,
Jakordenstr. 3—11

Der Sonntagsbraten
(Fleischer)
Hamburg-Groß Flottbek,
Wichmannstr. 4

Welt im Buch-Illustrierte
München 19,
Romanstr. 7—9

Kalender-Verlage

Die bevorzugten Motiv-Gruppen sind nach der Kalender-Produktion der letzten Jahre jeweils angegeben. Bei einzelnen Verlagen besteht die Möglichkeit, wirklich ausgezeichnete Fotos geschlossen für einen Kalender zu verkaufen.

Hans Andres Verlag
Hamburg,
Liebermannstr. 41
(Städte, Tiere, Kinder)

Deutscher Jugend-Verlag
Münster,
Postfach
(Jugend, Wandern, Heimatbilder)

Bildverlag Eugen Dod
Stuttgart S.,
Eierstr. 89
(Landschaften)

Walter Flehsig Verlag
Darmstadt,
Hindenburgstr. 42
(Landschaften, Städtebilder, Tiere,
Kinder)

Verlag Carl Gerber
München 5,
Angerstorstr. 2
(Landschaften, Städte)

**Kleins Druck- und Verlags-
anstalt GmbH.**
Lengerich (Westf.),
Schulstr. 44—48
(Blumen, Tiere, Kinder, Heimat-
bilder)

Adolf Korsch-Verlag
München 13,
Schellingstr. 103
(Heimatbilder, Tiere, Menschen in
der Natur)

Wilhelm Limpert-Verlag
Frankfurt a. M.,
Liebfrauenstr. 4
(Tiere)

Kunstverlag Michel
Nürnberg,
Hummelsteiner Weg 33
(Blumen, Alpen-Motive, Kinder)

Emil Müller Verlag
Wuppertal-Barmen,
Steinweg 14
(Heimatbilder)

**Neue Darmstädter Verlags-
anstalt GmbH.**
Darmstadt,
Holzhofallee 36
(Fußball)

Paul Paray
Hamburg 1,
Spitalerstr. 12
(Jagd, Wald-Motive, Tiere)

Popp-Verlag
Heidelberg,
(Heimatbilder, Blumen, Tiere)

**Verlag Rautenbeg und Möckel
Leer (Ostfriesland),**
Norderstr. 29/31
(Heimatbilder aus Ostdeutschland,
Schlesien, Ostpreußen usw.)

Verlag Sankt Georg
Neuß am Rhein,
Krefelder Str. 15
(Pferde, Sport)

Hans Schwarz Verlag
Großlattengrün (Oberpfalz)
(Heimatbilder, Tiere, Menschen in
der Natur)

W. Spemann Verlag
Stuttgart O.,
Pfizerstr. 5—6
(Landschaften, Tiere, Städtebilder,
Blumen, Gartenbau, Schönbilder
allgemeiner Art)

Karl Wachholtz Verlag
Neumünster
(norddeutsche Heimatbilder)

Pressebild-Agenturen . Pressebild-Vertrieb-Unternehmen

In jedem Fall ist angegeben, welche Motiv-Gruppen bevorzugt in den Vertrieb übernommen werden und ob ein aufnahmefähiger Bilderdienst herausgegeben wird.

The Associated Press GmbH.
Bilderdienst
Frankfurt a. M.,
Moselstr. 27
(Bilder aller Art, umfangreicher
Bilderdienst)

**Bavaria-Verlag Pressebild-
Vertrieb**
Gauting vor München,
Waldpromenade 22
(Einzelbilder und Bildserien meist
nicht-aktueller Natur)

Bayerische Bild-GmbH.
München,
Liebherrstr. 5
(Einzelbilder und Serien aller Art)

Conti-Press
Hamburg 1,
Speersort 1 (Pressehaus)
(Hamburger Bilderdienst, aktuelle
und Schönbilder)

Copress
München 13,
Schellingstr. 39—41
(Bildserien, Schönbilder)

**dpa-Bild, Bilderdienst der
Deutschen Presse-Agentur
GmbH.**
Hamburg 13,
Mittelweg 38
(umfangreicher Bilder- und Klischee-
dienst, Einzelbilder und Bildserien
aller Art.
Landesbüros mit eigenen Regional-
Bilderdiensten in Berlin, Düssel-
dorf, Frankfurt, Hamburg, Mün-
chen, Nürnberg, Stuttgart)

G & G-Pressedienst
(Verlag Graberg und Görg)
Wiesbaden,
Frankfurter Str. 5
(Vertrieb unpolitischer Matern-
seiten)

ILA-Pressbild-Zentrale
Hamburg 1,
Lohmühlenstr. 1
(Bilder- und Klischeedienst, Bild-
serien und Einzelbilder)

Keystone GmbH.
München 22,
Thierschstr. 11
(Bilderdienst, Einzelbilder und
Bildserien)

Klaus Kindermann
Berlin-Wilmersdorf,
Nassauische Str. 54—55
(aktueller Pressebilderdienst)

K.N.A. Pressebild
(Katholische Nachrichten-
Agentur Pressebild)
Frankfurt a. M.,
Cronstettenstr. 6a
(Bilder aus dem Leben der katho-
lischen Kirche, Sozialprobleme,
Naturbilder)

Mainzer Illupress
Mainz,
Münsterstr. 19—21
(Illustrierter Presse- und Matern-
dienst)

Mauritius-Verlag
Mittenwald (Obb.),
(Bildserien, Einzelbilder für
Feuilleton)

Presse-Seeger
Ebingen (Württemberg),
Färberstr. 21
(Bildserien und Einzelbilder,
Schönbilder)

Max Schirner
Pressebild-Verlag
Berlin-Charlottenburg 9
Reichsstr. 105
(aktuelle und Sportbilder)

United Press Photos
Frankfurt a. M.,
Taunusstr. 10
(umfangreicher Bilderdienst,
Einzelbilder und Bildserien)

Internat. Foto-Agentur
Paula Wehr
München 13
Tengstr. 24
(Spezialität: Bildserien)

Neue und bewährte UMSCHAU-Fotobücher!

Walter Wissenbach über TIERFOTOGRAFIE

Format 14,8 x 21 cm, 96 Seiten mit mehr als 60 Wiedergaben lebendiger Tieraufnahmen, lackierter Halbleinenband, DM 5,50

Wie bringt der Autor solche Bilder fertig? Sind es Tricks, Geheimrezepte oder -apparaturen, die ihm helfen? Wo kann man etwas über seine Methoden, seinen Werdegang erfahren? Das vorliegende Buch gibt in seinen eigenen Worten, seinen eigenen Bildern die Antwort auf alle diese Fragen und vermittelt viele praktische Ratschläge für den Tierfotografen.

JOSEF MAKOVEC

SPORTFOTOGRAFIE - ein Sport für alle

Format 14,8 x 21 cm, 80 Seiten, 24 Bildseiten auf Kunstdruckpapier, lackierter Halbleinenband, DM 4,90

„Josef Makovec hat die Spielregeln und wertvollen Tips aus seiner Praxis zu einem Büchlein zusammengestellt, nach einem halben Hundert Sportarten übersichtlich geordnet und durch 37 beispielhafte Schnappschüsse ergänzt. Im Plauderton erfährt der Leser alles Wichtige vom rechten Standplatz bis zur richtigen Belichtungszeit, Tips für die Filmwahl und die Arbeit in der Dunkelkammer.“

Frisch, lebendig, spannend und dabei doch immer belehrend und anregend:

SCHNAPPSCHUSS - Das Fotobuch für junge Menschen

Herausgegeben von Bernd Lohse, L. Fritz Gruber, Hans Geifes.

320 Seiten, über 300 z. T. ganzseitige Abbildungen mit nahezu 50 fachlichen Aufsätzen, spannenden Erlebnisberichten, vielen praktischen Anregungen und Tips; dazu ein ausführliches Lexikon fotografischer Fachausdrücke, Format 16 x 22 cm, Hln. mit zweifarbigen Schutzumschlag, DM 9,80

So begeistert urteilt die Jugend: „Ausgezeichnet! Es ist eine reiche Fundgrube für alle Gebiete der Fotografie, lehrreich, ohne ‚belehrend‘ zu wirken, spannend und doch präzise.“ „Schnappschuß kann begeistern! Es ist genau der richtige Ton gefunden, der bei uns jungen Menschen anklingt.“

Die hohe Schule der Leicafotografie in 4. Auflage:

Die LEICA in Beruf und Wissenschaft

Herausgegeben von Heinrich Stöckler, GDL

350 Seiten mit 200 ein- und 62 mehrfarbigen Abbildungen, Format 15,5 x 21,5 cm, Ganzleinen, DM 19,80

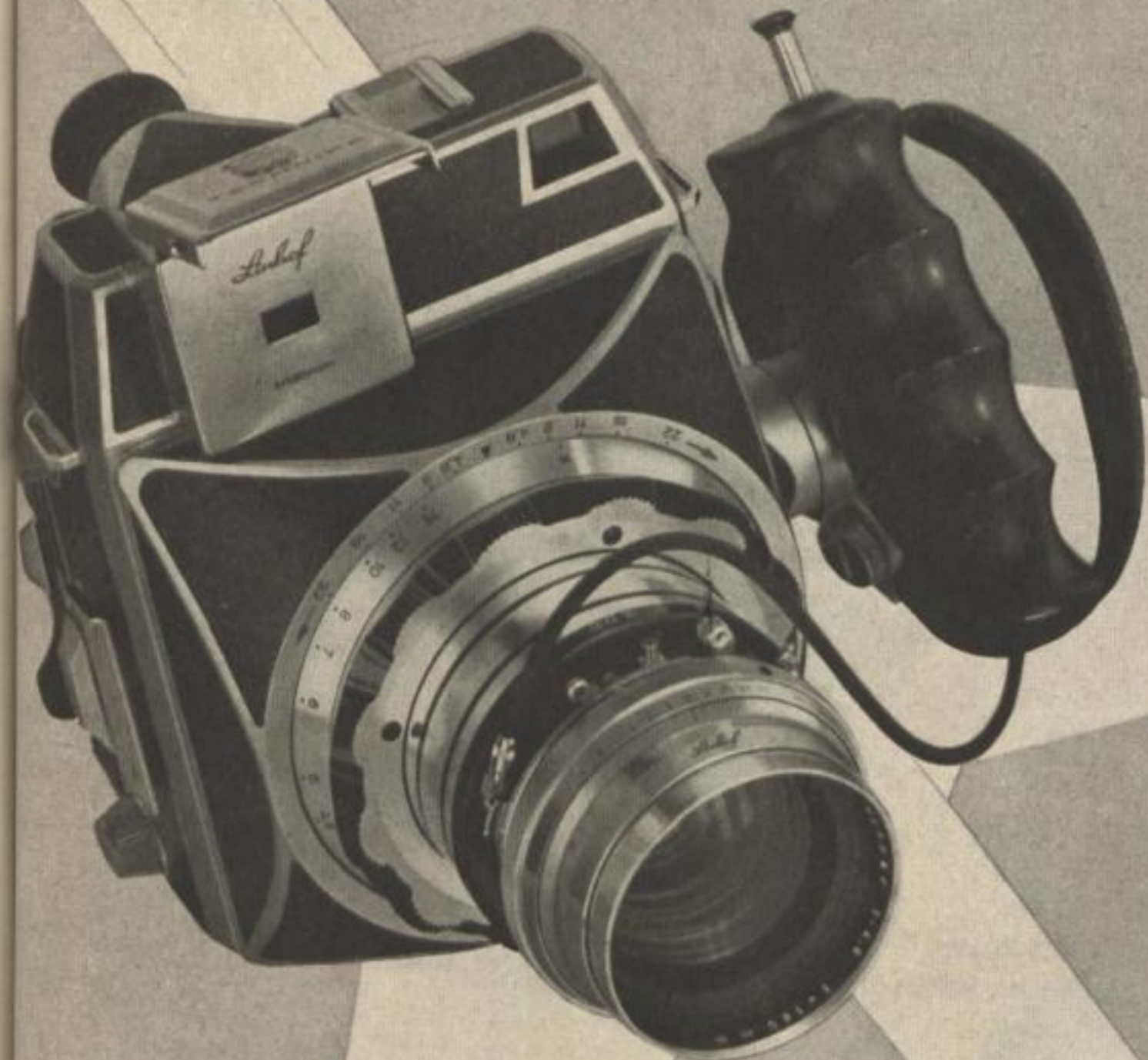
Englische Ausgabe:

The LEICA in professional practice DM 30,—

Ein Buch besonderer Prägung, das in erster Linie für die berufliche Leica-Arbeit und die wissenschaftliche Forschung genaue Anleitungen gibt.



UMSCHAU VERLAG · FRANKFURT A. M.



Eine Großbild-Kamera
mit dem Temperament
der „Kleinbild“!

Das ist die
TECHNIKA PRESS 6x9

Sie weist alle Vorzüge auf, die
sich der moderne Pressefoto-
graf für sein Arbeitsgerät
wünscht:

Noch schneller,
denn ihre Schnellwechsel-
einrichtung gestattet im Hand-
umdrehen den Austausch von
Negativmaterial aller Art, von
der Platte bis zum Farbfilm.
Noch handlicher
durch den Patent-Formgriff.
Noch universeller
durch Universal-Meßsucher
und auswechselbare Hoch-
leistungs-Objektive, sowie
Schwenkrahmen.

TECHNIKA
p r e s s

Linhof

PRÄZISIONS-KAMERA-WERKE · MÜNCHEN 25

Fotografieren einfacher und schneller



C
O
M
P
U
R

Ein rassischer Hund! –
Dieses lohnende Motiv verlangt
ausgedehnte Schärfentiefe! –
Also wählen Sie Blende 11.
Die Belichtungszeit – 1/60 sek –
stellt sich dabei automatisch ein.
Nun noch eine Aufnahme im Sprung!
Natürlich mit 1/500 sek! –
Denn dieses Motiv verlangt Bewegungsschärfe.
Jetzt stellt sich automatisch die richtige
Blende 4 ein.

Wie ist das möglich?

- Sie ermitteln den Lichtwert am Belichtungsmesser, entnehmen ihn einer Tabelle oder können ihn auch schätzen.
- Mit einem Griff stellen Sie den LW am Synchro-Compur ein.
- Dann passen Sie nur noch die Belichtungszeit jeweils der Bewegung des Motivs an oder beeinflussen mit der Blende die Schärfentiefe. Der einmal eingestellte Lichtwert gibt Ihnen dabei automatisch zu jeder Blende die richtige Zeit und zu jeder Zeit automatisch die richtige Blende.



SYNCHRO-COMPUR

mit Lichtwert-Einstellung und Selbstausröser

4

PERUTZ GMBH MÜNCHEN



Der Photo-Tag wird länger

mit
25°
DIN

Ein Film für Aufnahmen, die außerordentliche Empfindlichkeit in Verbindung mit bester Brillanz und Schärfe verlangen. Durch kleine Blenden märchenhaft viel Tiefenschärfe! Größte Aufnahmesicherheit durch kürzeste Belichtungszeiten. Der richtige Film für Schlechtwetter, bei normaler Innenraumbeleuchtung und jedem Kunstlicht.

PERUTZ PEROMNIA-25

Nützen Sie die volle Empfindlichkeits-Reserve aus
Unsere Empfehlung zur Einstellung der Belichtungsmesser:
bei Tageslicht zu belichten wie 28° DIN,
bei Kunstlicht zu belichten wie 30° DIN.



Die

OMNICA

ist eine

echte

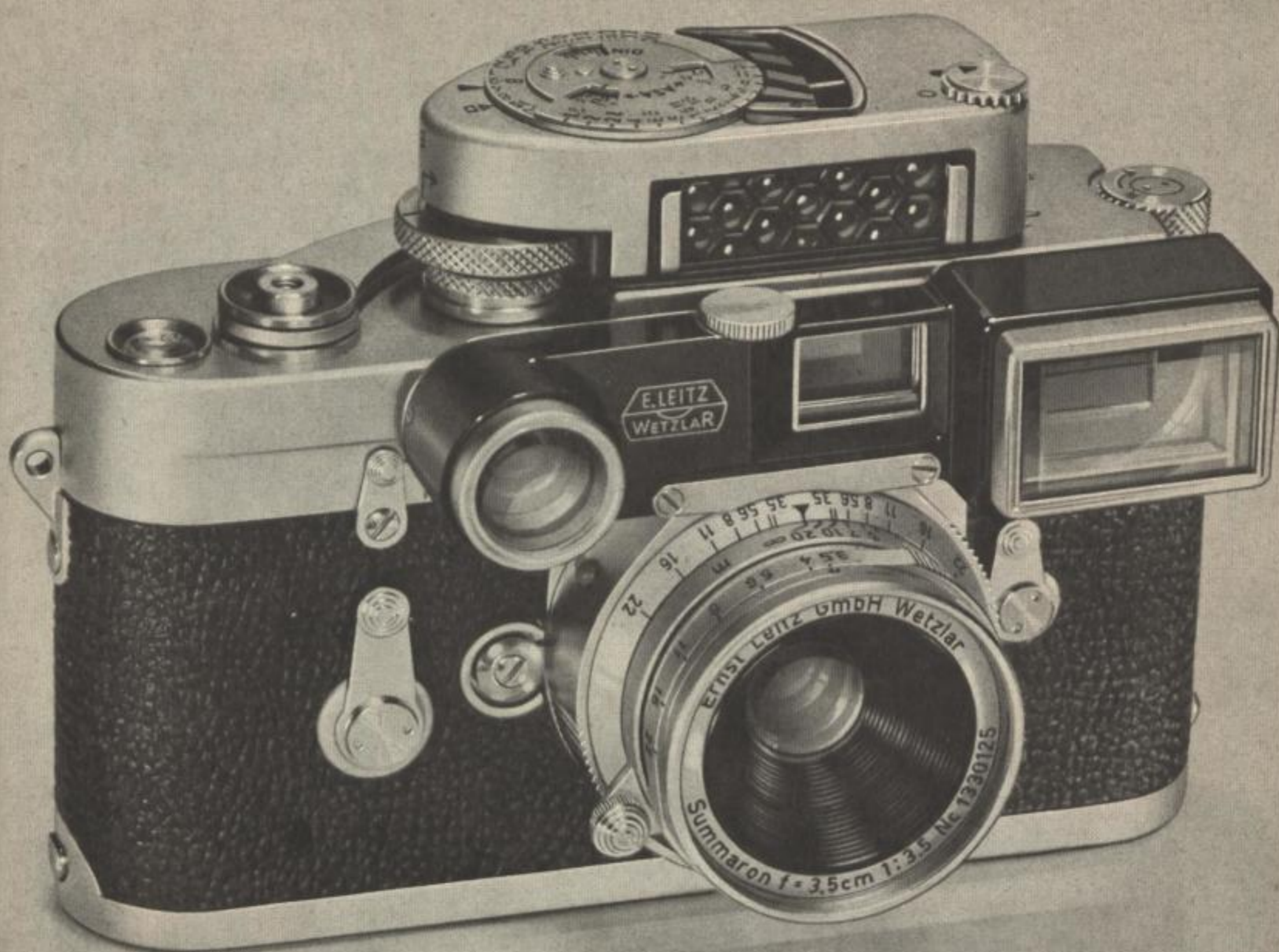
Universal-

Bereitschaftstasche



*Echte Bereitschaft heißt
für den Pressephotographen,
daß jedes Zubehörteil
überlegt am rechten Platz
sitzt – so wie die Hand es
braucht und rasch erreicht.*

LEDERWARENFABRIK KRITZLER KG
REBBELROTH BEZ. KÖLN



LEITZ
Leica

Schnell, vielseitig und zuverlässig –
die Kamera für den Bildbericht.

Mit eingebautem automatischem Meßsucher
für 4 Brennweiten von 3,5 cm bis 13,5 cm.

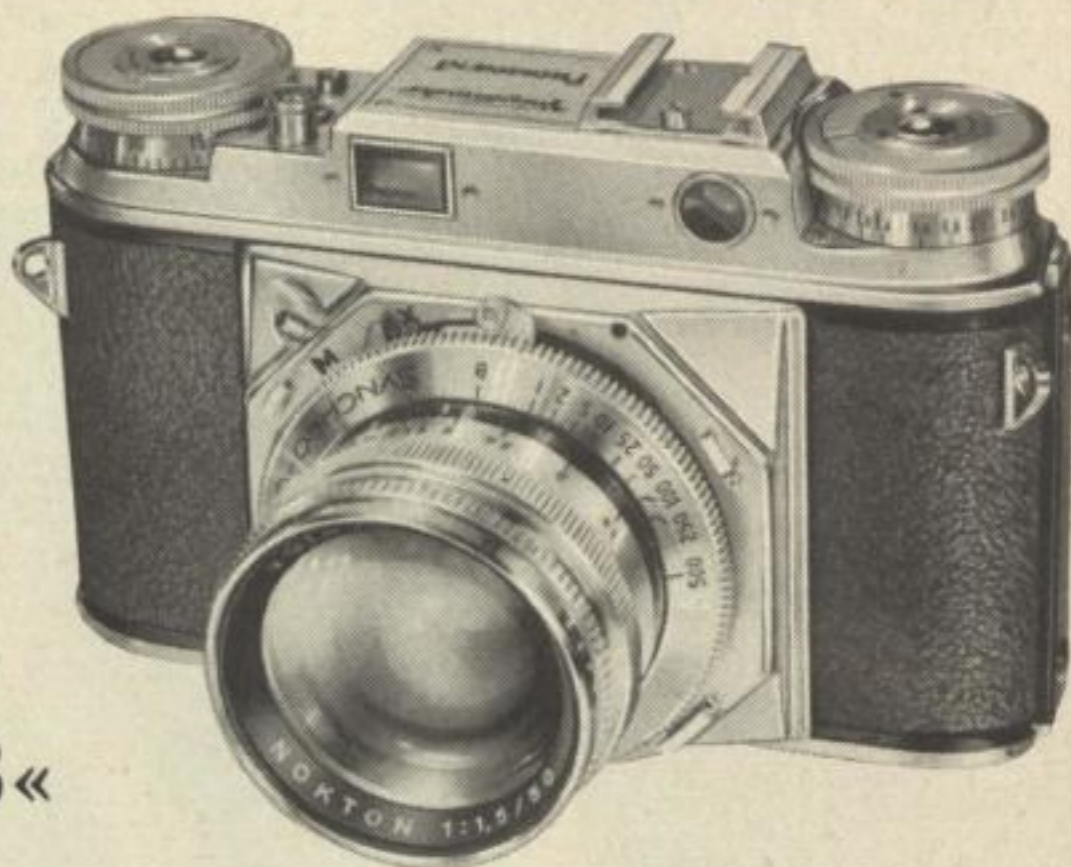
ERNST LEITZ GMBH WETZLAR

200 JAHRE

Voigtländer

PROMINENT

20 bzw. 36 Aufnahmen 24 x 36 mm



Bilder »nach Maß«

Das volle Negativ-Format bei jeder Aufnahme ausnutzen zu können – das ist ein entscheidender Vorteil der PROMINENT. Kein Stück des Negatives braucht »verschenkt« zu werden: vom Weitwinkel bis zum Tele stehen Ihnen Brennweiten zur Verfügung, die schnellste Anpassung an die jeweilige Aufnahmesituation ermöglichen.

Jedes dieser Wechselobjektive gehört zur weltbekannten Reihe der Voigtländer Hochleistungs-Objektive. Das heißt: Ausnutzung der vollen Lichtstärke ohne Verlust an Scharfzeichnung und bei Coloraufnahmen unverfälschte Farbwiedergabe. Und nur der Zentralverschluß – bei der PROMINENT in Spezialausführung mit Doppellamellen – gestattet die Vollsynchronisation des Elektronen-Flash bis zu 1/500 sec!

VOIGTLÄNDER PROMINENT 24 x 36

mit Nokton 1:1,5/50 DM 595.- | Verschluß: Synchro-Compur 1–1/500 sec
mit Ultron 1:2/50 DM 495.- | mit Selbstauslöser.

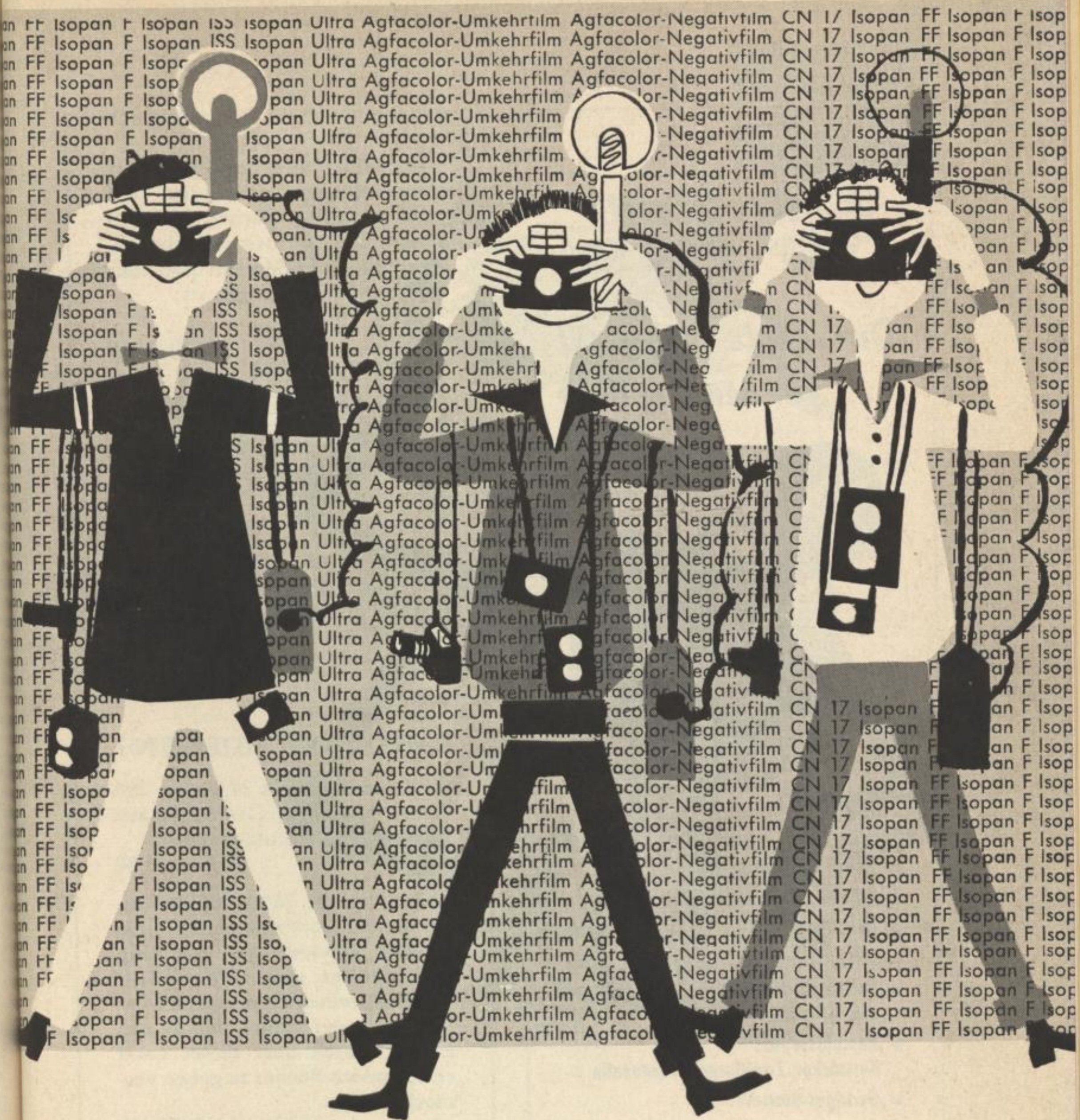
Zusatz-Objektive:

Tele Dynaron 1:4,5/100 DM 200.-, Weitwinkel Skoparon 1:3,5/35 DM 220.-

Darüber hinaus steht ein ganzes System von Spezialzubehör zur Verfügung, das dem PROMINENT-Besitzer praktisch alle Gebiete der Fotografie erschließt: Nahaufnahmen, Reproduktionen, Mikro- und Makro-Aufnahmen.



weil das Objektiv so gut ist



Agfa Filme

**Von Bildreportern erprobt
von Bildreportern bevorzugt
jeder Aufgabe gewachsen:**

**Konturenscharf und feinkörnig
tonwertrichtig · robust in der
Verarbeitung · tropentauglich**





Das ideale Blitzgerät für den Reporter



- ▶ Hoher Bedienungskomfort
- ▶ Schnellste Blitzfolge (3 Sekunden!)
- ▶ Über 200 Blitze aus einer Akkuladung
- ▶ Leistungumschaltung am Lampenstab
- ▶ Einfachste Leuchtwinkel-Umstellung von 50° auf 90°
- ▶ Anschlüsse für:
Verstärker, Zweitlampe, Photozelle
- ▶ Geringes Gewicht

Fordern Sie bitte
unseren Gesamtkatalog

GESELLSCHAFT FÜR MULTIBLITZGERÄTE
DR.-ING. D. A. MANNESMANN MBH
WESTHOVEN BEI KÖLN

Unmittelbar aus der Praxis der Pressefotografie entstanden zwei reich illustrierte Bücher, die jeden fesseln, dem an einem realistischen, lebendig geschilderten Bild der Welt von heute gelegen ist:

BERND LOHSE

AUSTRALIEN UND SÜDSEE HEUTE

Großformat 18,5 x 24,5 cm, 212 Seiten, 168 Fotos auf holzfreiem Kunstdruckpapier. Ganzleinen mit zweifarbigem Schutzumschlag

DM 15,80

„... eine eindringliche Mischung von Sachlichkeit und Bluteswärme“

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG

BERND LOHSE

KANADA - LAND VON MORGEN?

Großformat 18,5 x 24,5 cm, 216 Seiten, 124 Fotos. Ganzleinen mit zweifarbigem Schutzumschlag

DM 15,80

„Nicht nur die 124 geschickt ausgewählten, hervorragenden Aufnahmen, sondern auch der klug und gepflegt geschriebene Text vermitteln einen Eindruck von Kanada, wie ihn keines der in den letzten Jahren über dieses Land erschienenen Bücher zu geben vermochte.“

DEUTSCHE RUNDSCHAU

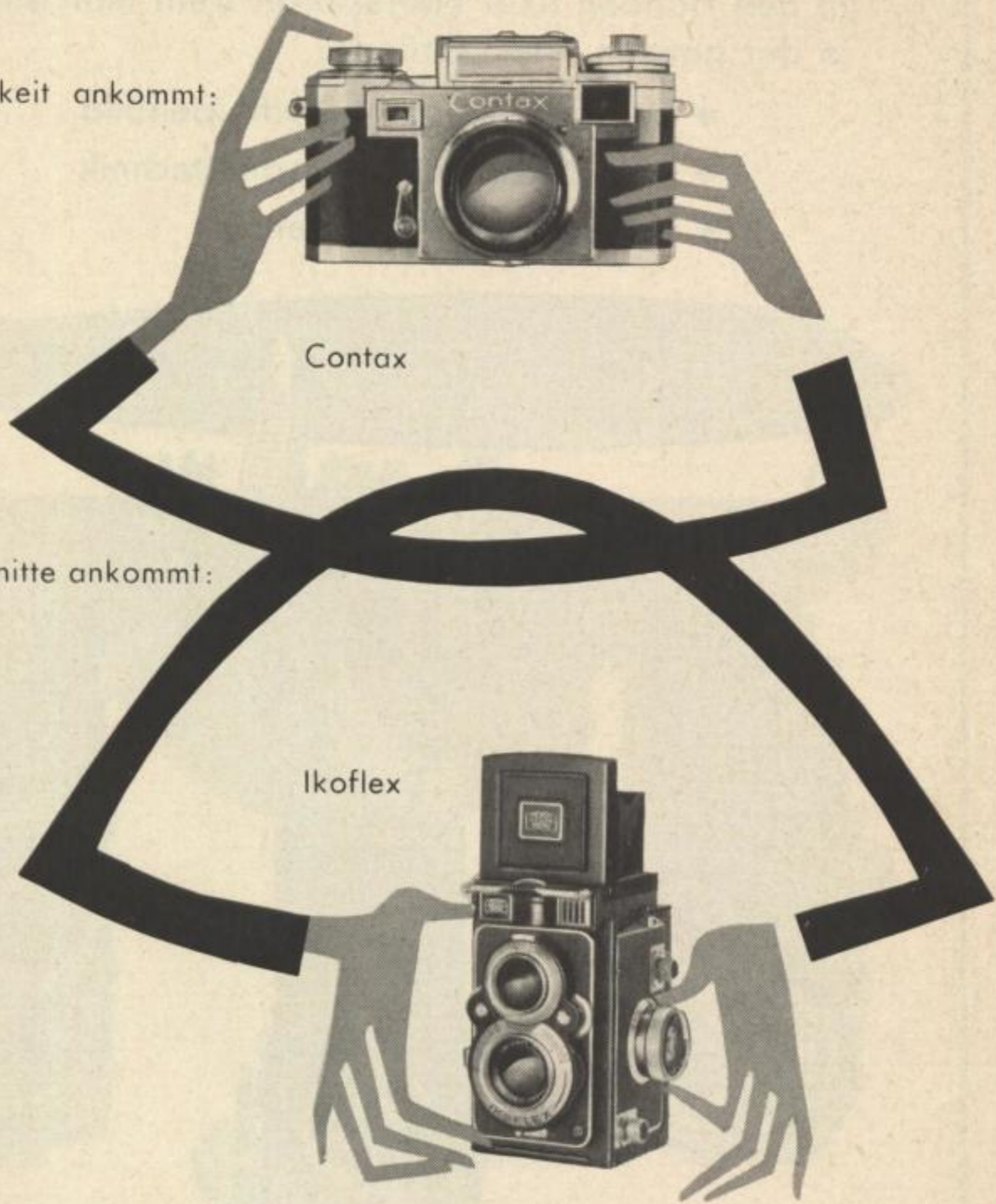
Prospekte auf Wunsch - Bezug durch den Buchhandel



UMSCHAU VERLAG
FRANKFURT/MAIN



Wo es auf Schnelligkeit ankommt:



Contax

Und wo es auf Ausschnitte ankommt:

Ikonflex

Das sind die beiden Zeiss Ikon Cameras, die sich ganz besonders für Pressephotographen eignen.

Die Contax, weil sie neben ihrer Schnelligkeit unter anderem auch noch Auswechsel-Objektive hat, und die Ikonflex, weil sie eine zweiäugige Spiegelreflexcamera im 6x6-Format ist. Obendrein hat sie ein herrlich helles Mattscheibenbild. Das wollten wir Ihnen noch schnell sagen. Übrigens: Jeder gute Photohändler zeigt sie Ihnen gern, die Contax und eine Ikonflex.

Wo was los ist, da ist die Rollei

In den Händen fixer Bildreporter sieht man die ROLLEI in der ganzen Welt. Gründe:

- Originalgroßes Mattscheibenbild
- Automatische Schnellschußtechnik
- Vollendete Aufnahmen.



ROLLEICORD V
ROLLEIFLEX 2.8
ROLLEIFLEX 3.5

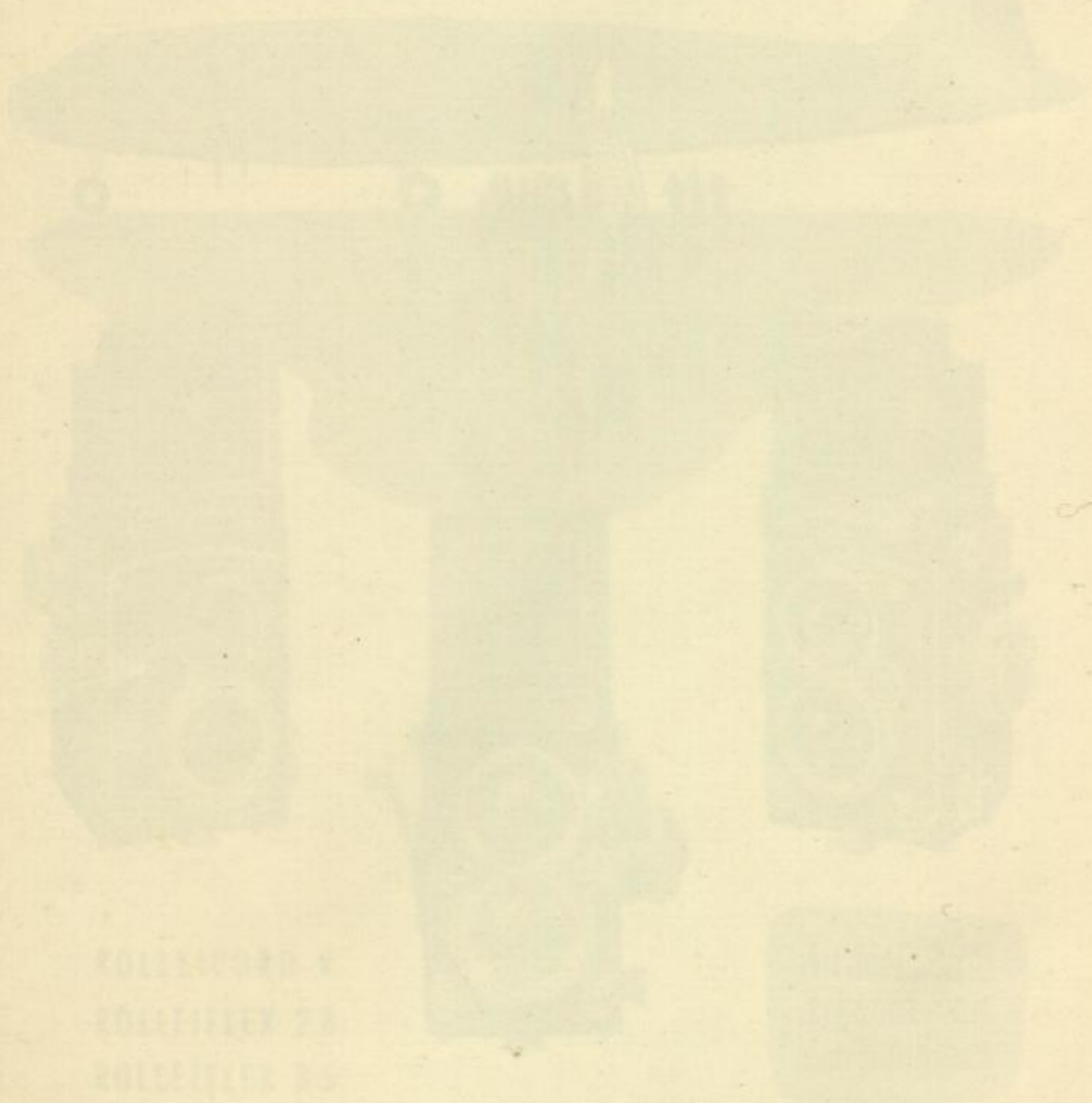
An der **Rollei**
erkennt man
den Kundigen

FRANKE & HEIDECKE · BRAUNSCHWEIG

Wo was los ist, da ist die Rolle!

In den Händen fixer Schneider steht man die ROLLE!
In der ganzen Welt Gründe:

- * Originalgroßer Maßstababbild
- * Automatische Schnittfolientechnik
- * Vollendete Aufnahmen



ROLLESTADT 4
ROLLESTADT 28
ROLLESTADT 35

FRANK F. BECKHOF - BRUNNEN

X

i



Und zum Schluß: Ein „klassisches“ Nachrichtenbild, das gleichzeitig starke Elemente des „human-interest“-Fotos und des Feuilletonbildes trägt — dank des glücklichen Zusammenklangs von Inhalt und Formung: Clown Grock nimmt 1954 „endgültig“ Abschied vom Zirkus. (Aufn.: Jochen Blume.)

SLUB DRESDEN



3 1031614