

DIE BILDAGENTUR IM WANDEL DER ZEIT

Vom Einmann-Betrieb zur führenden Bildagentur der Schweiz: Seit 60 Jahren macht Keystone Bilder sichtbar. Die Vorgeschichte der heutigen Keystone beginnt bereits im Jahr 1891 mit der Gründung der «Keystone View Company» in den USA. Diese war darauf spezialisiert, Schulen mit Stereoskopiebildern von Sehenswürdigkeiten aus aller Welt und den dazu gehörenden Vorführapparaten zu beliefern. Während des Ersten Weltkrieges fusionierte «Keystone View Company» mit der Agentur «Press Illustrated Service». Der ungarische Emigrant Bert Garai (1890-1973) baute die daraus entstandene «Keystone Press» bis zum Zweiten Weltkrieg zu einer der bekanntesten transatlantischen Bildagenturen auf, mit einem Verteilnetz zu den grossen Zeitungskonzernen und mit Filialen in vielen Ländern.

Mit dem wirtschaftlichen Aufschwung nach dem Zweiten Weltkrieg in Europa setzt ein Aufbruch in der Medienbranche ein, neue Illustrierte mit grossem Bildbedarf werden lanciert, technische Umwälzungen im Druckbereich verbessern die Qualität im Zeitungsdruck. In der Schweiz beliefern neben freien Fotojournalisten die Agenturen «Photopress» (seit 1932) und ATP (seit 1936) sowie die Reportageagentur «Presse Diffusion Lausanne» (seit 1937) die Presse mit Bildern. Der Schweizer Journalist Max Schneider (1924-1998) übernimmt von Lotte Sigg, die einige Monate Bilder von Keystone München an Schweizer Wochenblätter verkauft hat, die Vertretung dieser Bilder und gründet im Jahr 1953 am Seilergraben in Zürich eine unabhängige Keystone Filiale. Im Februar 1954 stellt er für zwei Jahre die Fotografin Ilse Mayer-Günther (*1934) ein, die beim Aufbau der Agentur mitarbeitet und in der Schweiz fotografiert, was im Ausland gefragt ist. Im Mai 1956 tritt Hans-Ueli Blöchliger (*1937), der soeben seine Lehre als Fotograf abgeschlossen hatte, der Agentur bei. Der Tagesablauf in der Agentur ist klar geregelt: Jeden Tag treffen mit der Post Couverts mit Bildern von den Keystone-Filialen in London, Paris und München ein, mit pro Sujets je drei Prints. Nachmittags werden mit diesen Bildern die Redaktionen besucht, immer in der Reihenfolge wie die besten Preise pro Bild erzielt werden: Schweizer Illustrierte, Sie+Er, Die Woche, Meyers Modeblatt. Die übriggebliebenen Bilder werden mit der Post an die Zeitungen Tribune de Genève und das St. Galler Tagblatt geschickt.

Keystone übernimmt von ATP, die 1962 von Ringier gekauft wird und vom Markt verschwindet, die Zusam-

menarbeit mit etlichen Bildagenturen europäischer Länder und kann damit ihr internationales Angebot an aktuellen Bildern beträchtlich erweitern. Weitere Fotografen und neu auch Redakteure für die Bildlegenden werden eingestellt. Hans-Ueli Blöchliger, (Blöch, wie er von allen genannt wird) wird nun vom «Mädchen für alles» zum Organisator der Agentur und zum Redaktionsleiter. Er wird bis zu seiner Pensionierung im Jahr 2002 Chefredakteur und prägendes Gesicht von Keystone bleiben. Neu werden nun Fotografen auch an Grossanlässe, wie die Olympischen Spiele, Weltmeisterschaften mit Schweizer Beteiligung geschickt, und Bundesräte auf ihren Reisen ins Ausland begleitet, mit dem Auftrag, mit einem «Schweizer Auge» zu fotografieren.

Als Photopress ihren Cliché-Dienst (die Herstellung von Druckformen aus Kunststoff) einstellt, gewinnt Keystone viele neue Zeitungskunden, von kleinen Zeitungen wie dem Alttoggenburger bis zur NZZ. Ein Bote bringt jetzt mehrmals täglich die Couverts mit den aktuellen Bildern direkt auf die Züge im Hauptbahnhof, von wo aus die Redaktionen in allen Regionen der Schweiz mit der Bahn beliefert werden.

Mit Hilfe von Associated Press, die ab 1974 neu mit Keystone kooperiert, baut die Agentur erstmals ein Bildübermittlungsnetz auf. Damit können pro Stunde vier Bilder an die Redaktionen übermittelt werden – zum Vergleich: heute sind es 10'000 bis 20'000 Bilder, die täglich digital übermittelt bei der Agentur eintreffen. Ende 1980 stellt Photopress ihre Aktivitäten ein und wird von Keystone aufgekauft; Keystone übernimmt deren grosses und gut organisiertes Bildarchiv und etliche Fotografen der Agentur. So gelingt es, Fotografenbüros in allen Regionen einzurichten. Mit dem Namen Photopress wird eine eigene Bild-PR-Abteilung aufgebaut, die sich zur eigenständigen Firma PPR Media Relations AG weiterentwickelt (zu den Dienstleistungen von PPR heute siehe www.pprmediarelations.ch).

Mit KeyColor wird 1980 eine neue Abteilung gegründet, die mit Dias Kunden in den Marktsegmenten Werbung und Publikumszeitschriften gewinnen soll. Daraus entwickelt sich die heutige Creative-Abteilung, die mit hochwertigem Bildmaterial von namhaften internationalen Partnern die Schweizer Werbeagenturen, Magazine und Corporate Kunden beliefert. Die 1980er Jahre sind geprägt von entscheidenden Veränderungen bei den internationalen Bildagenturen, die auch grosse Auswirkungen auf den Schweizer Bildermarkt haben: Reuters übernimmt die UPI-Photo und wird damit zu einem wichtigen Akteur auf dem Bildermarkt. Etwa ein Dutzend eu-

KEYSTONE

ropäische Bildagenturen, darunter Keystone, gründen die European Pressphoto Agency EPA und bauen ab 1985 mit einer Zentrale in Frankfurt ein eigenes News-Fotofaxnetz auf, welches auch den Weltdienst der AFP vertreibt. Die AP wiederum löst ihren Vertrag mit Keystone auf betreibt ab 1985 in der Schweiz einen eigenen vollen Bilderdienst. Keystone bietet neben den Bildern der EPA für einige Jahre die Bilder von Reuters an, während die meisten anderen Keystone-Filialen im Ausland von den grossen Bildagenturen geschluckt werden und als aktive Bildanbieter verschwinden.

Es zeigt sich schnell, dass der Schweizer Markt für zwei vollausgebaute nationale Bildagenturen mit je eigenem Übermittlungsnetz zu klein ist. AP-Photo-Schweiz und Keystone, die im November 1988 in grosszügige, helle Räume einer alten Fabrik an die Grubenstrasse im Aussenquartier Binz umgezogen ist, schreiben Ende der 1980er Jahre beide rote Zahlen. AP stellt im Oktober 1990 den Bilderdienst in der Schweiz überraschend ein, entlässt alle Fotografen und Redakteure und schliesst mit der Agentur Keystone einen langfristigen Partnervertrag. Reuters erneuert den Ende 1990 auslaufenden Vertrag mit Keystone nicht und bietet seither einen eigenen reduzierten Bilderdienst in der Schweiz an.

Mit dem neuen Geschäftsführer und Mitbesitzer Walter Grolimund (*1942) setzt eine Beruhigung und eine langfristige Ausbauphase ein. Zur Ergänzung des aktuellen Bildangebotes wird eine neue Abteilung geschaffen: Die Themenfotografie erstellt mit eigenem Fotografen starke Hintergrundbilder und qualitativ hochstehende Portraits. Die grösste Herausforderung, ökonomisch wie auch organisatorisch, bildet die Digitalisierung des gesamten Bildermarkts. Denn mit dem Internet fallen alle Übermittlungsmonopole, Bilder sind weltweit jederzeit innert kürzester Zeit organisierbar und verfügbar. Keystone, seit 1997 im World Wide Web präsent, rüstet die Fotografen mit digitalen Kameras aus. Zur Jahrtausendwende ist die Newsfotografie vollständig auf digitale Produktion umgestellt. Labor und Postdienst verschwinden, die Kunden werden nur noch digital bedient. Die Organisation von Keystone wird mit neuen Abteilungen Sales, Onlineredaktionen und Bildbearbeitung den Anforderungen des digitalen Zeitalters angepasst und umgebaut.

Auf den 1. Januar 2008 wird Keystone von den zwei Nachrichtenagenturen, der österreichischen APA und der schweizerischen SDA, gekauft und Jann Jenatsch (*1962), der seit 1986 in verschiedenen Funktionen bei Keystone arbeitet, als Geschäftsführer eingesetzt. Mit der Ent-

wicklung der neuen Datenbank und der neuen Website mit differenzierten Features, die 2012 aufgeschaltet wurde, des Aufbaus einer Video- und einer Infografikabteilung und dem Ausbau der Auftragsfotografie antwortet Keystone auf die strukturellen Veränderungen in der Medienbranche und die multimedialen Anforderungen des Bildermarktes.

Heute ist Keystone die führende Bildagentur in der Schweiz mit über 75 Mitarbeitenden, darunter 16 festangestellten Fotografen und einem Dutzend Videojournalisten. Dank dem weltweiten Netzwerk mit Partneragenturen und zahlreichen freien Fotografen bietet Keystone auf ihrer Datenbank über 15 Millionen Bilder an und verfügt über ein historisches Archiv mit über 10 Millionen Bildern, die einen wichtigen Bestandteil des visuellen Gedächtnisses der Schweiz bilden.

August 2017

KEYSTONE