

Inhalt

MALTE ZIERENBERG, ANNELIE RAMSBROCK,
ANNETTE VOWINCKEL
Bildagenten und Bildformate.
Ordnungen fotografischer Sichtbarkeit 7

I. Agenturen

JENS JÄGER
Ikonische Überzeugungsarbeit.
Die Deutsche Kolonialgesellschaft als »Bildagentur« 21

MALTE ZIERENBERG
Die Ordnung der Agenturen.
Zur Verfertigung massenmedialer Sichtbarkeit
im Pressewesen, 1900-1940 44

II. Akteure

ANNETTE VOWINCKEL
Der Bildredakteur.
Genese eines modernen Berufsbilds 69

ROLF SACHSSE
Die Bonner Republik im Bild (1949-1970).
Zur Gemengelage visueller Identitätsproduktion
der jungen Bundesrepublik 90

KATHRIN FAHLENBRACH
Medienikonen und Schlüsselbilder der Revolte um 1968.
Ein diachroner Blick auf Prozesse der Ikonisierung 102

III. Rahmungen und Formate

ULRICH KELLER Fotografie und Begehren. Der Triumph der Bildreportage im Medienwettbewerb der Zwischenkriegszeit	129
ANNELIE RAMSBROCK Verwundete Gesichter, verhindertes Sehen. Medizinische Fotografien des Ersten Weltkriegs	175
CHRISTIAN GEULEN Omaha Beach. Eine Bildergeschichte	202

IV. Private Aufnahmen und öffentliche Bilder

MONIKA DOMMANN Schutz vor Kodak! Die Schaffung einer Privatsphäre für Portraits um 1900	235
MARLINE OTTE »Freundschaft als Spiegel eines anderen Bewusstseins«. Amateurfotografie und emotionale Ökonomie in der DDR	253
LINDA CONZE, ULRICH PREHN, MICHAEL WILDT Sitzen, baden, durch die Straßen laufen. Überlegungen zu fotografischen Repräsentationen von »Alltäglichem« und »Unalltäglichem« im Nationalsozialismus	270
Autorenverzeichnis	299