

**Veranstalter:** Deutsches Historisches Museum

**Datum, Ort:** 23.06.2017–01.01.2018, Berlin

Vowinkel, Annette; Holzer, Anton; Bomhoff, Katrin; Dussel, Konrad; Rössler, Patrick; Deutsches Historisches Museum (Hrsg.): *Die Erfindung der Pressefotografie. Aus der Sammlung Ullstein 1894-1945*. Berlin: Hatje Cantz Verlag 23.06.2017–01.01.2018. ISBN: 978-3-7757-4324-2; 208 S., 200 Abb.

**Rezensiert von:** Michael Grisko, Erfurt

Auf der abgedunkelten Sonderausstellungsfläche im 2. Stock des Pei-Baus im Deutschen Historischen Museum (DHM) fallen sofort zwei Gestaltungselemente ins Auge: Die an Rotationspressen erinnernden Pfeiler, das Wellen schlagende Zeitungspapier der Stellwände und die mit einzelnen Jahreszahlen versehenen Zeitungsstapel, von denen man umgehend die zuoberst liegende Ausgabe greifen und lesen möchte. Es geht um Zeitung, es geht um Fotografie, es geht um Pressefotografie, im Speziellen die des Hauses Ullstein, und es geht um die „Berliner Illustrierte Zeitung“ (BIZ), die erfolgreichste Publikumszeitschrift ihrer Zeit<sup>1</sup>, die 1933 verkauft und 1945 eingestellt wurde.

*Abb. 1*

(Foto: Michael Grisko. Mit freundlicher Genehmigung des DHM Berlin)

Dabei wird der Beginn des Darstellungszeitraumes durch den Kauf der zwei Jahre zuvor erstmals erschienenen BIZ durch Leopold Ullstein 1894 und das Ende durch die Niederlage des Deutschen Reiches im Zweiten Weltkrieg markiert. Innerhalb dieses Zeitraumes folgt die Ausstellungsdramaturgie einem chronologischen Aufbau, der in drei Epochen (1894-1918, 1919-1933, 1933-1945) die zentralen politischen Zäsuren aufgreift. Hinzu kommt eine thematische Insel, die, didaktisch schön und einfach gelöst, in Blätterbüchern das Verhältnis von Original und Abdruck beim gezielten Einsatz von Fotomontage zeigt („Fotografie als Material“). Eine Insel, in der man in Zeitungsreprints blättern kann, eigentlich auch eine schöne Idee, findet sich ebenfalls. Aber entweder brauchte es noch eine Lösung für diese hinterste Ecke in

der Ausstellungshalle oder man hat der eigenen Dramaturgie nicht ganz getraut. Hier will man sich leider nicht hinsetzen.

*Abb. 2*

(Foto: Michael Grisko. Mit freundlicher Genehmigung des DHM Berlin)

Im Vordergrund stehen die Originalfotografien. 345 davon, im Katalog leider nicht komplett abgedruckt, haben die beiden Kuratorinnen aus dem Ullstein-Archiv ausgesucht. Diese werden an den Wänden im Bilderrahmen präsentiert. Die Aura des Originals ist spürbar. Vielfach finden sich Knicke und Markierungen als Arbeitsspuren auf den Bildern, die den ausgewählten Ausschnitt im Arbeitsprozess markieren. Hier wären Hinweise zu den redaktionellen Arbeitsabläufen interessant gewesen, doch diese fehlen vollständig. Als ergänzende Angaben finden sich Druckdaten und einige wenige Hintergrundinformationen zum repräsentierten Ereignis, die gelegentlich durch die in Vitrinen ausgelegten Zeitschriftenoriginale kontextualisiert werden. Leider gibt es kaum einen Vergleich mit Berichterstattungen anderer Zeitungen und Zeitschriften, die einen spezifischen Zugriff der BIZ-Fotografen sichtbar machen würde. Auch der besondere thematische oder bildästhetische Blick einzelner Fotografen – zu denen es zugegebenermaßen schon zahlreiche Einzelausstellungen und -publikationen gegeben hat – wird nicht aufgelöst, sondern nur behauptet.

*Abb. 3*

(Foto: Michael Grisko. Mit freundlicher Genehmigung des DHM Berlin)

Medientechnik und Berichterstattung standen in einem Bedingungsverhältnis: Die Autotypie, der Rasterdruck, vereinfachte das Druckverfahren und machte es billiger. Fotografiert wurde zunächst mit der Plattenkamera, später, in den 1920er Jahren, wurde die Kamera mobiler. Damit änderten sich auch die Motive. Auch der Film und die damit verbundene Wahrnehmung veränderten die Art und Weise der Berichterstattung. Ab 1929 betrieb der Ullstein-Verlag eine Bildtelegrafenanlage, womit sich die Möglichkeiten zeitnaher aktu-

---

<sup>1</sup> Vgl. zu Auflagenzahlen den insgesamt sehr instruktiven Beitrag von Anton Holzer, Nachrichten und Sensationen, in: Ausstellungskatalog. Die Erfindung der Pressefotografie. Stuttgart 2017, S. 26-37.

eller Berichterstattung veränderten, wobei die ersten Versuche noch sehr grobe Raster aufweisen und eine Konkurrenz durch den zunehmenden Abdruck von Fotografien in Tageszeitungen ohnehin gegeben war. Die BIZ reagierte auf die Bildkonkurrenz der aktuellen Presse mit beauftragter Exklusivberichterstattung, etwa aus fernen Ländern. „Die oft aufwändig gestalteten, umfangreichen fotografischen Reiseberichte spielen eine wichtige Rolle in der Weiterentwicklung des Fotojournalismus in Richtung Fotoreportage.“<sup>2</sup> Eine Tendenz, die noch bis heute aktuell ist, war jedoch von Beginn an offensichtlich: Die wachsende Dominanz der Fotos gegenüber dem Text.

Die erste Sektion wartet mit ausgewählten Fotos zu Der Kaiser und die Politik, Waldemar Titzenthaler (1869-1937), Alltagsleben, Sportbilder, Künstler, Zander&Labisch und die Bühne, Technik und Fortschritt, Philipp Kester und seine Agentur, Der Blick in die Kolonien, Frauen in der Welt und Kriegsbilder auf. In der Sektion zur Weimarer Republik finden sich nach dem Eingangsthema Revolution und Politik, u.a. kleine Themenblöcke zu Erich Salomon (1886-1944), Die moderne Fotoreportage, Glamour und Kultur, Martin Munkacsy (1886-1963), Die Schwestern der BIZ, Die Welt von oben und Fotografie als Material.

*Abb. 4*

(Foto: Michael Grisko. Mit freundlicher Genehmigung des DHM Berlin)

Die Zeit von 1933-1945 wird enthält Bilder aus den Bereichen Der Tag von Potsdam, Verfolgung, Führerkult, NS-Politiker als Sympathieträger, Bühnenstars, Modefotografie, Stimmungsbilder, Idole, Lothar Rübel (1901-1990), Blick in die Welt, Antisemitische Propaganda, Kriegsfotografie, Eric Borchert (1911-1941) und Die Heimatfront. Eine wichtige Zäsur war nicht nur der erzwungene Verkauf der BIZ, sondern auch die ab 1939 beobachtbare Propaganda-Berichterstattung, die durch Zensur und die Belieferung der Zeitschriften durch die Propagandastelle gesteuert wurde. Und wieder ist es ein Hinweis aus dem Katalog, der hier einen spannenden Hintergrund liefert: „Die großen Illustrierten erhielten neben Einzelfotos auch vollständig textetete Bildstrecken, die als komplette ‚sto-

ries‘ abgedruckt werden konnten. Bevorzugt behandelt wurde hier der Deutsche Verlag – der von den Nationalsozialisten bis 1937 ‚arisierte‘ Ullstein-Verlag –, in dem auch die BIZ erschien.“<sup>3</sup> Der Verlag konnte deshalb exklusiv auf ausgewähltes Bildmaterial der Propagandakompanien zurückgreifen, da er die *Auslandsillustrierte Signal* des Oberkommandos der Wehrmacht produzierte.

Die Ausstellung lädt ihre Besucher zu individuellen Entdeckungen ein, denn zwischen Paparazzis, embedded Journalists (aus deren Tod noch Propagandastories wurden), Modefotografien von Frauen im Stil der Neuen Sachlichkeit während des Nationalsozialismus und der letzten, wegen des Friedensschlusses dann nicht realisierten, Kriegsausgabe zeigt sie im Wesentlichen keine fotografischen Ikonen, sondern typische Bilder und Entwicklungen der Zeit. Sei es das Paparazzi-Foto von Kaiser Wilhelm II., die wegen der immobilen Kamera und langen Belichtungszeiten gestellten Aufnahmen aus dem 1. Weltkrieg, ein Porträt den Kolonialgebieten, das einen deutschen Kolonialherren stolz neben einem erlegten und aufgehängten Alligator zeigt, die Zeppelin-Bilder über Sibirien oder Hermann Göring beim Eisenbahnspielen.

*Abb. 5*

(Foto: Michael Grisko. Mit freundlicher Genehmigung des DHM Berlin)

Innerhalb der Jahresscheiben werden abschnittsweise unterschiedliche Kategorien der Pressefotografie beleuchtet: Technik, Agenturen, Fotografen und ausgewählte Schwerpunktthemen der jeweiligen Zeit. In den 1920er Jahren gibt es einen Hinweis auf die Ausdifferenzierung des Zeitschriftenmarkts und „Die Schwestern der BIZ“ (UHU, Querschnitt, Dame). Ein Blick auf die weitere Geschichte dieser Zeitschriften fehlt leider ebenso wie eine Fortsetzung dieses Seitenblickes in der Zeit von 1933-1945. Die knappen, nicht über acht Zeilen hinausgehenden Texte zu den Sektionen sind in deutsch und englisch abgedruckt. Zwar gibt es in den Zeitungstapeln kurze Anmerkungen zur Verlagsgeschichte, aber Ausführungen zum damaligen Zeitschriften-

<sup>2</sup>Ebd., S. 33.

<sup>3</sup>AZ, Kriegsfotografie. Die Propagandakompanien, in: Die Erfindung der Pressefotografie, S. 157.

markt zur Einordnung der BIZ bzw. Verweise auf etwaige Vorbilder vermisst man dennoch. Nur einmal findet sich ein kurzer Hinweis, dass unter „dem langjährigen Chefredakteur Kurt Korff (1876-1938) [...] die BIZ zur beliebtesten deutschen Fotoillustrierten und zum wirtschaftlich erfolgreichsten Produkt des Verlages“ wurde. Leider bleibt es in dieser Allgemeinheit: So stellt die Ausstellung fest, dass die Leser im Kaiserreich ein eher „konservatives Kulturverständnis“ hatten, in der Weimarer Republik dann Leser „in allen sozialen Schichten“ erreicht wurden, wobei die BIZ „kein Ort von Avantgarde und Experiment“ war, und im Nationalsozialismus „die BIZ ihren Charakter als beliebtes Unterhaltungsblatt [...] weitgehend erhalten“ konnte. Mehr erfährt der Ausstellungsbesucher nicht über die Leserschaft, die durch ihren Kauf so nachhaltigen Einfluss auf die Themenpolitik der BIZ hatte. Ebenso fehlt ein Blick hinter die Kulissen der Zeitung: Wer entschied über die Themen? Was erhielt ein Fotograf als Honorar? Gab es auch Frauen als Fotografinnen? Wurden die Fotografen in irgendeiner Weise ausgebildet? Wurden Layouter und moderne Typografen beschäftigt? Gab es Umfragen zur Akzeptanz und Reichweite? Wurden crossmediale Strategien verfolgt?

Am Ende bleibt die Frage: Was will die Ausstellung? Eine Darstellung der Zeit in ausgewählten Bildern einer Zeitung? Aber was ist dann der besondere Blick, der besondere, selektive Zugriff, der ggf. auch die Wahrnehmung der Leser strukturierte? Soll es lediglich ein Blick in die Fülle der Bilder sein? Leider verraten die Kuratorinnen ihr Konzept und ihre Auswahlkriterien weder am Anfang noch werden sie im Verlaufe der Ausstellung deutlich. Vielleicht gibt diese Informationen der Audioguide preis? So bleibt die Freude über den Katalog, der im Abdruck zwar nicht an die Qualität und die Aura der Originale heranreicht (und leider einige Fotohighlights nicht abdruckt), aber dennoch viele Hintergründe liefert. Hintergründe, die man wenigstens ansatzweise gerne auch in der Ausstellung gelesen hätte. Aber die Ausstellungsmacher setzen auf die Dominanz des Bildes und misstrauen dem Wort.

Michael Grisko über Vowinckel, Annette; Holzer, Anton; Bomhoff, Katrin; Dussel, Konrad; Rössler, Patrick; Deutsches Historisches Museum (Hrsg.): *Die Erfindung der Pressefotografie. Aus der Sammlung Ullstein 1894-1945*. Berlin 23.06.2017–01.01.2018, in: H-Soz-Kult 05.08.2017.









