

FOTOGESCHICHTE

Heft 170 | 2023 | Jg. 43

Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie

Anne Vitten (Hg.)

Mehr als ein Raum

Das fotografische Atelier:
Kunst, Geschäft, Industrie



INHALT

BEITRÄGE

Anne Vitten	Das fotografische Atelier: Kunst, Geschäft, Industrie. Editorial	3
Catharina Berents, Wolfgang Kemp	Die Contessa und der Comte. Virginia Oldoini und Olympe Aguado: Frühe Autorenfotografie und ihr Umgang mit Studio und Hintergrund	5
Philipp Freytag	„New York schwelgt jetzt in Hintergründen ...“. Zur Industrialisierung und Globalisierung des Handels mit fotografischem Zubehör	13
Mila Ganeva	Between the Studio and the Stage. Elli Marcus's Portrait, Fashion, and Theater Photography	22
Andrea Nelson	A Woman Who Lives for the Camera. Yamazawa Eiko and Studio Photography in Japan	33
Katja Böhlau	Von Licht und Schatten. Hansi Müller-Schorp im Atelier für Foto-Design Willi Moegle	45

FORSCHUNG

Ulrich van Loyen	Once upon a time in the South. Zur Rolle des italienischen <i>foto-libro</i> für die Neuerfindung der italienischen Gesellschaft nach dem Zweiten Weltkrieg	54
Marion Krammer, Margarethe Szeless	Zwischen Unterhaltung und Propaganda. Österreichische Illustrierte im Nationalsozialismus	60

REZENSIONEN

Anton Holzer	Eckhardt Köhn: Franz Pfemfert als Fotograf, Fotofalle 5, Engelrod/Vogelsberg: 2023	66
--------------	---	----

AUTORINNEN, AUTOREN

70

IMPRESSUM

Die Zeitschrift FOTOGESCHICHTE möchte über den Rand der Fotografie hinausblicken. Sie interessiert sich auch für das gesellschaftliche, politische und ästhetische Umfeld fotografischer Bilder. Sie sieht Fotografiegeschichte als Kultur- und Gesellschaftsgeschichte. Die Zeitschrift wurde 1981 von Timm Starl gegründet. Seit 2001 wird sie von Anton Holzer herausgegeben.

HERAUSGEBER

Dr. Anton Holzer (Wien)

REDAKTION

Herbststraße 62/18

A-1160 Wien

Tel.: +43/1/2186409

E-Mail: fotogeschichte@aon.at

Internet: www.fotogeschichte.info

Hier finden sich auch Hinweise für Autorinnen und Autoren.

VERLAG

Jonas Verlag als Imprint von

arts + science weimar GmbH

Eselsweg 17

D-99510 Ilmtal-Weinstraße

Tel. +49(0)3643/83030

E-Mail: info@asw-verlage.de

Internet: www.asw-verlage.de

TITELBILD

Domon Ken, Miyake Sadao: „A Woman Who Lives for the Camera“, Photo Times 17, no. 10, October 1940, Ausschnitt [National Gallery of Art Library, Gift of the Department of Photographs]. Siehe dazu den Beitrag von Andrea Nelson über Yamazawa Eiko und die japanische Studiofotografie in diesem Heft.

BESTELLUNGEN/ABONNEMENT

Einzelheft Print: 26 Euro, Ausland zzgl. Porto

Einzelheft eJournal (PDF): 22 Euro

Abonnement Print: 84 Euro, Ausland zzgl. Porto

Abonnement eJournal: 72 Euro

Alle Einzelbeiträge aus dem Fotogeschichte-Archiv 1981 bis heute sind auch im PDF-Format bestellbar.

Bestellungen unter: www.asw-verlage.de

ANZEIGEN

Anzeigenpreisliste: www.fotogeschichte.info

Bestellung über arts + science weimar GmbH

DRUCK

AALEXX Druck Produktion, Großburgwedel

COPYRIGHT

© 2023 Jonas Verlag als Imprint von arts + science weimar GmbH

Die Weiterverwendung der in dieser Zeitschrift reproduzierten Fotografien und Texte, auch auszugsweise, ist nur gestattet, wenn eine schriftliche Erlaubnis des Verlages vorliegt. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ilmtal-Weinstraße.

ISSN Print 0720-5260

ISSN eJournal 2751-8043

DAS FOTOGRAFISCHE ATELIER: KUNST, GESCHÄFT, INDUSTRIE

Editorial

Das fotografische Atelier ist ein Faszinosum, es bietet Raum für Dienstleistungen und ist gleichzeitig Experimentierkammer für den gesellschaftlichen wie individuellen Ausdruck. Es ist ein Ort sozialer Zusammenkünfte, an den sich vielfältige Erwartungen knüpfen. Das Atelier fungiert als Hintergrund für Aufnahmen aller Art und ist ein Lebensraum für das Business mit Bildern. Im fotografischen Atelier kulminiert auf ganz eigene Art und Weise Persönlichkeit und Öffentlichkeit.

Theoretisch bietet das Atelier Raum für alles, was die fotografische Technik möglich macht. Je nach Ausstattung und Nachfrage ist es auf einzelne Bildgenres spezialisiert, sodass uns Porträtstudios, Studios für Produkt- und Sachfotografie oder abstrakte Fotokunst begegnen. In ihrer Summe bilden sie bis heute eine wichtige, strukturelle Einheit für die professionelle Bildherstellung und Ausbildung von Fotograf*innen in den Metropolen und auf dem Land. Die Ausstattung, der Standort und die personelle Zusammensetzung machen jedes Studio einzigartig – die fotografischen Produkte können sich dabei in Aufbau und Bildsprache ähneln und wirken manchmal fast austauschbar.

Die Klientel tritt mit bestimmten Vorstellungen und Wünschen an die Mitarbeitenden eines fotografischen Ateliers heran. Mit Beginn der kommerziellen Fotografie ab Mitte des 19. Jahrhunderts wurden die Möglichkeiten der Fotografie als Zeichen persönlicher und sozialer Identifikation erkannt, wie im Beitrag von Catharina Berents und Wolfgang Kemp über Olympe Aguado und Virginia Oldoini, beide Teil des Hofzirkels um Napoleon III., deutlich wird. Sowohl Aguado als auch Oldoini setzten sich, unabhängig voneinander, wortwörtlich im Studio in Szene. Erstgenannter dabei in der Rolle als ambitionierter Amateurfotograf und

Oldoini als eigensinniges Modell von Pierre-Louis Pierson.

In den Porträtinszenierungen des 19. Jahrhunderts spiegeln sich westliche Bildtraditionen – häufig wurden romantische Idealisierungen angestrebt, wie man sie von Gemälden kannte. Ein Zusammenspiel aus Dekorationen, Requisiten und vor allem Hintergründen ließ Illusionsräume entstehen, die die Kund*innen mit Hilfe der passenden Kleidung, dem richtigen Zuschnitt und einer finalen Bildbearbeitung durch die Fotograf*innen ausfüllten. Dabei waren der Fantasie keine Grenzen gesetzt: ob Salonatmosphäre mit schwer drapierten Vorhängen, gepolsterten Stühlen, Vasen und üppig gefüllten Obstschalen oder herrschaftliche Parklandschaften mit massiv anmutenden Säulen und einer Bank zum Verweilen.

Schon früh entstand ein globaler Markt für diese Art Zubehör als Teil einer sich internationalisierenden Kulturindustrie. Die Allgegenwart gemalter Hintergründe und anderer Requisiten wurde bislang in erster Linie als ästhetische Absonderlichkeit besprochen. Philipp Freytag nimmt in seinem Beitrag die Produzenten sowie die Herstellung und den Vertrieb dieser Erzeugnisse in den Blick. Im Zentrum steht dabei der Theater- und Dekorationsmaler Washington Lafayette Seavey, der mit seinen Produkten im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts zum Weltmarktführer aufstieg.

Industrialisierung, Globalisierung, rasant fortschreitende technische Entwicklungen, international agierende fotografische Vereine und ihre Organe, die Wissensvermittlung über Handbücher, das Messen auf Weltausstellungen und das Aufkommen institutionalisierter fotografischer Ausbildungsstätten professionalisierten den fotografischen Markt. Immer neue Anforderungen aus Industrie, Medizin und Wissen-



Abb. 1 Erich Andres: Studiofotografie mit Dekoration: ‚Flug über den Drachenfels‘, um 1950, Königswinter, BRD [bpk / United Archives / Erich Andres].

schaft erweiterten die Arbeitsbereiche für Fotograf*innen und Hilfsarbeiter*innen.

Soziale Bewegungen, wie die moderne Frauenbewegung ab Mitte des 19. Jahrhunderts, wirkten sich im Anwendungsbereich der Fotografie auf den sichtbaren Anteil von Frauen aus. Auch, wenn es nachgewiesen bereits ab den 1840er Jahren vereinzelt frauengeführte Studios gab, war die Möglichkeit auf Erwerb im männlich dominierten Atelierwesen meist auf Hilfstätigkeiten beschränkt: Frauen fanden Anstellung als Kopistinnen, Retuscheurinnen oder Empfangsdamen. Der Zugang zu besserer Bildung und die fortschreitende Emanzipation veränderte das Atelierwesen ab Beginn des 20. Jahrhunderts deutlich: immer mehr Frauen gründeten und übernahmen fotografische Ateliers oder standen ihnen vor.

Yamazawa Eiko und Elli Marcus, beide Jahrgang 1899, etablierten sich in ihren Geburtsstädten als Porträtfotografinnen, Eiko in Osaka und Marcus in Berlin. Beide Fotografinnen kamen – unter anderen Umständen und zu anderen Zeiten – in die USA. Eiko temporär als Studentin, Marcus emigrierte dauerhaft. Ihr fotografisches Umfeld überschneit sich zum Teil, beide gelten als Vertreterinnen der „Neuen Frau“. Eiko sah ihr fotografisches Atelier als feministischen und emanzipierten Raum, der es ihr ermöglichte, ihre Karriere nach eigenen Vorstellungen aufzubauen und sich ein weibliches Netzwerk zu schaffen, das zur persönlichen Inspiration,

aber auch zur gegenseitigen Unterstützung diente. Und auch Marcus engagierte nur weibliche Assistentinnen. Andrea Nelson und Mila Ganeva ermöglichen durch ihre biografischen Zugänge vergleichende Perspektiven auf die Anpassungen von Studiopraktiken an sich verändernde Zeiten und Krisensituationen.

Neben der dem Studio innewohnenden und anhaftenden Porträtfotografie, gewann die Sach- und Produktfotografie in Zeiten des Wirtschaftswunders und den damit einhergehenden Werbemaßnahmen, besonders in der BRD, stark an Bedeutung. Welchen Raum die kommerzielle Arbeit eigenen fotografischen Experimenten ließ, wird im Beitrag von Katja Böhlau über die Fotografin Hansi Müller-Schorp deutlich. Ihre Berufsbiografie umfasst eine fotografische Entwicklung über 50 Jahre. Sie gibt persönliche Einblicke in die kollektiven Arbeitsprozesse des florierenden *Ateliers für Fotodesign Willi Moegle* und wirft dabei Fragen nach der Selbstdefinition einer Studioleiterin und ihres Werkes auf.

Das vorliegende Themenheft offenbart, dass das fotografische Atelier vielmehr ist als ein Raum, in dem benötigte Bilder gemacht werden. Das Studio ist ein Ort der Begegnung, der kreativen Freiheit und Selbstdarstellung, es kann ein geschützter Raum für verschiedene gesellschaftliche Gruppen sein, es ist ein wirtschaftlicher Betrieb, es kann zu einer Marke werden. Mit dem fotografischen Atelier verbunden sind Menschen, Studiobetreiber*innen und Mitarbeitende, die diesen Ort prägen und nach außen repräsentieren. Sie bringen erlerntes Wissen, neue Techniken mit in das Studio, adaptieren die Handschrift ihrer Lehrmeister*innen und entwickeln diese für sich weiter. Das Studio muss an fotografische Trends anknüpfen, für sich werben, Kundschaft akquirieren und halten. Technische Entwicklungen müssen aufgegriffen werden, um konkurrenzfähig und erfolgreich sein zu können. Die fotografische Praxis wird dabei durch verschiedene regionale, kulturelle, technische und geschlechterbezogene Gegebenheiten geformt. Wenn die Schwelle der Ateliertür einmal überschritten war, wurde sogar ein Helikopterflug möglich (**Abb. 1**). Das fotografische Atelier: ein nicht zu unterschätzender Mikrokosmos für facettenreiche Perspektiven weiterer Forschungen.