

IV Die Anfänge des Mediums: Die technischen Voraussetzungen und das *photomural* in dekorativen Kontexten

„Customer: ‚Do you make life-size enlargments [sic] from photographs?‘

Photographer: ‚Yes, sir, that’s one of our very special lines.‘

Customer: ‚Well, do one of this for me. It’s a snapshot I took of a whale.‘“¹

Als dieser Witz, eingesendet von einem Leser der *Reading Times* in Pennsylvania, am 13. Juni 1923 in der Mittwochs Ausgabe der Zeitung abgedruckt wurde, waren fotografische Vergrößerungen in Lebensgröße längst technisch durchführbar und wurden in fotografischen Studios überall in den USA praktiziert. Einen fotografischen Abzug in der Größe eines Wals herzustellen erschien jedoch offenbar noch 1923 als ein so unmögliches Unterfangen, dass es zur humoristischen Pointe taugte. Nur zehn Jahre später hatte die Herstellung fotografischer Großabzüge in den USA – nicht zuletzt bedingt durch die Einführung des *P.M.C. Bromide* genannten, großformatigen Fotopapiers durch die Eastman Kodak Company 1930 – allerdings solche Fortschritte gemacht, dass diese ganze Räume umspannten und die Öffentlichkeit in immer neues Erstaunen versetzten.

In seinem umfangreichen Materialband zur diskursiven Genese der Fotografie hat Steffen Siegel 2014 konstatiert, diese sei wohl „innerhalb der Mediengeschichte die erste Innovation [...], bei der Gegenstand und Diskurs zu gleicher Zeit eine öffentliche Sache geworden sind“². Geprägt waren diese Anfänge von der zeitlichen Koinzidenz unterschiedlicher Innovationen und ihrer Bekanntmachung durch Louis Daguerre und William Henry Fox Talbot, die heute gemeinhin als die „Väter“ des fotografischen Verfahrens gelten. Ersterer trat 1839 mit einem knappen zeitlichen Vorsprung mit seiner Erfindung an die Öffentlichkeit und veräußerte die Rechte kurz darauf an den französischen Staat, der die Daguerreotypie der Welt frei zur Verfügung stellte. Es war zu dieser Zeit, dass sich das neue Verfahren auch in den USA rasant zu verbreiten

1 Anon., Pithy Paragraphs, in: *Reading Times*, 13. Juni 1923, S. 14.

2 Steffen Siegel, *Neues Licht: Daguerre, Talbot und die Veröffentlichung der Fotografie im Jahr 1839*, München 2014, S. 484.

begann. Nachdem die Vereinigten Staaten jedoch, so lässt sich vermuten, technisch und politisch zu einer neuen Macht – gerade auch innerhalb des amerikanischen Kontinents – herangereift waren, stellten sie in den 1850er Jahren die europäische Priorität auf dem Gebiet der Fotografie selbstbewusst in Frage und verfolgten verstärkt Ambitionen, diese als Teil einer nationalen Fortschrittsgeschichte zu vereinnahmen. Artikel in Fachzeitschriften wie dem *American Journal of Photography* proklamierten, dass es tatsächlich US-amerikanische Initiatoren gewesen seien, denen die Vorreiterrolle auf dem Gebiet fotografischer Innovationen gebühre, und suggerierten dabei nicht zuletzt die Kontinuität des US-amerikanischen Pioniergeistes. So schrieb etwa der US-amerikanische Chemiker John William Draper im Juni 1858: „For years before either Daguerre or Talbot had published anything on the subject, I had been in the habit of using sensitive paper for investigations of this kind“, und behauptete gleichzeitig, auch der Erste gewesen zu sein, der ein fotografisches Porträt geschaffen habe.³ Ein paar Monate später berichtete das *American Journal of Photography* unter der Überschrift *Who Made the First Collodion Picture?* über einen erfolgreichen Versuch des US-Amerikaners Ezekiel C. Hawkins mit dem Kollodium-Nassplatten-Verfahren im Jahr 1847. Damit wäre Hawkins den Experimenten des Franzosen Gustave Le Gray und des Briten Frederick Scott Archer mit diesem Verfahren ein paar Jahre zuvorgekommen, was den Schluss zulasse „that the origin of the present beautiful methods of the photographic art may be claimed for America“⁴. Die Geschichte des *photomural* ist durchzogen von vergleichbaren Prioritätsbehauptungen. Hier soll nun zunächst ein Blick auf die technischen Voraussetzungen für dessen Genese geworfen werden.

Die Formatfrage trieb schon die Begründer des fotografischen Verfahrens um. So ging etwa William Henry Fox Talbot 1839 davon aus, dass es möglich sein müsse, mit Hilfe einer Linse „einen Entwurf in jedem gewünschten Größenverhältnis zu erweitern oder zu verkleinern“⁵. Tatsächlich gestatteten es jedoch erst das Kollodium-Nassplatten-Verfahren und Vergrößerungsapparate wie die Solarkamera, die sich David A. Woodward 1857 in Baltimore patentieren ließ,⁶ beliebig viele Kontaktabzüge und bis zu lebensgroße fotografische Vergrößerungen herzustellen. Von Letzteren gibt eine in der Forschung bereits bekannte Karikatur (Abb. 28) des Franzosen Amédée de Noé, genannt Cham, einen Eindruck, der sich 1861 über das ausgesprochen erfolgreiche

3 John W. Draper, Who Made the First Photographic Portrait?, in: *The American Journal of Photography* 1:1 (1. Juni 1858), S. 2–6, hier: S. 2.

4 J. Milton Sanders, Who Made the First Collodion Picture?, in: *The American Journal of Photography*, 1:7 (1. September 1858), S. 99–100, hier: S. 99.

5 Zitiert nach Beaumont Newhall, *Die Väter der Fotografie. Anatomie einer Erfindung*, Seebruck am Chiemsee 1978, S. 58.

6 Vgl. Helmut Gernsheim, *Geschichte der Photographie: Die ersten hundert Jahre* (= Propyläen Kunstgeschichte, Sonderband III), Frankfurt a. M. 1983, S. 381.



Abb. 28: Cham [Amédée de Noé],
Karikatur aus: *Choses et autres croquis*,
Paris 1861, S. 13

fotografische Unternehmen seines Landsmannes André Adolphe Eugène Disdéri in Paris lustig machte.⁷ Angesichts der monumentalen Vergrößerung eines Porträts ihres auch in der Körperfülle geradezu aufgebläht wirkenden Sprösslings ruft eine Kundin Disdérís erschrocken aus: „Ah! Mein Gott! Ist das das Foto von meinem kleinen Baby?“ Woraufhin der Fotograf ungerührt antwortet: „Ich kann es noch größer machen, wenn die Dame es wünscht.“

Zwar wurden die ersten Vergrößerungen in Lebensgröße in Europa gemacht, allerdings, so hat Wolfgang Kemp konstatiert, beherrschte in den USA „das Streben nach Sonderformaten eine Zeitlang das Fotoschaffen fast gänzlich“⁸. Erst „[d]ie Vergrößerungsfotografie und die Großbildfotografie“, so Kemp, „eroberten dem neuen Medium die Wand, die Wand der privaten Innenräume und die Wände der Kunstaustellungen“⁹. Wurden für Letztere entsprechend großformatige Platten verwendet, die detailreiche Ergebnisse erzielten, so hatte Erstere mit der Malerei mehr gemein als mit der Fotografie: „[I]n Wirklichkeit“ so Kemp, seien die mit Vergrößerungsapparaten erzielten Ergebnisse „gemalte Portraits“¹⁰ gewesen, denn sie mussten, da sich auf dem

7 Die Karikatur wird auch angeführt von Lugon 2012, S. 80. Disdéri, der sich 1854 ein Patent auf das Visitenkartenporträt hatte erteilen lassen, galt 1861 als der reichste Fotograf der Welt und beschäftigte bis zu neunzig Angestellte. Vgl. Gernsheim 1983, S. 355 ff.

8 Kemp 1978, S. 21.

9 Ebd., S. 22.

10 Ebd.

wenig empfindlichen Papier das Bild nur unscharf abzeichnete, nachträglich koloriert und übermalt werden. In seinem Buch *The camera and the pencil* von 1864 gab der US-amerikanische Fotograf Marcus Aurelius Root daher genaue Anweisungen, wie und mit welchen Materialien solche Kolorierungen lebensgroßer Porträts durchzuführen seien. Es komme auf die Zusammenarbeit von Fotograf*in und Maler*in an, so Root: „[T]he Camera and the Pencil are companions.“¹¹

Angesichts der Ergebnisse, die auf dem Gebiet großformatiger Porträtfotografie in den USA erreicht wurden, schrieb die Zeitschrift *Harper's Weekly* bereits im Herbst 1857 nicht ohne einen gewissen Nationalstolz: „Photography was born in the United States and the sceptre has not departed from us. The vocation of the portrait painter is not gone but modified. Portrait painting by the old methods is as completely defunct as is navigation by the stars.“¹²

IV.1 Das fotografische Großformat und die Verlegung des transatlantischen Unterseekabels 1858

Laut Robert Tafts 1938 erschienenem Buch *Photography and the American Scene: A Social History, 1839–1889* bildete einen frühen Höhepunkt dieses Strebens nach Großformaten 1858 ein Transparent von 15 × 7,5 m an der Fassade des Ateliers des Fotografen Mathew Brady am New Yorker Broadway – laut Taft, „[t]he crowning glory in bigness for this era“¹³. Anlass für Bradys Vorstoß war die erste erfolgreiche Verlegung des transatlantischen Unterseekabels durch den US-amerikanischen Unternehmer Cyrus W. Field, das den Telegrafatenverkehr zwischen Europa und den USA ermöglichen sollte – ein gigantisches technisches Unterfangen, dem bereits ein gescheiterter Versuch Fields im Vorjahr vorangegangen war.¹⁴ Im August 1858 gelang schließlich die erfolgreiche

11 M.A. Root, *The camera and the pencil*, Philadelphia 1864, S. 264.

12 *Harper's Weekly*, 17. Oktober 1857, S. 659, hier zitiert nach: Robert Taft, *Photography and the American Scene: A Social History, 1839–1889*, New York 1938, S. 130–131.

13 Ebd., S. 133. Tafts Buch kann neben dem im selben Jahr erschienenen *Photography: A Short Critical History* von Beaumont Newhall als erste Abhandlung zur US-amerikanischen Fotografiegeschichte gelten. Im Gegensatz zu Newhall, dessen Buch weitaus häufiger rezipiert wird, versuchte sich Taft an einer Sozialgeschichte der Fotografie als Massenmedium. Vgl. hierzu: François Brunet, Robert Taft: Historian of Photography as a Mass Medium, in: *American Art* 27:2 (Sommer 2013), S. 25–32.

14 Vgl. hierzu: Christian Holtorf, *Der erste Draht zur Neuen Welt: Die Verlegung des transatlantischen Telegrafatenkabels*, Göttingen 2013; sowie für einen transkulturellen Ansatz: Simone M. Müller, *Wiring the World: The Social and Cultural Creation of Global Telegraph Networks*, New York 2015 und Dies., Working the Nation State: Submarine Cable Actors, Cable Transnationalism and the Governance of the Global Media System, 1858–1914, in: *The Nation State and Beyond. Governing Globalization Processes in the Nineteenth and Twentieth Century*, hrsg. von Isabella Löhr und Roland Wenzlhuemer, Berlin/Heidelberg 2013, S. 101–126.

Übersendung erster Nachrichten, angefangen mit einem Glückwunschtelegramm der englischen Königin – wenn auch zunächst nur bruchstückhaft – an den US-Präsidenten James Buchanan.¹⁵ Die Nachricht von Fields Erfolg sorgte nicht zuletzt in New York im August und September des Jahres für begeisterte Jubelfeiern, anlässlich derer „all the establishments on Broadway attempted to outdo themselves and their competitors in elaborateness of decoration“¹⁶. Zahlreiche Unternehmen versuchten, aus der Vermarktung dieses historischen Ereignisses Profit zu schlagen. So verkaufte etwa die Firma Tiffany & Co. im Rahmen des New Yorker Straßenumzugs am 1. September 1858 Teilstücke des Kabels zusammen mit einem Echtheitszertifikat¹⁷ und die Fotografiengeschäfte am Broadway übertrafen sich gegenseitig mit der Zurschaustellung technischer Innovationen. Bradys Transparent zeigte, Robert Taft zufolge, neben einem Porträt des Unternehmers Field selbst, Bildnisse seiner Landsleute Benjamin Franklin und Samuel F. B. Morse als dessen Wegbereiter.¹⁸ Zieht man jedoch, anders als in der Forschungsliteratur zum fotografischen Großformat bislang geschehen,¹⁹ die Primärquellen zu Rate, so lässt sich nicht eindeutig klären, in welchem Maße Brady hier von der Fotografie Gebrauch machte. Sein Transparent unterschied sich – von seiner enormen Größe einmal abgesehen – wohl nicht wesentlich von den mit malerischen oder grafischen Mitteln erzeugten Transparentbildern, wie sie im 19. Jahrhundert zahlreich „im Zentrum städtischer Öffentlichkeit“²⁰ standen und als solche eine ganze Reihe New Yorker Gebäude anlässlich der Verlegung des Atlantikabels schmückten.²¹ So schrieb die *New York Tribune* am 18. August 1858:

„Brady’s photographic gallery had a transparency 48 by 28 feet, having upon it two female figures representing England and America shaking hands, and above them the portraits of Field, Franklin and Morse. The two females stood on a bridge, representing the bridging of the ocean by the telegraph, and beneath is Neptun in chariots. At the left corner was the letter V, and at the right the letter B, initials of the names of the Queen and President, each on an electric star.“²²

15 Vgl. Holtorf 2013, S. 150–153.

16 Taft 1938, S. 133.

17 Vgl. Holtorf 2013, S. 153.

18 Taft 1938, S. 133.

19 Vgl. Kemp 1978, S. 21 sowie Lugon 2013, S. 81.

20 Birgit Verwiebe, Transparente Bilder. Kunst und Geselligkeit im 18. und 19. Jahrhundert, in: *Forschungen und Berichte. Jahrbuch der Staatlichen Museen zu Berlin* 31 (1991), S. 229–242, hier: S. 229.

21 Vgl. zum sogenannten Transparentbild wie es etwa auch von Daguerre 1822 für sein Diorama genutzt wurde v.a.: Birgit Verwiebe, *Das transparente Bild im späten 18. und im 19. Jahrhundert. Seine Entstehung, Entwicklung und Einordnung in die Geschichte der Massenkommunikation*, Diss., Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald, 1989.

22 Anon., The Telegraph Jubilee, in: *New York Daily Tribune*, 18. August 1858, S. 4–5, hier: S. 5.

Am 2. September 1858 warb Mathew Brady in der *New York Times* mit einem „Imperial Photograph of Cyrus W. Field on exhibition at Brady’s Gallery“²³, dieses durch Brady popularisierte Format maß jedoch lediglich 43 × 50 cm.²⁴ Auch die Ausgabe des *American Journal of Photography* von 1858, die Taft als Quelle diente, benennt lediglich „a splendid transparency 50 by 25 feet“²⁵ an Bradys Fassade – die Maßangaben variieren demnach leicht –, die von 600 Kerzen erleuchtet gewesen sei, ohne jedoch den Anteil der Fotografie an Bradys Dekoration zu bemessen.²⁶ Im nächsten Abschnitt wird allerdings die ebenfalls am Broadway niedergelassene Firma Seely & Garbanati angeführt, der, so legt der Artikel dar, als Würdigung Cyrus W. Fields ein fotografisches Porträt des Unternehmers in bislang nicht gekannten Ausmaßen gelungen sei:

„In front of the photographic establishment of these gentlemen [...] was exhibited a colossal photograph of Cyrus W. Field from life, on a scale of about 25 feet for the full length figure. This was said to be *the first photographic portrait, of size larger than life ever attempted*. It is an excellent likeness of Mr. Field, and was one of the most noteworthy objects of the day. At night it was brilliantly illuminated, as was also the place of business of the firm. The portrait was stretched on a frame 4 feet by 5 tastefully adorned with streamers, and inscriptions on the margins. The monograms were MORSE, FIELD on the top and bottom; DAGUERRE, ARCHER on the right and left. On the reverse of the frame was the legend: *The Tribute of Photography*. The whole was set upon a pole about 20 feet in height, and erected on the edge of the sidewalk.“²⁷

Die Verlegung des transatlantischen Unterseekabels stellte einen technischen Quantensprung dar. Diesem sollte offenbar auch medial bislang Ungekanntes entsprechen, was für ein Vorrücken in neue Dimensionen sorgte. Die Fotografie als ein technisches Medium zollte dabei buchstäblich einer anderen technischen Innovationsleistung Tribut. Dies manifestierte sich nicht nur in der Beschriftung *The Tribute of Photography*, sondern auch in den angebrachten Monogrammen, wobei Morse und Field den US-amerikanischen Erfinder- bzw. Pioniergeist der Zeit verkörpern und Daguerre und

23 Advertisement: Imperial Photograph of Cyrus W. Field on exhibition at Brady’s Gallery, No. 359 Broadway, over Thompson’s Saloon, in: *The New York Times*, 2. September 1858, S. 5.

24 Vgl. Kemp 1978, S. 21.

25 Anon., The Atlantic Cable and Photography, in: *The American Journal of Photography* 1:7 (1. September 1858), S. 111–113, hier: S. 112.

26 Ebd.

27 The Atlantic Cable and Photography 1858, S. 112–113, Hervorhebung durch die Autorin. Charles A. Seely, Miteigentümer des hier genannten Unternehmens, hatte 1855 das *American Journal of Photography* gegründet und fungierte bis 1867 als Herausgeber der Zeitschrift. Sein Geschäftspartner Henry Garbanati wurde 1859 zum Mitherausgeber ernannt. Vgl. Andrea L. Volpe, American Journal of Photography, in: *Encyclopedia of Nineteenth-Century Photography*, hrsg. von John Hannavy, New York 2008, S. 35–36, hier: S. 35. Die besondere Akzentuierung der Leistungen ihres Unternehmens an dieser Stelle diente somit nicht zuletzt der Eigenwerbung.

Archer – der britische Erfinder der Kollodium-Nassplatte – für europäischen Innovationsreichtum stehen.

Sowohl die Fotografie als auch die Telegrafie als die mit diesen Namen in Zusammenhang stehenden Erfindungen machen sich Lichterscheinungen zunutze. Beide verbindet in den USA zudem eine gemeinsame Geschichte, denn Morse, dessen Schüler Brady war, hatte bei der Einführung und Verbreitung der Daguerreotypie in Amerika die entscheidende Rolle gespielt.²⁸ Gurney's Palace of Art, ein weiteres am Broadway ansässiges fotografisches Unternehmen, verkündete daher anlässlich der Feierlichkeiten auf einem beleuchteten Transparent: „DAGUERRE AND MORSE, One harnessed the Light, and the other the Light-ning.“²⁹ Gerade hinsichtlich des elektrischen Fortschritts waren die 1850er Jahre jedoch noch eine Zeit großer technischer Diskrepanzen. Zwar waren mittels der Elektrizität „gerade erste Signale über den Atlantik gesendet“³⁰ worden, doch die entsprechenden Feierlichkeiten wurden noch in Fackel- und Kerzenschein begangen, denn eine elektrische Beleuchtung sollte sich auf den Straßen New Yorks erst ab 1880 durchsetzen.³¹

Vergleichbar mit den *photomurals* der 1930er Jahre wurden somit hier technische Höchstleistungen in der medialen Präsentation bereits extrem groß umgesetzt. Zudem wurden nationale Konnotationen wirksam, denn das Transatlantikkabel kann als erster Versuch gelten, durch den Ausbau eines Kommunikationsnetzwerks in wirtschaftlicher wie technischer Hinsicht eine US-amerikanische Vormachtstellung gegenüber Europa zu erreichen: „Das Atlantikkabel“, so Christian Holtorf, „war ein populäres Beispiel für die Erfindungskraft der Amerikaner und die Verbreitung ihrer Fähigkeiten und Überzeugungen über den Rest der Welt.“³² Dies lässt sich anhand eines malerischen Beispiels verdeutlichen, das „den erhofften Beitrag der elektrischen Telegrafie zur amerikanischen Nation“³³ anschaulich und an prominenter Stelle illustriert: das Kuppelfresko mit der Apotheose George Washingtons im Washingtoner Kapitol. 1865 von dem aus Italien stammenden Maler Constantino Brumidi geschaffen zeigt das Fresko u. a. die Göttin Minerva in Begleitung von Franklin und Morse: „Elektrizität und Telegrafie“, so Christian Holtorf, „werden hier als Beispiele des technologischen Fortschritts zitiert,

28 Morse weilte zum Zeitpunkt von Daguerres Erfindung in Paris, um ein Patent für seinen Telegrafen anzumelden, und berichtete bereits im Frühjahr 1839 von dort seinen US-amerikanischen Landsleuten von dem neuen Verfahren. Seine Schilderung wurde landesweit in Tageszeitungen abgedruckt. Nachdem im Herbst 1839 eine ausführliche Beschreibung von Daguerres Prozess die USA erreicht hatte, ließ Morse sich eine Kamera nach Daguerres Vorbild anfertigen. Vgl. Taft 1938, S. 8–15.

29 The Atlantic Cable and Photography 1858, S. 111.

30 Holtorf 2013, S. 171.

31 Vgl. hierzu: David E. Nye, *American Illuminations: Urban Lighting, 1800–1920*, Cambridge 2018, S. 46.

32 Holtorf 2013, S. 248.

33 Ebd., S. 243.



Abb. 29: Constantino Brumidi, *The Apotheosis of Washington*, Detail: *Marine*, 1865, Deckenfresko in der Rotunde, United States Capitol, Washington, D.C.

auf dem die Identität der Nation ruht.“³⁴ Zudem wird die Verlegung des Atlantikkabels selbst thematisiert, denn unmittelbar angrenzend an die Darstellung der Minerva zeigt die Allegorie *Marine* Neptun mit der Liebesgöttin Aphrodite, die – vor dem Hintergrund eines Ozeandampfers – das Kabel in den Händen hält (Abb. 29).

Das Deckenfresko *Telegraph* im Senate Post Office des Kapitols (Abb. 30), ebenfalls geschaffen von Brumidi, thematisiert die Verlegung des Kabels selbst und macht den damit einhergehenden Wandel der Machtverhältnisse noch anschaulicher.³⁵ Abermals verwob Brumidi hier mythologische Motive mit zeitgenössischen Ereignissen, indem er die Entführung der Europa durch den in einen Stier verwandelten Zeus darstellte, die – in Abwandlung des klassischen Mythos – jedoch nicht auf Kreta, sondern an der Küste des amerikanischen Kontinents anlandet. Im Zentrum der Darstellung reicht Europa einer Allegorie Amerikas als Zeichen der Einigung die Hand, während ein Engel ihr den Telegrafendraht überreicht. Europa, angereist über den Atlantik, ist somit die dankbare Empfängerin der neuen Technologie, während Amerika als großzügige Gönnerin auftritt, überlegen in Innovationsgeist, Macht und Reichtum – Eigenschaften, die durch Kanonenrohr und Füllhorn symbolisiert werden.

Im Hinblick auf die künstlerischen Machtverhältnisse erzählen die Fresken jedoch eine andere Geschichte, denn ursprünglich hatte sich der US-Amerikaner Morse, der ein renommierter Maler und Präsident der National Academy of Design war und somit

34 Holtorf 2013, S. 244.

35 Vgl. William Kloss und Diane K. Skvarla, *United States Senate Catalogue of Fine Art*, hrsg. Jane R. McGoldrick, Washington D.C. 2002, S. 362 ff.



Abb. 30: Constantino Brumidi, *Telegraph*, 1866–67, Deckenfresko im Senate Post Office, United States Capitol, Washington, D.C.

als interdisziplinärer Grenzgänger gelten kann, selbst für den Auftrag beworben.³⁶ Der Italiener Brumidi wurde ihm allerdings vorgezogen, was lange Zeit kennzeichnend war für eine Nation, die zwar um die Ablösung von Europa kämpfte, Ideen und Akteur*innen, mit deren Hilfe Unabhängigkeit und nationale Unverwechselbarkeit künstlerisch postuliert werden sollten, jedoch vom „Alten“ Kontinent importierte. Die transatlantische Telegrafieverbindung – und damit einhergehend die technische Vorherrschaft der USA – war zum Entstehungszeitpunkt der Fresken zudem mehr Hoffnung als Wirklichkeit, denn bereits einige Wochen nach ihrer Inbetriebnahme war die von Field verlegte Leitung zusammengebrochen. Das Projekt konnte erst nach dem US-amerikanischen Bürgerkrieg wieder aufgenommen und 1866 letztlich erfolgreich umgesetzt werden, was endgültig das Zeitalter einer neuen Art der Kommunikation einläutete, die, wenn sie auch national vereinnahmt wurde, doch nicht mehr an nationale Grenzen gebunden war, wie Simone Müller-Pohl konstatiert hat: „[Submarine telegraphy] enhanced the formation of new trans- and international spaces and classes, such as a distinct cable transnationalism, which were neither bound by a nation state’s territory nor its nationalistic exclusiveness.“³⁷

36 Vgl. Holtorf 2013, S. 244.

37 Müller-Pohl 2013, S. 102.

IV.2 „The hitherto impossible in photography is our specialty“: George R. Lawrence' Fotografie des *Alton Limited* auf der Pariser Weltausstellung 1900

Die Feierlichkeiten anlässlich der Verlegung des Transatlantikkabels 1858 zeigen auf, dass die Fotografie häufig dann die Grenzen des bisher Dagewesenen sprengte, wenn auch in anderen Bereichen die Grenzen technischer Machbarkeit ausgelotet wurden. Sie sollen hier als erstes Beispiel für die sich in der Größe manifestierenden Überbietungen im fotografischen Bereich dienen, mit denen auch Erfindungskraft und technische Überlegenheit der Nation demonstriert werden konnten. Dies geschah ab der Mitte des 19. Jahrhunderts nicht zuletzt auch im Rahmen der großen Weltausstellungen, die sich, angefangen mit der *Great Exhibition* 1851 in London, als technische Leistungsschauen etablierten und dabei gleichermaßen von einem nationalen wie von einem internationalen Geist getragen waren. Schon 1849 gab der britische Prinz Albert seiner Hoffnung auf einen neuen internationalen Zusammenhalt Ausdruck, denn gerade die Fortschritte in der Kommunikationstechnik würden „the distances which separated the different nations and parts of the globe“³⁸ langsam zum Verschwinden bringen. Trotzdem haben David Raizman und Ethan Robey für die Weltausstellungen bis 1915 befunden: „Comparison and competition were key to the political purposes of world's fairs in this period. Displays of goods not only embodied national traditions and styles, but were also held up against products of rival countries and ranked in terms of tangible and intangible qualities, such as skill and taste.“³⁹ Auch vom neuen Medium der Fotografie machten die Nationen Gebrauch, um sich auf technischem Gebiet miteinander zu messen. So wurden etwa auf der Pariser *Exposition Universelle* von 1855 aufsehenerregende Vergrößerungen präsentiert, wie die vom Franzosen Edouard Delessert angefertigte, 190 × 155 cm große Aufnahme eines Ponys, die der Fotograf aus neun einzelnen Blättern zusammengesetzt hatte.⁴⁰

Es war jedoch die Pariser Weltausstellung von 1900, die Anlass gab für einen weiteren US-amerikanischen Vorstoß in einen Bereich, der technisch bisher nicht zu bewältigen war: die Konstruktion der *The Mammoth* genannten Großbildkamera, hergestellt in Chicago von J. A. Anderson, die Bilder in der Größe von 1,38 × 2,45 m erzeugte. Die größte Kamera der Welt, die auf sechs Meter ausgezogen werden

38 Zitiert nach: John Rennie Short, *Globalization, Modernity and the City*, London/New York 2012, S. 95.

39 David Raizman und Ethan Robey, Introduction. Communities real and imagined: world's fairs and political meanings, in: *Expanding Nationalisms at World's Fairs: Identity, Diversity, and Exchange, 1851–1915*, hrsg. von dens., London/New York 2018, S. 1–14, hier: S. 9.

40 Vgl. Gernsheim 1983, S. 384.

konnte, entsprach gänzlich dem US-amerikanischen „Wunschbild [...], auf möglichst allen Gebieten die Besten und Größten zu sein“⁴¹. In Auftrag gegeben hatte sie der Fotograf George R. Lawrence im Namen der Chicago & Alton Railway Company, die ihren neuen Expresszug – „the largest and finest train in existence“⁴² – fotografisch verewigen lassen wollte, um das Resultat auf der Pariser Weltausstellung zu präsentieren.

Wie kein anderes Symbol stand die Eisenbahn zu diesem Zeitpunkt für die US-amerikanischen Expansionsbestrebungen des 19. Jahrhunderts und damit für Natur- und Raumeroberung. Der Dichter und Essayist Walt Whitman setzte der Dampflok daher schon 1876 mit seinem Gedicht *To a Locomotive in Winter* ein literarisches Denkmal, in dem er diese zum „[t]ype of the modern – emblem of motion and power – pulse of the continent“⁴³ erhob. Die Eisenbahn war „the inevitable culmination“⁴⁴ eines evolutionären Fortschrittsverständnisses, das vor allem durch die Schriften des Historikers Frederick Jackson Turner an Kontur gewann. Von Turner und seiner Leser*innenschaft, so hat der Historiker David E. Nye konstatiert, sei die Eisenbahn als ein zentraler Baustein „of an automatic unfolding of the national destiny“⁴⁵ begriffen worden:

„At century's end this nearly automatic, evolutionary optimism was linked to an industrial aesthetic. Americans were awed by the sheer scale of the railroads, with their bridges spanning even the largest rivers, their enormous freight yards and roundhouses, and their impressive stations. This system, together with the landscape of steel mills and factories that the railroad made possible, was understood in terms of the sublime. The new industrial aesthetic emphasized man's domination of nature, billowing clouds of smoke and steam, mountains of coal and slag, and the searing heat of furnaces – a landscape where everything was man-made.“⁴⁶

Auch der *Alton Limited* war eine Ausgeburt dieser gigantischen, menschengemachten Landschaft technischer „Hochkultur“. Laut der Chicago & Alton Railway Company war der Zug nicht nur ein einzigartiges Beispiel US-amerikanischer Ingenieurskunst, er stand auch für ein US-amerikanisches Formverständnis: „[N]o railway train in the world had ever presented so uniform and symmetrical a design.“⁴⁷

41 Ebd., S. 385.

42 Anon., Biggest Camera in the World, Built to Photograph a Train, in: *The Brooklyn Daily Eagle*, 4. August 1901, S. 10.

43 Zitiert nach: ebd.

44 David E. Nye, *America as Second Creation – Technology and Narratives of New Beginnings*, Cambridge 2004, S. 172.

45 Ebd.

46 Ebd., S. 173.

47 *The Brooklyn Daily Eagle*, 4. August 1901, S. 10.

Lawrence, der kurz zuvor mit einem von ihm erfundenen Pulver die Blitzlichtfotografie revolutioniert hatte, experimentierte zu diesem Zeitpunkt bereits mit einer von ihm erdachten Panoramakamera und hatte sich mit dem Werbeslogan „The hitherto impossible in photography is our specialty“ einen Namen gemacht.⁴⁸ Der Chicago & Alton Railway Company muss Lawrence daher als besonders geeignet erschienen sein, um eine fotografische Aufnahme von bislang ungesehenen Ausmaßen anzufertigen, „sufficiently large to readily impress the public with the train’s uniform conformation“⁴⁹. Keinesfalls wollte die Eisenbahngesellschaft das makellose Design ihres Zugs durch die Stückelung in einzelne, aneinandergeklebte Aufnahmen fragmentiert sehen, weswegen die Fotografie auf einer einzigen Platte erfolgen sollte: „The Chicago and Alton [...] had built a faultless train of which they demanded a faultless photograph, insisting that in length the picture must not measure less than eight feet.“⁵⁰

Alles an der einzig und allein zu diesem Zweck konstruierten Kamera war gigantisch. Ihr Gesamtgewicht betrug 635 kg, davon wog der Apparat selbst 408 kg und die geladene Kassette 227 kg: „Fifteen men are required to operate this monster, which holds a plate three times larger than the largest plate ever before exposed and which uses lenses larger and more expensive than any heretofore made.“⁵¹ Die ersten drei Abzüge wurden schließlich 1900 auf der Pariser Weltausstellung gezeigt: Einer in der Eisenbahnsektion, einer in der fotografischen Sektion, „while the third was accorded a place of honor in the United States Government Building, a liberality of exhibition privileges accorded to no other single exhibit in the entire Exhibition“⁵². Da die Juror*innen des fotografischen Wettbewerbs die Authentizität der Aufnahme anzweifeln, beorderte man den französischen Konsul eigens von New York nach Chicago, um die Kamera zu inspizieren. Erst dann verlieh man Lawrence den „Grand Prize of the World for Photographic Excellence“⁵³.

Einige der Besucher*innen der Weltausstellung mag die spektakuläre Aufnahme an ein Ereignis erinnert haben, das ein paar Jahre zuvor in Paris stattgefunden und dort für großes Aufsehen gesorgt hatte: die Vorführung des Stummfilms *L’Arrivée d’un train*

48 Vgl. Janice Petterchak, *Photography Genius: George R. Lawrence & „The Hitherto Impossible“*, in: *Journal of the Illinois State Historical Society* 95:2 (2002), S. 132–147.

49 Anon., *The Largest Camera in the World*, in: *The British Journal of Photography* 48:2161 (4. Oktober 1901), S. 635.

50 Anon., *Photographing a Fast Train: Biggest Camera in the World Built to Take „The Alton Limited“*, in: *The Sibley Journal*, 26. April 1901, S. 3.

51 *The Brooklyn Daily Eagle*, 4. August 1901, S. 10.

52 G.J. Charlton, *The Largest Photograph in the World of the Handsomest Train in the World, Chicago and Alton Railway*, Chicago, o.J., unpaginiert, Indiana Historical Society, M0818_BOX5_FOLDER8_PAM_004 (online zugänglich unter: <https://images.indianahistory.org/digital/collection/dc013/id/i177>, letzter Zugriff: 21.04.2023).

53 Vgl. Petterchak 2002, S. 138.

en gare de La Ciotat der Brüder Lumière 1896, der der Lebensnähe der Fotografie das Element bislang nicht gekannter Bewegung hinzugefügt hatte. Alle drei – die Eisenbahn, die etwa zur gleichen Zeit aufgekommene Fotografie und der Film – standen für die grundlegend veränderten Wahrnehmungsstrukturen im Maschinenzeitalter. Kam im Lumièreschen Stummfilm die in den Bahnhof einfahrende Eisenbahn jedoch auf die Betrachter*innen zu – was eine Verwischung der Grenze zwischen Zuschauer*innen und Bildraum zur Folge hatte – und versetzte diese der Legende nach dabei in großen Schrecken, so befindet sie sich auf Lawrence' Aufnahme exakt parallel zur Kamera, scheinbar in kontrollierter, nach vorn strebender Bewegung. Symmetrie und Gleichförmigkeit des Zugs – der *Alton Limited* zeichnete sich u. a. dadurch aus, dass Lokomotive und Wagen exakt die gleiche Höhe hatten – spiegeln sich so auch kompositorisch wider. Hier war die der Fotografie zugeschriebene Fähigkeit, präzise Abbilder der Wirklichkeit zu liefern, gefragt. Zugunsten einer möglichst großen Detailgenauigkeit wurde jegliche Bewegungsunschärfe vermieden. Um dennoch eine zielgerichtete, von rechts nach links verlaufende Bewegung des Zugs durchs Bild zu suggerieren, setzte man auf einer bearbeiteten Version der Aufnahme, die die Titelseite einer eigens von der Chicago & Alton Railway Company herausgegebenen Broschüre zierte, Passant*innen in die Landschaft, die dem Zug staunend nachzuschauen scheinen (Abb. 31). Stellvertretend repräsentieren diese die US-amerikanische Öffentlichkeit, welche, so heißt es im dazugehörigen Text, die Tatsache mit großem Stolz erfüllen dürfe, „that America sent to the Exposition Universalle [sic] THE LARGEST PHOTOGRAPH IN THE WORLD OF THE HANDSOMEST TRAIN IN THE WORLD“⁵⁴. Die anderen Nationen wurden somit gleich in zweifacher Hinsicht technisch übertrumpft. Das Manko, dass der US-amerikanische Beitrag keine tatsächlichen Eisenbahnerzeugnisse umfasste und die Aufnahme letztlich nur ein Substitut der Wirklichkeit darstellte, während etwa Russland Fabrikate der beinahe fertiggestellten Transsibirischen Eisenbahn präsentierte,⁵⁵ wurde auf diese Weise ins Positive verkehrt.

54 Charlton o.J.

55 Vgl. Kanzlei des Ministercomites, *Die Grosse Sibirische Eisenbahn, Pariser Weltausstellung d. J. 1900*, St. Petersburg 1900.



Abb. 31: George R. Lawrence, Fotografie des *The Alton Limited* der Chicago & Alton Railway Company, 1900, auf dem Cover von: G. J. Charlton, *The Largest Photograph in the World of the Handsomest Train in the World*, Chicago, o.J.

IV.3 „The world's first photomural“: Ein fotografisches Wandbild des Taj Mahal für das Ehepaar Goodspeed in Chicago

Die oben angeführten Beispiele illustrieren den US-amerikanischen Drang, auf fotografischem Gebiet in immer größere Dimensionen vorzustoßen, in dem sich bereits im 19. Jahrhundert der technische Überlegenheitsanspruch der US-amerikanischen Nation manifestiert. Standen diese Vorläufer noch in keinem spezifischen Verhältnis zum gebauten Raum, so lassen sich die Ursprünge des *photomural* – im Sinne eines fotografischen Bildes, das mit der Wand unmittelbar interagiert – zunächst im privaten Bereich des bürgerlichen Interieurs finden. Als das wohl früheste Beispiel einer solchen Form fotografischer Wanddekoration überhaupt kann ein *photomural* des Taj Mahal von 1927 gelten, das in der Forschungsliteratur bislang gänzlich unerwähnt ist (Abb. 32). In Zeitungs- und Zeitschriftenartikeln der 1930er Jahre wird es jedoch als „the world's first photomural“⁵⁶ bezeichnet und das Medium damit dezidiert als US-amerikanische Erfindung vereinnahmt, wenn auch der Begriff selbst zum Entstehungszeitpunkt des Wandbildes noch nicht geläufig war. Ausgeführt wurde es von der in Chicago ansässigen Firma Kaufmann & Fabry. Spätestens 1934 sollte dieses kommerzielle Fotostudio mit dem im Rahmen der Chicagoer Weltausstellung realisierten *photomural* für die Ford Motor Company (Abb. 33) – mit einer Länge von 183 m das damals größte, temporäre fotografische Wandbild der Welt – zu einem der wichtigsten Studios aufsteigen, die auf die Produktion von *photomurals* spezialisiert waren.

Auftraggeberin des ersten, noch auf dem „trial-and-error“-Prinzip beruhenden Vorstoßes der Firma war Elizabeth Fuller Goodspeed, Ehefrau des Stahlfabrikanten Charles Barnett Goodspeed, die ein solches Wandbild für ihr frisch bezogenes Domizil wünschte: „Like all big things that have a small beginning“, so berichtete die Zeitschrift *Mechanix Illustrated* 1938, als sich das *photomural* in den USA gerade auf dem Höhepunkt seiner Popularität befand, „the making of giant photomurals was just a little idea back in 1927, when Mrs. C. B. Goodspeed of Chicago walked into the photo studio of Kaufmann & Fabry. She carried with her a 4 × 5 negative of India's famed Taj Mahal and explained to the skeptical Messrs. Kaufmann & Fabry that her idea was to have a picture large enough to cover the entire wall of an alcove in her home.“⁵⁷ Ebenso wie diese Einleitung heben Typografie und Wortwahl der Artikelüberschrift – *GIANT Pictures From Pigmy Prints* – auf die Größendiskrepanz zwischen der Vorlage, die hier als „zwergengroß“ tituiert wird, und dem resultierenden, gigantischen Abzug

56 H.H. Slawson, GIANT Pictures From Pigmy Prints, in: *Mechanix Illustrated* (August 1938), S. 52–55, 137, 145–146, hier: S. 54.

57 Ebd., S. 52.



Abb. 32: Kaufmann & Fabry, *photomural* des Taj Mahal in den Wohnräumen von Charles B. Goodspeed und Elizabeth Fuller Goodspeed, Chicago, 1927, in: *Mechanix Illustrated* (August 1938), S. 52

ab. Das *photomural* wird somit zum Signum des US-amerikanischen Mythos, etwas unmöglich Geglauhtes möglich zu machen, aus dem Nichts etwas Großes schaffen zu können – gewissermaßen „from rags to riches“ zu gelangen –, mit dem der erstmals 1931 von James Truslow Adams eingeführte Begriff des *American Dream*⁵⁸ bis heute untrennbar verbunden ist.

IV.3.1 Die fotografische Aneignung der Welt und das Sammeln von Bildern

Die Goodspeeds gehörten zur High Society Chicagos. Als engagierte Mäzenin war Elizabeth Fuller Goodspeed von 1932 bis 1940 Präsidentin des Arts Club of Chicago, mehrmals beherbergte sie Gertrude Stein und Alice B. Toklas in ihrem Chicagoer Wohnsitz, in dem sie legendäre Partys veranstaltete und dessen Wände Werke von Picasso, Calder und Matisse schmückten.⁵⁹ Anders als die allein durch ihr Vermögen zu definierende Upperclass war die High Society eine sich vor allem medial konstituierende, gesellschaftliche Schicht, die zu Beginn des 20. Jahrhunderts erst im Entstehen

58 Vgl. James Truslow Adams, *The Epic of America* [1931], New York 1941.

59 Vgl. Geoffrey Johnson, Portrait of a Lady, in: *Chicago Magazine* (Oktober 2008), unter: <http://www.chicagomag.com/Chicago-Magazine/October-2008/Portrait-of-a-Lady/> (letzter Zugriff: 21.04.2023).



Abb. 33: Kaufmann & Fabry und George Ebling (Fotograf), *photomural* in der Rotunde des Pavillons der Ford Motor Company, 1934, Weltausstellungsgelände, Chicago, in: *Mechanix Illustrated* (August 1938), S. 52

begriffen war.⁶⁰ Deren Mitglieder waren nicht nur gleichzeitig Thema und Produkt einer neuen Form der medialen Berichterstattung, die sich in den Gesellschaftsseiten der großen Zeitungen abspielte, sie schrieben auch selbst an ihrer medialen Inszenierung mit, indem sie sich als Amateurfilmer*innen und -fotograf*innen betätigten, die ihre Reisen und Partys für unterschiedliche Öffentlichkeiten festhielten.⁶¹

Die Amateurfotografie hatte durch die Entwicklung und Verbreitung der ersten tragbaren, industriell gefertigten Handkameras seit den 1880er Jahren entscheidende Fortschritte gemacht. Dominiert wurde der Markt vor allem von der von George Eastman 1881 in Rochester, New York gegründeten Eastman Kodak Company, die ab 1892 unter diesem Namen firmierte. Wenn auch sein tatsächlicher Beitrag zur Entwicklung der Amateurfotografie bestritten werden kann,⁶² so war Eastman ohne Zweifel ein Marketinggenie. Seine Firma, so schreibt Nancy Martha West in *Kodak and the Lens of Nostalgia*, „transformed American consumers’ perception of how they could organize,

60 Vgl. hierzu: Juliane Hornung, *Um die Welt mit den Thaws. Eine Mediengeschichte der New Yorker High Society in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts*, Göttingen 2020.

61 Die New Yorker Millionäre Margaret und Lawrence Thaw produzierten, neben zahlreichen Amateurfilmen der von ihnen unternommenen Reisen, sogar zwei professionelle Filme für eine große Kinoöffentlichkeit. Vgl. ebd. In Elizabeth Fuller Goodspeeds Nachlass in der Yale University Library befindet sich ein Film mit dem Titel *Winter Parties*, der mehrere solcher gesellschaftlichen Ereignisse im Hause Goodspeed dokumentiert.

62 Vgl. Timm Starl, Exkurs: Die Kodak-Legende, in: Ders., *Knipser. Die Bildgeschichte der privaten Fotografie in Deutschland und Österreich von 1880 bis 1980*, München 1995, S. 45–50.

present, and even remember their lives through snapshots“⁶³. Schon die einprägsame Bezeichnung Kodak, unter der auch 1888 die bis heute legendäre erste Rollfilmkamera der Firma eingeführt wurde, war aus Marketinggründen und mit „den Bestimmungen verschiedener ausländischer Warenzeichengesetze“⁶⁴ im Blick gewählt worden. Bereits 1886 hatte die Firma, hier noch unter dem Namen Eastman Dry Plate and Film Company, begonnen, ein Bromidpapier zu produzieren, mit dem Vergrößerungen auf zuvor nicht gekannte Maße möglich wurden. Als sich die American Photographer's Association 1887 schließlich zu ihrem Jahreskongress versammelte, waren die Vergrößerungstechniken der Firma bereits so weit perfektioniert worden, dass Fotografien von bis zu 137 × 228 cm an den Wänden des Messestandes präsentiert werden konnten.⁶⁵

Neben der Einführung des Papierrollfilms und der Weiterentwicklung zu dem auf einer Zelluloidunterlage basierenden *American Film* bestand Eastmans wichtigster Beitrag darin, seinen Kund*innen einen Entwicklungsservice anzubieten.⁶⁶ Mit dem Werbeslogan „You Press the Button, We Do the Rest“ deutete seine Firma an, dass das Fotografieren für jedermann allein durch das einfache Betätigen eines Knopfes zu bewerkstelligen war. Das Aufnehmen und Sammeln von Bildern im großen Stil wurde so zu einem Zeitvertreib, dem sich auch eine breite, technikunkundige Öffentlichkeit widmen konnte. Die Fotografie war nun nicht mehr das exklusive Gebiet einiger weniger Profis. Jede*r konnte sich die Umwelt fotografisch aneignen, ein Versprechen, das in Kodak-Werbekampagnen ab 1892 durch das sogenannte *Kodak Girl* verkörpert wurde, „a woman whose pretty face and stylish costumes would contextualize photography within contemporaneous discourses on fashion and feminine beauty [...] and whose youthfull image would signify the ease, pleasure, and freedom of snapshot photography“⁶⁷. Eine Anzeige von 1905 (Abb. 34) zeigt ein solches *Kodak Girl* auf einer Japan-Reise in einer deutlich privilegierten Blickposition, erhoben über den ihre Rikscha ziehenden, dunkelhäutigeren Japaner: „Implicit in her representation is racial purity,“ so konstatiert Nancy Martha West, „the supremacy of the nation she represents over the country she visits and photographs.“⁶⁸ Die Kamera trägt das *Kodak*

63 Nancy Martha West, *Kodak and the Lens of Nostalgia*, Charlottesville/London 2000, S. 1.

64 Zitiert nach: Beaumont Newhall, *Geschichte der Photographie*, München 1989, S. 133.

65 Vgl. Douglas Collins, *The Story of Kodak*, New York 1990, S. 53.

66 „Wenn man die Kamera kaufte, war sie mit einem Film von 100 Aufnahmen geladen; im Preis von 25 Dollar war das Entwickeln und die Herstellung von Abzügen inbegriffen. Von jedem gelungenen Negativ wurde eine Kontaktkopie hergestellt und säuberlich auf einen schokoladenbraunen Karton mit Goldrand geklebt. Der Besitzer einer Kodak brauchte nichts weiter zu tun, als die Kamera auf das Motiv zu richten, durch Knopfdruck den Auslöser zu betätigen, den Film für die nächste Aufnahme weiterzudrehen und den Uhrwerkmechanismus des Verschlusses mit einem Schnurzug neu zu spannen.“ Newhall 1989, S. 133.

67 West 2000, S. 53.

68 Ebd., S. 131. Die Geburt des sogenannten *tourist gaze*, des touristischen Blicks auf die Welt haben

Abb. 34: Eastman Kodak Company, Werbeanzeige *Kodak Simplicity* (*The Kodak Girl in Fair Japan*) mit einer Zeichnung von Charles Allan Gilbert, 1905, 23,8 × 14,6 cm, George Eastman Museum, Rochester, gift of Eastman Kodak Company, 2003.1273.0045, Courtesy of the George Eastman Museum



Girl als Zeichen „westlicher“ Modernisierung sowie als Zeichen der Machtausübung, die Susan Sontag zufolge mit dem Akt des Fotografierens unmittelbar einhergeht,⁶⁹ schussbereit in der Hand.⁷⁰

John Urry und Jonas Larsen auf 1840 datiert. 1839 bzw. 1840 waren Daguerre und Talbot mit ihren jeweiligen Erfindungen an die Öffentlichkeit getreten, 1841 hatte Thomas Cook die erste Pauschalreise organisiert: „From 1840 onwards travelling photographers and mobile photographs mobilised and exhibited distant places; they created spectacular displays that taught the art of gazing at the world with touristic curiosity.“ John Urry und Jonas Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, London 2011, S. 165. Tourismus und Amateurfotografie gehen auch im Hinblick auf die Kodak-Firmengeschichte Hand in Hand, denn seiner eigenen Erzählung nach war Eastman selbst erst durch eine Reise nach Santo Domingo in der Dominikanischen Republik dazu angeregt worden, den fotografischen Prozess zu vereinfachen, um das Fotografieren zu mobilisieren und einem Massenpublikum zugänglich zu machen. Vgl. Beaumont Newhall, *The Photographic Inventions of George Eastman*, in: *The Journal of Photographic Science* 3:2 (März–April 1955), S. 33–40, hier: S. 33–34.

⁶⁹ Vgl. Susan Sontag, *Über Fotografie* [1977], 18. Aufl., Frankfurt a. M. 2008, S. 20.

⁷⁰ Dass das *Kodak Girl* sich mit der Zeit zu einem Synonym für das *American Girl* und damit zu einem US-amerikanischen Archetypus entwickelte, lässt sich am Beispiel des 1917 uraufgeführten Balletts *Parade* von Erik Satie, Jean Cocteau und Pablo Picasso aufzeigen. Die Figur des *American Girl* ging hier mehreren nach europäischem Verständnis „typisch US-amerikanischen“ Betätigungen nach, darunter das Fahren eines Ford Model T und das Fotografieren mit einer Kodak-Kamera. Vgl. hierzu: Wanda Corn, *The Great American Thing: Modern Art and National Identity, 1915–1935*, Berkeley/Los Angeles/London 1999, S. 102.

Diese Form der individuellen Entdeckung und visuellen Eroberung der Welt spiegelt nicht zuletzt die Vorstellung vom US-amerikanischen Pioniergeist wider, der zentraler Bestandteil der nationalen Identitätsbildung ist. Zu dessen Verkörperung wurde in den 1920er und 1930er Jahren insbesondere das Ehepaar Martin und Osa Johnson, das mit seinen Büchern, Fotografien und Filmen, wie dem 1928 erschienenen *Simba: The King of the Beasts*, jahrzehntelang wirkmächtige Bildformulare des „Fremden“ produzierte. „[T]he Johnsons,“ postulieren Prue Ahrens, Lamont Lindstrom und Fiona Paisley Surrey, „restaged the story of the American pioneering spirit among the expanded horizons of America's new century.“⁷¹ Als das Buch *Auf Entdeckungsfahrt mit Johnson: Abenteuer mit Kamera, Büchse und Flugzeug* 1939 auch in Deutschland erschien, versprach der Klappentext eine unmittelbare Teilhabe der Leser*innen, nicht nur an den „Sitten und Gebräuche[n], wilder Volksstämme“, sondern ebenso „an der Jagd auf die Tiere der Wildnis, Jagd in erster Linie mit der Bildkamera, in der Not aber auch mit der Büchse“⁷². Der Akt des Fotografierens wird hier mit dem Akt des Tötens analogisiert, das Tier wird zur Beute, das mal mit der Kamera, mal mit dem Gewehr „geschossen“ werden kann, indem man jeweils einen Auslöser betätigt.⁷³ Susan Sontag hat bezüglich dieser Analogisierung geschrieben, die Kamera werde bereits in der Werbung „wie eine Räuberwaffe angepriesen – so automatisiert wie möglich und stets einsatzbereit“. Zwar töte das „Kamera-Gewehr“ nicht, dennoch hafte „dem Akt des Fotografierens etwas Räuberisches an. Menschen fotografieren heißt ihnen Gewalt antun, indem man sie so sieht, wie sie selbst sich niemals sehen, indem man etwas von ihnen erfährt, was sie selbst nie erfahren; es verwandelt Menschen in Objekte, die man symbolisch besitzen kann.“⁷⁴ Nach und nach, so Sontag, würden die Jagd-Safaris von den Foto-Safaris abgelöst: „Statt mit Winchesters sind die Jäger mit Hasselblads ausgerüstet; statt mit Hilfe eines Zielfernrohrs ihr Gewehr in Anschlag zu bringen, spähen sie durch einen Sucher, um den richtigen Bildausschnitt zu erhalten.“⁷⁵

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts waren gerade Großwildjagden, ein koloniales Herrschaftsritual, ausgesprochen *en vogue*, und spektakuläre Jagdtrophäen, ausgestellt im bürgerlichen Interieur, galten als Statussymbole, in denen sich nicht zuletzt ein bestimmtes Männlichkeitsideal manifestierte.⁷⁶ George Eastman, der sich mit dem aus-

71 Prue Ahrens, Lamont Lindstrom und Fiona Paisley Surrey, *Across the World with the Johnsons: Visual Culture and American Empire in the Twentieth Century*, London/New York 2013, S. 1.

72 Vgl. Martin und Osa Johnson, *Auf Entdeckungsfahrt mit Johnson: Abenteuer mit Kamera, Büchse und Flugzeug*, Leipzig 1939.

73 Nicht umsonst etablierte sich in dieser Zeit mit dem englischen Wort *snapshot* ein Begriff aus der Jägersprache für das schnell und spontan geschossene Bild. Vgl. Newhall 1989, S. 134.

74 Sontag 2008, S. 20.

75 Ebd., S. 20–21.

76 Bernhard Gißibl zufolge war die Jagd-Safari ein nach spezifischen Kriterien funktionierendes Ritual, das der Durchsetzung von „class and status, whiteness, masculinity, worldliness, and authority“ diene.



Abb. 35: Paravent mit einer Fotografie von Martin und Osa Johnson für das Büro von George Eastman, in: Eastman Kodak Company, *Photo-Murals. A subject of interest to the Public, Photographers and Interior Decorators*, o.J., S. 7

drücklichen Ziel, einen Elefanten zu erlegen,⁷⁷ in Begleitung des Ehepaars Johnson 1927 auf eine solche Großwildjagd begeben hatte, ließ sich um 1930 einen Paravent mit einem im Großformat aufgezogenen Fotomotiv der Johnsons gestalten, das auf einer Safari entstanden war (Abb. 35).⁷⁸ Zwar zeigt die Fotografie selbst kein erlegtes Tier, allerdings ist hier eine Gruppe Jäger offenbar bei einer Ruhepause zu sehen, die Tropenhelme als vestimentäre Zeichen kolonialer Herrschaftsetablierung auf dem Kopf tragen. Seinen Platz fand der Paravent in Eastmans Büro und somit in unmittelbarer Nähe zum überdimensionalen Kopf des erlegten Elefanten, der noch heute den Wintergarten von Eastmans Wohnhaus dominiert (Abb. 36).⁷⁹ In ähnlicher Weise wie der präparierte Tierkörper fungierte auch die Fotografie als Trophäe, als Symbol der US-amerikanischen Bemächtigung des kolonialen Raums. Aufgebracht war sie auf

Siehe: Bernhard Gißibl, *The Conservation of Luxury. Safari Hunting and the Consumption of Wildlife in 20th century East Africa*, in: *Luxury in Global Perspective. Objects and Practices, 1600–2000*, hrsg. von Karin Hofmeester und Bernd-Stefan Grewe, New York 2016, S. 261–298, hier: S. 261.

⁷⁷ Vgl. Elizabeth Brayer, *George Eastman: A Biography*, Rochester 2006, S. 492.

⁷⁸ Das Negativ der verwendeten Aufnahme befindet sich in der Sammlung des Eastman Museum, Rochester (Inventarnummer 1985.1262.0241). Es wird der Serie ‚East Africa‘ (A) zugeordnet und ist auf 1921–27 datiert. Vgl.: <https://collections.eastman.org/objects/204786/untitled?ctx=a84d4d41-b531-448d-9d1be-0d36e0f8567&idx=0> (letzter Zugriff: 24.04.2023).

⁷⁹ Heute handelt es sich bei dem Kopf allerdings um eine Acryl-Reproduktion des Originals. Vgl. Kathleen Quigley, *Splendor Restored At Eastman House*, in: *The New York Times*, 18. März 1990, S. 27 und S. 40, hier: S. 27.



Abb. 36: Ansicht des Wintergartens in George Eastmans Wohnhaus in Rochester, New York mit Elefanten-Trophäe und Elfenbein-Stoßzahn, 1928, Silbergelatine-abzug, 24,1 × 16,8 cm, George Eastman Museum, Rochester, gift of the University of Rochester, 2007.0199.0102, Courtesy of the George Eastman Museum

einen mobilen Bildträger – wobei der Paravent als ein ursprünglich aus dem asiatischen Raum stammender Stellschirm selbst ein Produkt „westlicher“ Aneignung ist, der die Erinnerung an Eastmans Triumph, an sein Bezwingen der ungezähmten Wildnis, konservieren und immer wieder vor Augen führen sollte: „Even personal experiences may be immortalized by the photomural process,⁸⁰“ hieß es 1931 in der *New York Times* zu Eastmans Paravent. Der Schwerpunkt lag somit auf der Verewigung der Erfahrung, nicht des Ergebnisses der Jagd. Die Kamera als Massenprodukt, davon war Eastman überzeugt, biete die einzigartige Möglichkeit, solch einmalige Erlebnisse in dauerhafte Dokumente zu verwandeln und „beim Schein des heimischen Kamins zu Szenen zurückzukehren, die anderenfalls im Gedächtnis verblassen und verlorengehen würden“⁸¹. Im *photomural* sollte es gelingen, der Fotografie als Erinnerungsträger persönlicher Lebensgeschichte monumentale Strukturen zu verleihen.

IV.3.2 Zwischen Intimität und Monumentalität: Das *photomural* als Träger persönlicher Erinnerung

Als Mitglieder der wohlhabenden US-amerikanischen Oberschicht gehörte auch für die Goodspeeds das Reisen zum guten Ton. So brachen sie 1925 zu einer siebenmonatigen

80 Storey 1931, S. 14.

81 Newhall 1989, S. 134.

Weltreise auf, die sie bis in die entlegensten Winkel Asiens führte und die für damalige Oberschicht-Verhältnisse ausgesprochen abenteuerlich war.⁸² Das Negativ des Taj Mahal, das Elizabeth Fuller Goodspeed 1927 Kaufmann & Fabry vorlegte, mit dem Wunsch, die Aufnahme des berühmten Bauwerks möge den etwa 2,5 m hohen Alkoven ihres Hauses zieren,⁸³ sollte jedoch die Erinnerung an eine andere Reise an die Wand bannen: Die zusammen mit ihrem Mann nach ihrer Eheschließung im Jahr 1916 unternommene Hochzeitsreise.⁸⁴

Der Taj Mahal gehörte schon früh zu den berühmtesten Sehenswürdigkeiten der Welt. Bereits vor seiner Fertigstellung 1648 zog er jedoch in erster Linie die Aufmerksamkeit und Bewunderung ausländischer Besucher*innen auf sich, wohingegen es in Indien selbst zunächst kaum Quellen gab, die sich mit ihm befassten: „The best-known symbol of Indian civilization,“ so hat Pratapaditya Pal daher konstatiert, „is essentially a creation of Western enthusiasm.“⁸⁵ Vom Moghulherrscher Shah Jahan als prachtvolles Mausoleum für seine verstorbene Lieblingsfrau in Auftrag gegeben gilt der Taj Mahal bis heute als architektonische Manifestation der romantischen Liebe – „the symbol *par excellence* of one man's love for a woman“⁸⁶ –, ein Konzept, das sich auch im Westen großer Beliebtheit erfreute.⁸⁷ Als idealtypischer Garten ist die symmetrische, auf geometrischen Formen basierende und an zentralen Sichtachsen orientierte Anlage außerdem anschlussfähig an die Vorstellung einer vollkommenen Beherrschbarkeit der Natur, die auch im europäischen Renaissance- und Barockgarten ihren Ausdruck findet. Die Komposition der dem *photomural* zugrunde liegenden Aufnahme zelebriert die sich im Bauwerk manifestierende Idee der Symmetrie. Dass diese den inzwischen berühmt gewordenen Blick von der Hauptachse auf das Mausoleum mit der Spiegelung

82 Ihre Reise, auf der sie von einem befreundeten Paar begleitet wurden, beschränkte sich nicht nur auf den üblichen Kanon von Sehenswürdigkeiten. So wurde etwa, entgegen eines ausdrücklichen Verbots des chinesischen Kriegsherren Feng Yuxiang, eine Expedition von Peking nach Ulan Bator unternommen. Geoffrey Johnson nimmt an, dass Elizabeth Fuller Goodspeed und ihre mitreisende Freundin die ersten Frauen waren, die das Gandan Kloster in Ulan Bator besuchten. Vgl. Johnson 2008.

83 Vgl. Slawson 1938, S. 52.

84 Vgl. Anon., You're Invited to View Times' Photo-Mural – It's First to Show Newspaper Processes From Logging to Reader's Door, in: *The Daily Times*, 23. November 1938, S. 10–11, hier: S. 10. Der Artikel erwähnt jedoch nicht den genauen Zeitpunkt dieser Hochzeitsreise.

85 Pratapaditya Pal, Romance of the Taj Mahal, in: Ausst. Kat. *Romance of the Taj Mahal*, Los Angeles County Museum of Art, Los Angeles (17. Dezember 1989–11. März 1990) Los Angeles/London 1989, S. 194–242, hier: 194.

86 Pratapaditya Pal, Introduction, in: Ausst. Kat. *Romance of the Taj Mahal* 1989, S. 9–13, hier: S. 9.

87 Vgl. Ausst. Kat. *Imperial Sightseeing: Die Indienreise von Erzherzog Franz Ferdinand von Österreich-Este*, hrsg. von Regina Höfer, Museum für Völkerkunde, Wien (7. Juli–3. September 2010 und 22. Oktober 2010–9. Januar 2011), Wien 2010, S. 127 (online zugänglich unter: <http://crossasia-repository.ub.uni-heidelberg.de/1404/>, letzter Zugriff: 21.04.2023).

im Wasserbecken zeigt, zeugt von der „Standardisierung der Blickwinkel“⁸⁸ bei der Produktion von Reise- und Erinnerungsbildern, die sich im Zuge des seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts stetig anwachsenden Tourismus herausbildete und die nicht nur dazu führte, dass sich ein Kanon sogenannter „Must-Sees“ etablierte, sondern auch zu einer Normierung der Sehgewohnheiten beitrug.⁸⁹

Im *photomural* ist der Taj Mahal, der auf einem symmetrischen Grundriss basiert und dessen überwältigender Eindruck nicht zuletzt auch auf den geplanten Spiegelungen beruht, die dem Gebäude eine weitere Symmetrie hinzufügen, exakt axialsymmetrisch ins Bild gesetzt, die Spiegelachse verläuft durch die horizontale Bildmitte. Zwar bringt die auf Symmetrie und Achsialität angelegte Aufnahme so eine geometrische Grundordnung zur Anschauung, die den Taj Mahal in seiner charakteristischen Wirkung für die Betrachter*innen des *photomural* nacherlebbar machen sollte. Allerdings wird das beeindruckende Monument hier auch domestiziert und entmachtet. Eingebaut in eine Sofanische wird die Monumentalität des Taj Mahal gebrochen. In der Tradition exotisierender Bildtapeten wird er in Form eines *photomural* als exotische Kostbarkeit angeeignet und ins Interieur eingefügt.

Seine Funktion als Dekoration exotistischen Anspruchs unterstrich die abschließende Vergoldung des *photomural*, die Kaufmann & Fabry auf Wunsch von Elizabeth Fuller Goodspeed durchführten und die einem damaligen Goldwert von 50 Dollar entsprach.⁹⁰ Anstatt durch das Schwarz-Weiß der Aufnahme eine nüchterne Klarheit der Form zu betonen, strahlte das im *photomural* vergoldete Bauwerk, als „Sinnbild für die Imposanz und die ästhetische Überlegenheit und das Monumentale sogenannter ‚Hochkulturen‘ gegenüber der industrialisierten und rationalisierten Welt“⁹¹, exotische Pracht aus. Die durch die symmetrische Bildanlage evozierte Stabilität des Bauwerks kontrastierte dabei „die Flüchtigkeit und Instabilität der Moderne, wo [...] nichts mehr für die Ewigkeit gebaut wird“⁹², und die nicht zuletzt auch das *photomural* als ephemeres Medium eigentlich verkörpert. Durch seine Vergoldung wurde das *photomural* hier jedoch aufgewertet und anschlussfähig an die Goldledertapete gemacht. Dieser geprägte Wandbehang –, [e]ine der reichsten und luxuriösesten Wandbespannungen,

88 Diana Schulze, *Der Photograph in Garten und Park: Aspekte historischer Photographien öffentlicher Gärten in Deutschland von 1880 bis 1930*, Würzburg 2004, S. 263.

89 Vgl. Ingrid Thurner, Grauenhaft. Ich muß ein Foto machen. Tourismus und Fotografie, in: *Fotogeschichte: Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie* 44:12 (1992), S. 23–44, hier: S. 31; Vgl. außerdem zum Themenkomplex Tourismus und Fotografie: Ausst. Kat. *Mit dem Auge des Touristen. Zur Geschichte des Reisebildes*, Kunsthalle Tübingen (22. August–20. September 1981), Tübingen 1981.

90 Vgl. Slawson 1938, S. 54.

91 Robert Schäfer, *Tourismus und Authentizität: Zur gesellschaftlichen Organisation von Außeralltäglichkeit*, Bielefeld 2015, S. 94.

92 Ebd.

die jemals gemacht wurden“⁹³ – schmückte zwischen dem 15. und 18. Jahrhundert die Repräsentationsräume des europäischen Adels und verströmte, wenngleich das Leder lediglich mit Blattsilber überzogen wurde, das mit einem gelb-braunen Firnis angestrichen war, eine goldene Prächtigkeit, die man wohl auch im Hause der Goodspeeds mit dem *photomural* zu imitieren suchte. Die Vergoldung trug also zu einer Nobilitierung des fotografischen Wandbildes in einem anachronistischen Sinne bei. Sie ließ das *photomural* wertvoll erscheinen und unterstrich die Exotik des Motivs, lief dabei jedoch einer entscheidenden Qualität des Mediums zuwider, die in der Depressionszeit der 1930er Jahre immer wieder als sein entscheidender Vorzug herausgehoben werden sollte, nämlich seine Kostengünstigkeit. Diese dürfte für Elizabeth Fuller Goodspeed auch nicht ausschlaggebend für die Wahl des Mediums gewesen sein. Vielmehr diente das *photomural* der Distinktion. Es war ein Alleinstellungsmerkmal, um sich von den anderen Mitgliedern der High Society abzusetzen, deren Interieurs sich in ihrer Anlehnung an den europäischen Salon in ihrer Ausstattung ähnelten. Das *photomural* war neu-, ja zu diesem Zeitpunkt sogar einzigartig und – vergleichbar mit dem Taj Mahal – eine technische Meisterleistung, war doch ein fotografischer Abzug in vergleichbaren Ausmaßen noch nie zuvor realisiert worden. So berichtete Arthur E. Clason von Kaufmann & Fabry 1938 über die Bedenken bei der Realisierung dieses ersten *photomural*:

„Enlargements, as known today, were unheard of. The widest paper available was only forty inches, so three strips would be required to cover her eight-foot alcove. We were not sure printing could be controlled so that tonal values of these strips would be identical. We feared, too, that due to inability to hold the paper absolutely flat during printing, the curled edge would distort the image. Our big worry, though, was that the dampened paper would stretch without uniformity. There was also the possibility that, due to improper development, the emulsion on the negative would show a blotched or ‚grainy‘ appearance when enlarged to the unusual size, thus destroying the artistic tone of the finished picture.“⁹⁴

Allen Vorbehalten zum Trotz gelang die Ausführung des Auftrages. Dabei war es die Vergoldung, die Arthur E. Clason zufolge dem *photomural* seine Haltbarkeit verlieh, denn entgegen dem in den 1930er Jahren formulierten Anspruch an die Flexibilität des Mediums war die Installation des *photomural* in den Wohnräumen der Goodspeeds auf Dauerhaftigkeit angelegt. So konnte noch 1938 verkündet werden: „[T]oday, after

93 Eloy F. Koldewij, Zur Entwicklungsgeschichte der Goldledertapeten, in: *Ledertapeten: Bestände, Erhaltung und Restaurierung*, hrsg. von Hendrik Bärnighausen, Dresden 2004, S.13–23, hier: S. 13. Vgl. außerdem: Ausst. Kat. *Golddrausch. Die Pracht der Goldledertapeten*, hrsg. von Sabine Thümmeler und Caroline Eva Gerner, Deutsches Tapetenmuseum, Kassel (7. Dezember 2006–25. März 2007), München 2006.

94 Slawson 1938, S. 52–53.

nearly twelve years, the world's first photomural still hangs there in all its original bright perfection.“⁹⁵

Die Langlebigkeit des fotografischen Bildes transportierte dabei nicht zuletzt die mit dem Besuch des Taj Mahal verbundene Hoffnung, die Liebe möge ewig währen, die noch heute zahllose frisch vermählte Ehepaare zu dem Monument pilgern lässt. Diesem intimen Anlass entsprach der Anbringungsort, denn der Alkoven war als Schlafnische ursprünglich dazu erdacht, einem Raum Privatsphäre zu verleihen.⁹⁶ Durch seine monumentalen Ausmaße hatte das *photomural* jedoch nicht den Charakter eines privaten Bildes, auch wenn es in einer zurückversetzten Wandnische platziert war. Vielmehr markierte es ein Dazwischen von Intimität und Öffentlichkeit, privatem und repräsentativem Raum. Nur dem Eingeweihten erschloss sich die tiefere Bedeutung des ebenso exotischen wie unmittelbar wiedererkennbaren Motivs. Den über den Bildanlass im Unklaren gelassenen Betrachter*innen hingegen kündete das *photomural* des Taj Mahal lediglich von den Reisen der Goodspeeds in ferne Länder, deren unmittelbarer fotografischer Beweis es war, denn wie die im *photomural* festgehaltene Wasserspiegelung, die die exakte Entsprechung von Original und seinem Bild suggeriert, gibt auch die Fotografie vor, ein authentisches Abbild zu sein, ein unverfälschtes Zeugnis einer von der Kamera eingefangenen Realität.⁹⁷ Die Wand wird dabei zum Speicherort der mit dem fotografischen Bild verbundenen persönlichen Erinnerungen, eine Funktion, die auch dem fotografischen Medium selbst inhärent ist. Bernd Busch zufolge sei „[g]erade der ‚soziale Gebrauch‘ [...] der Kamera [...] getragen von dem beharrlichen Bemühen, mittels der Fotografie der Chronik des privaten Glücks ihre Bestandsstücke zu liefern, die fotografische Aufnahme für ihre spätere, erinnerungsträchtige Begutachtung zu bereiten, sie gleichsam vorsorglich zum Gedächtnismonument zu stilisieren“⁹⁸. Im Hause der Goodspeeds wurde die Fotografie des Taj Mahal – selbst ursprünglich als privater Erinnerungsort erbaut – auch in ihren Dimensionen zu einem solchen „Gedächtnismonument“ erhoben und an der Wand beständig gemacht.

95 Ebd., S. 54.

96 Sabine Pollak zufolge habe sich Privatheit, aus Mangel an individuellen Rückzugsräumen, im 17. Jahrhundert „über Gegenstände, Praktiken oder aber über fiktive Räume“ vermittelt: „Es gab jedoch einen genau definierten und von allen Familienmitgliedern akzeptierten Bereich einer Intimität, den Raum zwischen dem Bett und der Wand, die ‚ruelle‘, ein Bereich, der allgemein als intimer Ort akzeptiert wurde. Erst im 18. Jahrhundert rückte das Bett in die Ecke des Zimmers und erhielt durch Paravents oder Alkoven eine materielle Abgrenzung.“ Sabine Pollak, *Leere Räume. Weiblichkeit und Wohnen in der Moderne*, Wien 2004, S. 28.

97 Vgl. hierzu auch: Schäfer 2015, S. 88.

98 Bernd Busch, Das fotografische Gedächtnis, in: *Gedächtnisbilder. Vergessen und Erinnern in der Gegenwartskunst*, hrsg. von Kai-Uwe Hemken, Leipzig 1996, S. 186–204, hier: S. 198.

IV.3.3 Das Interieur als Bühne

Der Realitätseffekt des fotografischen Bildes wurde unterstützt durch das Setting in den Goodspeedschen Wohnräumen. Unmittelbar wurden die Betrachter*innen hier in die exotische Kulisse hineinversetzt. Durch den in der Bildmitte liegenden Fluchtpunkt entwickelte die Aufnahme einen regelrechten Tiefensog, der die Wand durchlässig erscheinen ließ. Fensterartig brachte das *photomural* ein vorgebliches Außen im bürgerlichen Interieur zur Ansicht, ein Effekt, der im Verlauf dieses Buches noch näher untersucht werden soll. Die unmittelbar vor dem *photomural* positionierte Chaiselongue gab dabei den Blick auf den Hintergrund frei. Auf ihr ruhend konnte eine ähnliche Position eingenommen werden wie auf den zahlreichen Bänken, die den Besucher*innen auf dem Gelände des Taj Mahal schon damals als Sitz- und Ruhemöglichkeiten zur Verfügung standen. Von außen betrachtet wurde die auf der Chaiselongue Platz nehmende Person so selbst Teil der Szenerie. Ein Überwinden geografischer Distanzen durch das buchstäbliche Sich-Hineinversetzen in den durch das *photomural* entworfenen exotischen Raum deutete sich so im bürgerlichen Innenraum schon an, bevor die gesteigerte Mobilität durch den touristischen Luftverkehr die tatsächlichen Distanzen zwischen Orten fast gänzlich zum Verschwinden bringen sollte. Das Jahr 1927 markierte auf diesem Weg bereits einen Meilenstein, denn am 22. Mai landete Charles Lindbergh nach der ersten im Alleingang bewältigten, durchgängigen Atlantiküberquerung der Geschichte in Paris – ein Ereignis, dass die Welt ein ganzes Stück näher zusammenrücken ließ und Lindbergh zur Symbolfigur *par excellence* für US-amerikanische Innovationskraft machte.

Wenngleich im Hause der Goodspeeds somit das Potenzial der Fotografie ausgelotet wurde, die Betrachter*innen aufgrund ihres Realitätscharakters jederzeit an einen anderen Ort versetzen zu können, so wurde hier dennoch nicht – etwa durch eine naturalistische Kolorierung des *photomural* – der realistische Eindruck eines betretbaren Raums erzeugt. Vielmehr kam es durch die Vergoldung des Bildes – über deren tatsächliche Wirkung angesichts der Schwarz-Weiß-Aufnahme der Räumlichkeiten gewiss nur spekuliert werden kann – zu einer mimetischen Brechung, die die Fotografie als solche wahrnehmbar machte. Diese erschien trotz ihres starken Tiefensogs so nicht als Fortsetzung des belebten Raums. Vielmehr wurde das fotografische Bild durch seine Vergoldung unmissverständlich als Teil der Wand konserviert, die den Raum nach hinten abschloss. Die Chaiselongue markierte dabei die Schwelle vom Wohn- zum Bildraum, der sich – durch den Alkoven als zurückgesetzte Wandnische markiert – hinter diesem öffnet. Eine Verschränkung beider Räume wird auf der im *Mechanix Illustrated* abgebildeten Fotografie dadurch betont, dass die Lehne der Chaiselongue exakt in die Perspektivlinie des *photomural* übergeht. Die auf ihr liegende Person, die hier imaginiert werden muss, bewegte sich in einem liminalen Bereich, vergleichbar mit Tizians *Venus von Urbino* (Abb. 37), für die Daniel Arasse konstatiert hat, sie besetze „a place of indeterminate spatial coordinates that is nonetheless situated between two precisely defined spaces: the fictive space of the chamber in the

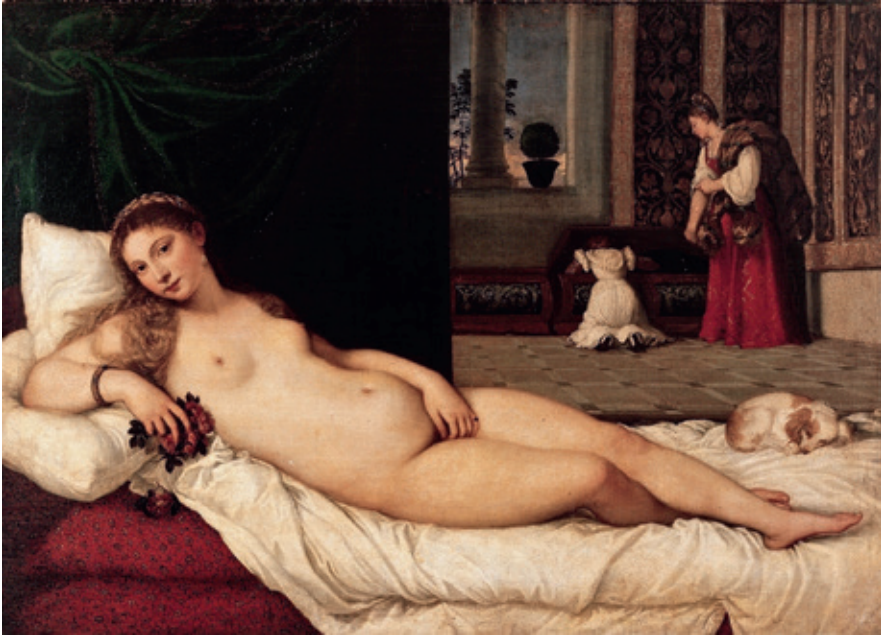


Abb. 37: Tizian, *Venus von Urbino*, 1538, Öl auf Leinwand, 119 × 165 cm, Galleria degli Uffizi, Florenz

painting [...] and the space of the actual chamber where we find ourselves with the painting and from which we envisage it“⁹⁹. Ausgestattet ist der sich hinter Tizians liegendem weiblichen Akt öffnende Bildraum mit einer Goldledertapete. Zwar soll hier nicht die Behauptung aufgestellt werden, es handle sich um eine direkte Referenz. Allerdings erfuhr im Interieur der Goodspeeds durch die Kombination von Ruhemöbel und Landschaftsausblick ein tradiertes Bildformular eine Aktualisierung, das wohl auch den großbürgerlichen Rezipient*innen vor Augen stand. So okkupiert, in ähnlicher Weise wie die *Venus von Urbino*, auch in einer Version aus einer Gruppe von Gemälden Tizians, der *Venus mit dem Orgelspieler* im Madrider Prado (Abb. 38), ein liegender weiblicher Akt die vordere Randzone. Hier gibt im Hintergrund nun ein hochgezogener Vorhang den Blick in eine Landschaft frei, die wie der gemalte Kulissenprospekt einer Theaterbühne erscheint, da sie – wenngleich wie das *photomural* des Taj Mahal zentralperspektivisch angelegt – einer eigenen Perspektivierung folgt. Eine vergleichbare Art von Bühnenprospekt bildete auch das *photomural*. Es fungierte als performative Folie für eine Oberschicht, die sich nicht nur in den eigenen vier Wänden in exotischer Selbstinszenierung übte. Insbesondere Eliza-

99 Daniel Arasse, The „Venus of Urbino“, or the Archetype of a Glance, in: *Titian's „Venus of Urbino“*, hrsg. von Rona Goffen, Cambridge 1997, S. 91–107, hier: S. 101.



Abb. 38: Tizian, *Venus mit dem Orgelspieler*, um 1555, Öl auf Leinwand, 150,2 × 218,2 cm, Museo del Prado, Madrid

beth Fuller Goodspeed fiel immer wieder durch ihr außergewöhnliches Erscheinungsbild auf, etwa wenn sie den *Architects Ball* 1932 in Chicago in einem Kleid der 1870er Jahre mit einem Äffchen auf der Schulter besuchte oder zur Einweihung des neu dekorierten Speisesaals des Chicagoer *Arts Club* in einem griechischen Kostüm erschien.¹⁰⁰ Dass das Interieur¹⁰¹ schon im 18. und 19. Jahrhundert „mit allem darin Dargestellten und den darin Anwesenden [...] zu einer Art Bühne der Gesellschaft“¹⁰² wurde, auf der Geschlechter-

100 Vgl. Johnson 2008.

101 Katharina Eck und Astrid Silvia Schönhagen zufolge lässt sich am Begriff des „Interieur“, der sich zu Beginn des 19. Jahrhunderts herausbildete, eine Wandlung „vom (architektonischen) Wohn- oder Innenraum zum Interaktionsraum verschiedener Subjekte“ festmachen, da eine wechselseitige Bezugnahme bereits „im lateinischen Wortstamm *inter* (dt. ‚zwischen‘, aber auch ‚unter, in[mitten]‘)“ eingeschrieben sei. Vgl. Katharina Eck und Astrid Silvia Schönhagen, *Imaginationsräume des (bürgerlichen) Selbst. Möglichkeiten und Herausforderungen kulturwissenschaftlicher Analysen des Wohnens in Bildtapeten-Interieurs im frühen 19. Jahrhundert*, in: *Interieur und Bildtapete: Narrative des Wohnens um 1800*, hrsg. von Katharina Eck und Astrid Silvia Schönhagen, Bielefeld 2014, S. 13–64, hier: S. 15.

102 Astrid Silvia Schönhagen, *Das Interieur als Bühne. Dufours tapeziertes Südsee-Arkadien und die Verinnerlichung naturalisierter „Geschlechtscharaktere“ im Wohnen*, in: *Wilde Dinge in Kunst und Design. Aspekte der Alterität seit 1800*, hrsg. von Gerald Schröder und Christina Threuter, Bielefeld 2017, S. 30–59, hier: S. 54.

und Rollenbilder stetig neu ausgehandelt wurden, ist in der Forschung bereits untersucht worden.¹⁰³ Wohnen wurde ab dieser Zeit vermehrt als „gesellschaftlicher Schauplatz“ definiert, „an dem sich die innenorientiert moderne Subjektivität fortwährend ausstellt und ausstellen muss“¹⁰⁴. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts lässt sich diese „paradoxe[n] Formel der ausgestellten Innerlichkeit“¹⁰⁵ zunehmend auch auf die mediale Inszenierung von Interieurs beziehen, an der in den USA Zeitschriften wie *House & Garden* und *Arts and Decoration* entscheidenden Anteil hatten.¹⁰⁶ Hier wurden den Leser*innen scheinbar intime Einblicke in eine Sphäre gewährt, die dem öffentlichen Blick sonst entzogen war.

Doch nicht nur im Interieur kam und kommt das Selbst zur Aufführung, auch für die Aneignung touristischer Räume ist der Aspekt der Performanz von zentraler Bedeutung.¹⁰⁷ Dean MacCannell hat erstmals 1973 die Bühnenmetapher in den touristischen Kontext übertragen und diese auf die touristische Suche nach dem „Authentischen“ angewendet.¹⁰⁸ Aufbauend auf der von Erving Goffman entwickelten Dichotomie von „Vorderbühne“ und „Hinterbühne“¹⁰⁹, mit der der US-amerikanische Soziologe Ende der 1950er Jahre Formen der Selbstdarstellung auf der Bühne des Alltags beschrieben hat – wobei die „Hinterbühne“ einen für das Publikum nicht einsehbaren Rückzugsbereich bezeichnet –, ging MacCannell davon aus, dass sich Tourist*innen in einem mehrstufigen Dazwischen von touristischer Fassade und einem dahinter liegenden Bereich bewegen, in dem sie zwar das Gefühl haben, authentische Erfahrungen zu machen, die in Wirklichkeit jedoch oftmals ebenfalls für sie inszeniert wurden.¹¹⁰ Dass Tourismus nicht nur dieses Verlangen nach Authentizität beinhaltet, sondern auch mit konkreten, performativ zu nennenden Praktiken einhergeht, hat u. a. Tim Edensor

103 Vgl. auch: Katharina Eck, *Tapezierte Liebes-Reisen. Subjekt, Gender und Familie in Beziehungsräumen des frühindustriell-bürgerlichen Wohnens*, Bielefeld 2018, S. 166–168; sowie: Beate Söntgen, Bild und Bühne. Das Interieur als Rahmen wahrer Darstellung, in: *Räume des Subjekts um 1800: Zur imaginativen Selbstverortung des Individuums zwischen Spätaufklärung und Romantik*, hrsg. von Jörn Steigerwald und Rudolf Behrens, Wiesbaden 2010, S. 53–72.

104 Irene Nierhaus und Kathrin Heinz, Geleitwort, in: *Interieur und Bildtapete* 2014, S. 9–11, hier: S. 10.

105 Söntgen 2010, S. 54.

106 Beide Magazine wurden zu Beginn des 20. Jahrhunderts gegründet, ab den späten 1910er Jahren lässt sich eine vermehrte Fokussierung auf Interieurs feststellen.

107 Vgl. zu den Begriffen „Performanz“ und „Performativität“: Erika Fischer-Lichte, *Performativität. Eine Einführung*, Bielefeld 2012; sowie: Klaus W. Hempfer, Performance, Performanz und Performativität. Einige Unterscheidungen zur Ausdifferenzierung eines Theoriefeldes, in: *Theorien des Performativen. Sprache – Wissen – Praxis. Eine kritische Bestandsaufnahme*, hrsg. von Klaus W. Hempfer und Jörg Volbers, Bielefeld 2011, S. 13–41.

108 Dean MacCannell, Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings, in: *American Journal of Sociology* 79:3 (November 1973), S. 589–603.

109 Vgl. Erving Goffman, *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*, 2. Aufl., München 1973.

110 Vgl. auch: Dean MacCannell, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Berkeley 1999, insbesondere Kapitel 5.

untersucht.¹¹¹ In seinem 1998 erschienenen Buch *Tourists at the Taj: Performance and Meaning at a Symbolic Site* legt Edensor am Beispiel des Taj Mahal ausführlich dar, wie sich Tourist*innen dieses Monument performativ erschließen. Der Palast fungiere dabei „as a theatre in which Orientalist fantasies are articulated, as it has since colonial times“¹¹². Bereits seit der Kolonialzeit mit weiblicher Metaphorik aufgeladen werde der Taj dabei noch heute zum „feminine space“¹¹³ stilisiert, dessen touristische Aneignung von einem hegemonialen Blickregime geprägt sei: „The fact that the mausoleum celebrates an Indian woman has given licence to fantasies about ‚Oriental femininity‘ that constitute a hegemonic gendering of the site that is articulated by both Western visitors and guides.“¹¹⁴ Zu den von Edensor herausgearbeiteten Praktiken touristischer Performanz, die jeweils einer festgelegten Choreografie folgen, gehört – neben dem Erlaufen, Betrachten und Erinnern – auch das Fotografieren, das, so Edensor, bei einem Besuch des Taj Mahal besonders viel Raum einnehme und dabei nicht selten mit der reinen Betrachtung konkurriere.¹¹⁵

Den Aspekt des Performativen haben auch John Urry und Jonas Larsen in *The Tourist Gaze* als eine Schlüsselkategorie touristischer Fotografie beschrieben:

„Tourists enact photography bodily, creatively and multi-sensuously in teams of significant others [...] and with a (future) audience at hand or in mind. The performed aspects of tourist photography relates to practices of taking photos, posing for cameras, choreographing posing bodies, watching photographing tourists and consuming photographs.“¹¹⁶

Im Goodspeedschen Interieur ergab sich, vor dem *photomural* als performativer Folie, eine solche touristische Fotosituation. Mit wechselnden Besucher*innen konnte hier das touristische Formular der Augenzeugen*innschaft immer wieder aktualisiert werden. Die touristische Pose wird so in den Innenraum übernommen. Dabei stellt sich nicht zuletzt auch im Interieur die Frage nach der Verhandlung und Verortung von Geschlechterbildern.¹¹⁷ Irene Nierhaus hat für die Zeit um 1900 bereits festgestellt,

111 Tim Edensor, *Tourism and Performance*, in: *The Sage Handbook of Tourism Studies*, hrsg. von Tazim Jamal und Mike Robinson, Los Angeles 2009, S. 543–557; Ders., *Performing tourism, staging tourism: (Re)producing tourist space and practice*, in: *Tourist Studies* 1:1 (2001), S. 59–81; sowie: Ders., *Tourists at the Taj: Performance and Meaning at a Symbolic Site*, London 1998.

112 Edensor 1998, S. 75.

113 Ebd., S. 79.

114 Ebd.

115 Vgl. ebd., S. 128 ff.

116 Urry und Larsen 2011, S. 213.

117 Vgl. zum Forschungsfeld Raum, Wohnen und Geschlecht: Nierhaus 1999; Christiane Keim, *Performative Räume – Verführerische Bilder – Montierte Blicke. Zur Konstruktion von Geschlecht im Interieur*, in: *Das Design der Gesellschaft. Zur Kulturosoziologie des Designs*, hrsg. von Stephan Moebius und Sophia Prinz, Bielefeld 2012, S. 143–162; *Interiority/Exteriority in Literary and Cultural Discourse*, hrsg.

dass der Wohnungsinnenraum in zeitgenössischen Beschreibungen „durch eine über die Ausstattung visualisierte Geschlechtergeografie in *weibliche und männliche Orte* der Wohnung geordnet“¹¹⁸ wird. Der Alkoven als Rückzugsraum kann als ein solcher weiblich konnotierter Ort gelten. Da zudem die auf einem Ruhemöbel liegende Frau ein kunstgeschichtlich tradiertes Motiv ist, das häufig mit der doppelten Konnotation von Sinnlichkeit und häuslicher Tugendhaftigkeit belegt ist,¹¹⁹ wird somit im Goodspeedschen Interieur unvermeidlich ein weibliches Objekt der Betrachtung imaginiert, das „durch den aufrecht stehenden, männlich imaginierten Betrachter“¹²⁰ in Besitz genommen wird. Ebenso wie das Bildmotiv wird das davor positionierte Weibliche – hier wohl insbesondere die eigene Ehefrau – zum „Anderen“, „Fremden“, das es aus einer privilegierten Blickposition heraus zu betrachten und zu vereinnahmen gilt.

IV.4 Die Einführung großformatiger Fotopapiere durch die Eastman Kodak Company

Die technischen Voraussetzungen, um das *photomural* einer breiten Masse verfügbar zu machen, wurden in den USA schließlich von der Eastman Kodak Company geschaffen. Immer auf der Höhe der Zeit hatte die von George Eastman gegründete Firma den Trend hin zur großformatigen Wanddekoration offenbar früh erkannt und in einem zweijährigen Prozess¹²¹ Fotopapiere entwickelt, die, mit einer Breite von einem Meter, ab 1930 auf Rollen verkauft wurden. Indem man mehrere Bahnen nebeneinander aufzog (Abb. 39), war es möglich, ganze Wandabschnitte mit einer frühen Form der Fototapete zu gestalten. Die großformatigen Abzüge wurden auf die Wand aufgeklebt, teilweise handkoloriert und abschließend mit einem Lack fixiert, der die Haltbarkeit des *photomural* gewährleisten sollte.

von Sonia Front und Katarzyna Nowak, Newcastle 2010; Penny Sparke, *The Modern Interior*, London 2008; Pollak 2004; Linda Hentschel, *Pornotopische Techniken des Betrachtens. Raumwahrnehmung und Geschlechterordnung in visuellen Apparaten der Moderne*, Marburg 2001; *Sexuality and Space*, hrsg. von Beatriz Colomina, Princeton 1992.

118 Nierhaus 1999, S. 102.

119 Vgl. hierzu: Heather McPherson, Manet: Reclining Women of Virtue and Vice, in: *Gazette des Beaux-Arts* 115 (Januar 1990), S. 34–44.

120 Christiane Keim, Die Frau auf der Corbusier Liege. Zur Konstruktion des Künstlersubjekts in Bildern moderner Weiblichkeit und modernen Möbels, in: *Um-Ordnung: Angewandte Künste und Geschlecht in der Moderne*, hrsg. von Cordula Bischoff und Christina Threuter, Marburg 1999, S. 69–83, hier: S. 72.

121 Vgl. H.S. Thomas, New Decorative Effects possible in Murals by Photography, in: *The American Architect* 139 (März 1931), S. 42–45, hier: S. 42.

Abb. 39: „Illustrating the correct method of overlapping and matching of subject during the process of hanging mural prints. The prints are rubbed down with a large wet sponge“, in: Eastman Kodak Company, *Photo-Murals. A subject of interest to the Public, Photographers and Interior Decorators*, o.J., S. 13



Im Zuge der Markteinführung dieses *P.M.C. Bromide* genannten Vergrößerungspapiers begannen US-amerikanische Printmedien überall im Land ab 1930, das *photo-mural* als eine neue Form der Wanddekoration zu bewerben. Fast wortgleich erschienen etwa Artikel in unterschiedlichen Lokalausgaben, verfasst von Margery Taylor, die den neuartigen, illusionistischen Effekt beschrieben, der mit dem *photomural* erzielt werden konnte. Deren fast identische Überschriften, *Whole Walls Become Photographs*¹²² bzw. *Whole Walls Of Rooms Become Photographs*,¹²³ erweckten dabei den Anschein, dass hier tatsächlich eine Metamorphose der Wand zum Bild erfolge. Es handele sich, so wurde den Leser*innen erläutert, beim *photomural* nicht um ein herkömmliches, an der Wand aufgehängtes Foto, vielmehr verwandele sich die Wand hier gewissermaßen selbst in eine Fotografie: „Not photographs hanging on the wall – but the walls are photographs.“¹²⁴ Anhand der zum Text gehörigen Illustration konnten die Leser*innen die tatsächliche Wirkung eines solchen fotografischen Wandbildes jedoch nicht gänzlich begreifen, denn hier war lediglich das zeichnerisch erfasste Interieur eines Schiffsbauers

122 Siehe: Margery Taylor, *Whole Walls Become Photographs*, in: *The Pampa Daily News*, 29. Oktober 1931, S. 3.

123 Siehe u. a.: Margery Taylor, *Whole Walls Of Rooms Become Photographs*, in: *The Daily News, Passaic, N.J.*, 7. Dezember 1931, S. 12.

124 Ebd.



Abb. 40: „Ship mural is at home in shipbuilder's library“, in: *The Pampa Daily News*, 29. Oktober 1931, S. 3

abgebildet, dessen Wand – darauf lässt nur die Bildunterschrift schließen – offenbar das *photomural* eines Schiffs zierte (Abb. 40). Die Aufschrift „wood“ am rechten oberen Bildrand markiert dabei die hölzerne Wandvertäfelung als solche und macht die Metamorphose der Wand als Illusion kenntlich.

Diese Illusionswirkung, die die Wand nicht mehr als solche in Erscheinung treten lässt, ist in ähnlicher Weise für die Bildtapete beschrieben worden, für die, so hat Josef Leiß konstatiert, diese Bezeichnung daher nicht gänzlich zutreffend sei (Leiß favorisiert den noch zu erläuternden Begriff der Panoramatapete):

„Eine Bildtapete ist eigentlich kein Bild. Ein Bild ist transportabel, eine malerisch belebte kleine oder größere Fläche, die einen Rahmen braucht, um sich von der Wand abzuheben. Das Bild führt auf der Wand ein Eigenleben. Die Bildtapete dagegen deckt die gesamte Wand zu. Mit der Landschaftsszenerie darauf ist die Wand optisch nicht mehr vorhanden, sie ist zur Illusion geworden. Selbst wenn die Bildtapete durch eine Einrahmung mit Bordüren, mit Sockeltapeten, Fries und Säuleneinrahmung usw. als Panneau tapeziert wird, bleibt sie illusionistisch in ihrer Wirkung, die Wand wird zum Fenster.“¹²⁵

125 Josef Leiß, *Die Bildtapete*, in: *Tapeten. Ihre Geschichte bis zur Gegenwart*, hrsg. von Heinrich Olligs, 3 Bde.: Bd. 2 [Fortsetzung Tapeten-Geschichte], Braunschweig 1970, S. 187–296, hier: S. 188. Leiß veröffentlichte 1961 die erste deutschsprachige Studie über die Bildtapete. Vgl.: Josef Leiß, *Bildtapeten aus alter und neuer Zeit*, Hamburg 1961.

Auch das *photomural* lässt die Wand verschwinden. Indem „deren raumbegrenzende Materialität von einer durchgängigen Bildszenerie überdeckt“¹²⁶ wird, wird diese optisch aufgelöst, das Bild tritt an ihre Stelle. In seiner illusionistischen Wirkung übersteigt das *photomural*, dem als fotografischem Bild der Anschein, die Realität abzubilden unmittelbar eingeschrieben ist, die Tapete jedoch bei Weitem. Und auch in der schier unbegrenzten Auswahl der Motive war es tradierten Formen der Wanddekoration überlegen, was ein Artikel in *The American Architect* im März 1931 auf den Punkt brachte: „If it can be photographed, it can become a photomural“¹²⁷ hieß es hier. Mit dem *photomural* konnte nicht nur, wie zuvor bereits mit der Panoramatapete, ein illusionistischer Landschaftsraum an die Wand gebracht werden. Dieser wurde individuell auf die Kund*innen zugeschnitten, indem etwa der Lieblingsausblick in den eigenen Garten oder jeder andere favorisierte Landschaftsausschnitt fotografisch reproduziert wurde. Begrenzt war die Motivwahl demnach nur durch die eigene Fantasie. „Photomurals,“ so konstatierte Lorine Letcher Butler vom *Brooklyn Daily Eagle* im Dezember 1931 „have the advantage over scenic wallpaper in that there is such a wide choice of subject, limited only by one's own taste and experience as the mural is merely an enlargement [sic] of a small picture and may be the record of your own travels or camping trip or favorite river view.“¹²⁸

Mit dem Aufschwung der Amateurfotografie wurden Momente des alltäglichen Lebens bildwürdig. Die Kamera wurde zum Aufzeichnungsinstrument der eigenen Lebensgeschichte, das – so suggerierte die Firma Kodak mit dem Slogan „Let Kodak Keep the Story“ zu jener Zeit ihren Kund*innen – die Zuverlässigkeit des eigenen Erinnerungsvermögens überstieg.¹²⁹ Auch das *photomural* war bildlicher Beleg des selbst Erlebten. Es entthob das einzeln ausgewählte Amateurfoto, das zuvor als Teil einer ganzen Masse von Schnappschüssen sein Dasein verstaubt in Schränken oder Fotoalben gefristet hatte, durch die monumentale Inszenierung an der Wand der Banalität. Familienanlässe und -aktivitäten jeglicher Form konnten auf diese Weise noch einmal zusätzlich mit Bedeutung aufgeladen werden, wie die von Kodak herausgegebene Broschüre *Photo-Murals: How to Make and Hang them*¹³⁰ anhand eines bildlichen Beispiels den Kund*innen aufzuzeigen gedachte (Abb. 41). Ein mit dem Rücken zu den Betrachter*innen stehender Familienvater, der seinen Nachwuchs beim gemeinsamen Spielen im Hof aufnimmt, bietet sich hier als Identifikationsfigur an. Die Betrachter*innen dieser Szene sollten dazu angeregt werden, sich in ähnlicher Weise bleibende Familien-

126 Eck 2018, S. 65.

127 Thomas 1931, S. 44–45.

128 Lorine Letcher Butler, Photo-Murals Aid the Decorator, in: *The Eagle's Magazine for Women*, Beilage zum *The Brooklyn Daily Eagle*, 27. Dezember 1931, S. 13.

129 Vgl. West 2000, S. 166.

130 Eastman Kodak Company, *Photo-Murals: How to Make and Hang them*, o.J.



Abb. 41: „Photo Mural made to fit wall space 91" × 108". Portion of negative used 9" × 10 ½" – which was enlarged 10 times“, in: Eastman Kodak Company, *Photo-Murals: How to Make and Hang them*, o.J., S. 6–7

erinnerungen zu schaffen, wobei sie auch in diesem Fall nur auf den Knopf drücken mussten, um das Entwickeln und Anbringen des *photomurals* – die Maßangaben für die korrekte Installation sind hier am Bildrand vermerkt – anschließend dem professionellen Fotostudio oder den Innendekorateur*innen überlassen zu können. Dass das im Interieur installierte *photomural* dabei eine ähnliche Wirkung erzielte wie die in der Studiofotografie verwendeten Motivhintergründe und somit selbst im Wohnraum wieder als Kulisse fungierte für die Schaffung neuer fotografischer Erinnerungen, stellte Lorine Letcher Butler 1931 fest: „It is a long way from the stiff little photographs found in the family album of half a century ago, backed by the studio props of Niagara Falls or castle gates, to the photographic murals of modern decoration.“¹³¹

Die oben angeführten, zum *photomural* publizierten Presseartikel richteten sich, ebenso wie die von der Eastman Kodak Company selbst herausgegebenen Werbe-

¹³¹ Butler 1931, S. 13.

materialien, entweder an ein Fachpublikum von Architekt*innen, Fotograf*innen und Innendekorateur*innen, oder aber – wie im Fall des oben zitierten Artikels von Letcher Butler, der in der Beilage *The Eagle's Magazine for Women* des *Brooklyn Daily Eagle* erschien – dezidiert an eine weibliche Leserinnenschaft. Letztere war als „purchasing agent for the home“¹³² – wie Mary Pattison 1915 die Frau in ihrem Buch *Principles of Domestic Engineering* titulierte – zuständig für die Ausstattung des Hauses. Im Zuge der industriegesellschaftlich verursachten Differenzierung in Wohn- und Arbeitsraum war es an der Frau, daheim eine sorglose, harmonische Atmosphäre, „free from associations with the workplace“¹³³, zu schaffen, in der sich der Mann von dem zunehmend von Rationalität geprägten Arbeitsleben erholen konnte. Bei den im privaten Interieur realisierten *photomurals* waren daher malerisch-dekorative Motive vor allem landschaftlicher Art vorherrschend, wie im weiteren Verlauf dieses Buches noch näher zu untersuchen sein wird. Eine Maschinenmotivik findet sich hingegen primär im männlich konnotierten, öffentlichen Raum sowie an Orten, von denen Frauen dezidiert ausgeschlossen waren.

Als das Beispiel *par excellence* für einen solchen Raum kann der sogenannte *Cloud Club* gelten, der drei der oberen Stockwerke des 1930 fertig gestellten Chrysler Building in New York okkupierte. Der exklusive Lunch-Club war ausschließlich Männern vorbehalten. „Cloud Club to be for Men only“, berichtete die US-amerikanische Tagespresse anlässlich seiner Eröffnung und beschrieb den Club als männliches Refugium:

„The mere male at last has found a retreat where the merry modern woman cannot plat her pretty heels – but he's had to go up sixty-six stories to do it. The Cloud Club, one of the most expensive and exclusive luncheon clubs in the world, has opened its doors on the three tops floors of the 68-story Chrysler building – and no wife, mother or sweetheart is going to put her foot in there.“¹³⁴

Die im Englischen *skyscraper* genannten Wolkenkratzer, deren vorläufige Krönung das Chrysler Building darstellte, waren im Verlauf der 1920er Jahre in den USA massenhaft entstanden und beinahe unmittelbar „zur nationalen Bauform“¹³⁵ aufgewertet worden. Das in den Himmel aufragende Hochhaus wurde zum Synonym für Modernität, für den Triumph der Technik, für Wohlstand und wirtschaftliche Macht, kurzum: zum Synonym für Amerika. „Back in 1776 America and Independence were

132 Zitiert nach: Jeffrey L. Meikle, *Design in the USA*, Oxford/New York 2005, S. 91.

133 David Raizman, *History of Modern Design: Graphics and Products Since the Industrial Revolution*, London 2003, S. 137.

134 Anon., Cloud Club to be for Men only, in: *The Owensboro Messenger*, 19. Juli 1930, S. 1.

135 Anke Köth, „America and Skyscrapers are synonymous terms“. Zur Bedeutung des amerikanischen Hochhausbaus in den 1920er Jahren, in: *Building America. Die Erschaffung einer neuen Welt*, hrsg. von Anke Köth, Anna Minta und Andreas Schwarting, Dresden 2005, S. 303–330.



Abb. 42: „Man's conquest of the air, down through the centuries, is pictured in photo-mural form in this private dining room of the Cloud Club, Chrysler Building, New York. Myers, Minnott & Co., Inc., decorators. William Van Alen, architect“, in: *The American Architect* 139 (März 1931), S. 44

synonymous terms. In 1926 America and Skyscrapers are synonymous terms¹³⁶, stellte der New Yorker Hochhausarchitekt Harvey Wiley Corbett daher auch 1926 fest. In unvergleichlicher Weise standen die Räumlichkeiten des *Cloud Club* für das Größer-Höher-Schneller-Weiter des US-amerikanischen Industriezeitalters und das nicht nur auf Grund ihrer Positionierung an der Spitze des damals höchsten Gebäudes der Welt – erbaut von einem Pionier der Automobilindustrie –, sondern auch, da hier ausschließlich die wirtschaftliche Elite der Vereinigten Staaten verkehrte. Die Liste der 110 Mitglieder,¹³⁷ die u. a. die Namen Vanderbilt, Firestone, Whitney und Chrysler umfasste, las sich wie ein „Who is Who“ US-amerikanischer Industrieprominenz.¹³⁸ Dieser standen im *Cloud Club*, der mit einem speziellen Express-Aufzug zu erreichen

136 Harvey Wiley Corbett, *The Birth and Development of the Tall Building*, in: *The American Architect* 129:2488 (1926), S. 37–40, hier: S. 37. Hier zitiert nach: Köth 2005, S. 303.

137 Diese Mitgliederzahl nannte der Kolumnist des New Yorker *Times Herald*, Oscar Odd McIntyre, im Mai 1931. Vgl. O.O. McIntyre, *New York Day By Day*, in: *Times Herald*, 4. Mai 1931, S. 2.

138 Vgl. *The Owensboro Messenger*, 19. Juli 1930, S. 1.



Abb. 43: „Steel – with all its romance and molten motion is visualized in the photo-murals of this room in the Cloud Club. Myers, Minnott & Co., Inc., decorators“, in: *The American Architect* 139 (März 1931), S. 45

war,¹³⁹ u. a. mehrere private Speisezimmer, Büroräume, ein Konferenzraum, ein Grillraum und eine Austern-Bar zur Verfügung.

Zwei der Räume waren mit *photomurals* ausgestaltet. Während der eine, ein privater Speisesaal, dem Thema „Man's conquest of the air, down through the centuries“¹⁴⁰ gewidmet war (Abb. 42), thematisierte der andere den Stahl „with all its romance and molten motion“¹⁴¹ in Form übergroß dargestellter Maschinen (Abb. 43). Gerade beim Speisesaal, der, ausgehend vom Heißluftballon, der Luftfahrt gewidmet war, stand eine Romantisierung technischen Fortschritts im Vordergrund. Hier wurde Modernität nicht über eine sachlich-präzise Bildsprache kommuniziert, wie in den späteren *photomurals* von Edward Steichen und Margaret Bourke-White. Stattdessen waren die Fluggefährte in ein weichgezeichnetes, malerisches Wolkenpanorama eingebettet. Das *photomural* vermittelte den Gästen damit den Eindruck, nicht nur an den Wolken zu kratzen, sondern gänzlich in diese einzutauchen. Dies war eine Vorstellung, die nicht

139 Vgl. Anon., Cloud Club Opens Home, in: *The New York Times*, 15. Juli 1930, S. 3.

140 Thomas 1931, S. 44.

141 Ebd., S. 45.

alle Besucher durch einen Blick aus dem Fenster zu verifizieren wagten, denn so manchen befiel bei einem Aufenthalt im *Cloud Club* die Höhenangst: „In one section“, so berichtete der New Yorker Kolumnist Oscar Odd McIntyre im Mai 1931, „windows are especially high so lunchers affected by altitude cannot look out.“¹⁴² Mag für den einen der Blick aus diesem höchsten aller Wolkenkratzer eine berauschende, neue Erfahrung gewesen sein, so war er für den anderen augenscheinlich moderne Überforderung. Der Innenraum mit dem Wolkenpanorama hingegen – der Blick an die Wand – wurde zum sicheren Refugium. Die das Fenster rahmenden, gemusterten Gardinen vermittelten dabei eine Atmosphäre von vertrauter Häuslichkeit. Sie stehen beispielhaft für den Ausstattungsstil des *Cloud Club*, der historisierende mit modernen Elementen zu einer heute eigentümlich anmutenden Mischung verband: „The Chrysler Building“, schrieb Christopher Gray daher 1990 in der *New York Times*, „was uncompromisingly contemporary, from hubcap ornaments on the facade to zigzag Art Deco elevators, but the Cloud Club was a curious mix of historic and modern. The 66th-floor entry level freely mixed Art Deco elevator surrounds and bathrooms having tiled, abstract cloud motifs with pegged plank floors and neo-classical pilasters and friezes.“¹⁴³ Dass auch das *photomural* zu diesem Zeitpunkt zwar ein neuartiges Medium war, das jedoch noch in einem „alten“ Gewand daherkam, da es zunächst in der Imitation tradierter Vorbilder verharrte, soll im Folgenden eingehender herausgestellt werden.

IV.4.1 Prozesse der Imitierung

Wie Brenda Lynn Edgar in Ansätzen bereits herausgearbeitet hat, erfolgte die Nobilitierung der frühen *photomurals* über die Imitation tradierter Formen der Wanddekoration, wie Wandmalerei, Tapeten und Tapisserien.¹⁴⁴ Beliebt waren in erster Linie fotografische Reproduktionen von Grafiken, Gemälden und Landkarten. In einem Artikel der Zeitschrift *House & Garden* vom April 1930, auf den Edgar bereits verwiesen hat, wurde ausführlich erläutert, was bei der Entwicklung und Anbringung zu beachten sei, um eine möglichst authentische Imitation zu erreichen. Für den vorstehenden Zusammenhang ist vor allem das folgende, bei Edgar nicht erwähnte Zitat interessant, das die mediale Aushandlung besonders herausstellt. Um die Medienkonkurrenz zu verweisen, sollte die Projektion des Negativs durch eine Gaze erfolgen. Dies sollte für einen „tapestry effect [...] which in addition to breaking up the grain of the negative gives a soft, pastel appearance“¹⁴⁵. Durch eine abschließende Lackierung sollte ein „antique

142 McIntyre 1931, S. 2.

143 Christopher Gray, Still Exciting, but Still Vacant, in: *The New York Times*, 14. Januar 1990, S. R7.

144 Vgl. Edgar 2020, S. 96–97; sowie: Dies. 2016, S. 83–85.

145 Hamilton 1930, S. 73.

effect¹⁴⁶ erzielt werden. Einen fotografischen Realismus galt es hingegen ausdrücklich zu vermeiden: „The decorative effect of the mural is its charm.“¹⁴⁷ Als ultimatives Vorbild galt dabei die Panoramatapete. So schrieb die *Pittsburgh Post-Gazette* schon 1930 in dem bereits angeführten Artikel über das *photomural*: „It is now possible to have one's favorite garden vista reproduced in panels sufficiently large enough to use in the manner of old French scenic papers.“¹⁴⁸

Die vornehmlich in Frankreich produzierte Panoramatapete, in deren Tradition das *photomural* gesehen werden kann – als ein ebenso liminales Phänomen, situiert an der Schwelle von Hoch- und Populärkulturen und ähnlich ephemere –, wurde mit einer durchschnittlichen Auflage von 150 Stück im Handdruckverfahren hergestellt¹⁴⁹ und kann als frühes, industriell produziertes Produkt gelten, das, anders als etwa die chinesische Papiertapete, die primär einer exklusiven, adeligen Käufer*innen-Schicht vorbehalten war, auch einem wohlhabenden Bürger*innentum zugänglich gemacht wurde.¹⁵⁰ Exportiert wurde die Panoramatapete auch in die Vereinigten Staaten. Bereits in der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts hatte sich hier zunächst ein reger Tapetenhandel mit England entwickelt.¹⁵¹ Gefragter waren jedoch schon bald französische Importe, die über eine breitere Farbpalette verfügten und als eleganter galten als alles, was auf dem englischen Markt erhältlich war. Auch als man in den USA bereits begonnen hatte, eigene Tapeten herzustellen, orientierten sich diese vornehmlich an französischen Designs.¹⁵²

Vergleichbar mit dem namensgebenden Panorama wurde die Panoramatapete, die, anders als ihre Vorläufer, nicht mehr lediglich Muster „rapportiert“,¹⁵³ den Raum umlaufend auf die Wand geklebt. Sie bestand aus bis zu 32 aneinandergesetzten Tapetenbahnen – die Endlospapierrolle kam erst 1829 auf – und wurde rhythmisiert durch landschaftliche oder architektonische Versatzstücke. Der den Betrachter*innen suggerierte

146 Ebd., S. 74.

147 Ebd.

148 Shopping with Polly 1930.

149 Vgl. Eck und Schönhagen 2014, S. 23.

150 Vgl. grundlegend zur Panoramatapete, vor allem im Hinblick auf eine ikonografische Analyse der Tapetenproduktion des 18. Jahrhunderts: *French Scenic Wallpaper 1795–1865*, hrsg. von Odile Nouvel-Kammerer, Paris 2000; sowie: *The Papered Wall. The History, Patterns and Techniques of Wallpaper*, hrsg. von Lesley Hoskins, neue erw. Aufl., London 2005.

151 Vgl. Richard C. Nylander, An Ocean Apart: Imports and the Beginning of American Manufacture, in: Hoskins 2005, S. 114–131.

152 Vgl. ebd., S. 126.

153 Sabine Thümmel, Landschaftsmotive im Innenraum. Bemerkungen zur Panoramatapete um 1800, in: „Landschaft“ und Landschaften im achtzehnten Jahrhundert, hrsg. von Heinke Wunderlich, Tagung der Deutschen Gesellschaft für die Erforschung des 18. Jahrhunderts, Herzog August Bibliothek Wolfenbüttel (20.–23. November 1991), Heidelberg 1995, S. 157–177, hier: S. 157.

Ausblick in eine fortlaufende, bühnenartig inszenierte, idyllisch-arkadische Ideallandschaft mit einem tief liegenden Horizont ließ die Wand durchlässig erscheinen. Dabei können die Panoramatapeten nicht nur in der Tradition der Gartenzimmer des 18. Jahrhunderts betrachtet werden, in ihnen fanden auch zeitgenössische Naturvorstellungen ihren Ausdruck, wie der vom französischen Philosophen Jean-Jacques Rousseau propagierte Kult des Natürlichen. Rousseaus Konzept des „edlen Wilden“ spiegelt sich vor allem in den *papiers peints panoramiques* wider, die in Frankreich infolge des zeitgenössischen Exotismus in Mode kamen und die ferne Welten im bürgerlichen Wohnzimmer vergegenwärtigen sollten. So stellte die französische Firma Dufour et Cie – die neben der Rixheimer Manufaktur Zuber et Cie einer der beiden wichtigsten Hersteller für Panoramatapeten war und rege Exportgeschäfte mit Amerika unterhielt – auf der Pariser Industrieausstellung 1806 ihre Tapete *Sauvages de la Mer du Pacifique* vor, um die durch die von Cook, Bougainville und La Pérouse unternommenen Südsee-Reisen befeuerte Schaulust des französischen Publikums zu befriedigen.¹⁵⁴ Exotisierte Bildwelten waren fortan ein zentraler Schwerpunkt der Produktion von Panoramatapeten. Besonderer Beliebtheit, auch in den Vereinigten Staaten, erfreute sich die 1848 von der französischen Manufaktur Zuber et Cie hergestellte *Eldorado*-Tapete, die die Erdteile Asien, Europa, Amerika und Afrika in üppiger, menschenleerer Vegetation zeigt (Abb. 44). Amerika wird dabei durch die Gegend um Veracruz in Mexiko repräsentiert.

In ihrer Flexibilität ähnelte die Panoramatapete dem zu Beginn der 1930er Jahre aufkommenden *photomural*. Als Konfektionsware – Panoramatapeten wurden nicht wie Tapisserien nach Maß angefertigt – mussten sie sich verschiedenen Raumsituationen anpassen und waren daher in Bahnen geschnitten.¹⁵⁵ Dennoch war die Produktion von Panoramatapeten vergleichsweise anspruchsvoll und kostspielig. Das zu Beginn der 1930er Jahre aufkommende *photomural* stellte, insbesondere vor dem Hintergrund der Weltwirtschaftskrise, eine kostengünstige Alternative dar, die zudem individuelle Lösungen versprach. Dies war ausgesprochen ungewöhnlich für ein maschinell erstelltes Produkt, waren doch industrielle Fertigungsprozesse und die damit einhergehende Demokratisierung, etwa in der Automobilindustrie, zuvor mit einer Standardisierung und somit mit einem Verlust von Individualität einhergegangen.¹⁵⁶

Auch gegenüber der Wandmalerei konnte das *photomural* den Vorteil der Kostengünstigkeit beanspruchen. So hieß es in einer Werbebroschüre der Eastman Kodak Company, die bemüht war, das *photomural* als eine egalitäre Form der Wanddekoration zu bewerben, zu Beginn der 1930er Jahre:

154 Vgl. zur Manufaktur Dufour et Cie: *Joseph Dufour: Manufacturier de papier peint*, hrsg. von Bernard Jacqué und Georgette Pastiaux-Thiriat, Rennes 2010.

155 Vgl. Thümmeler 1995, S. 174.

156 Die Ford Motor Company produzierte etwa zwischen 1908 und 1927 mit dem Model T für eine breite Mittelklasse-Kund*innenschaft nur ein einziges Modell.



Abb. 44: Zuber et Cie (Hersteller), Eugène Ehrmann, Georges Zipélius und Joseph Fuchs (Entwurf), Panoramatapete *Eldorado*, 1848, Rollenpapier, farbiger Handdruck, Leimfarben, 196 × 1273 cm (Blattmaß), Deutsches Tapetenmuseum, Kassel

„Beautiful mural decoration at decidedly less cost than original murals or expensive wall treatment by an artist, is an argument in favor of photo-murals that can hardly be refuted. The comparative inexpensiveness of photo-murals brings unique, artistic and attractive mural decoration within the means of thousands who otherwise would be unable to enjoy such a luxury.“¹⁵⁷

Die Ausführung eines *photomurals* war im Vergleich zur Wandmalerei zudem ein zeitsparender Prozess mit dem sich originelle Ergebnisse erzielen ließen, ohne dass es zwingend des Zutuns von Künstler*innen bedurfte. Trotzdem konnten Kunstschaffende durchaus als Vorlagengebende in diesen Prozess eingebunden werden. Charles und Edward Beifeld etwa, Eigentümer des Sherman Hotel in Chicago, entschieden sich 1930, den afroamerikanischen Künstler Aaron Douglas, der ein Vertreter der *Harlem Renaissance* war, anstatt mit einem originalen Wandgemälde mit einer Zeichnung zu beauftragen, die fotografisch reproduziert und, einer Tapete ähnlich, in repetitiver Form auf die Wand aufgeklebt wurde (Abb. 45). Douglas hatte den Auftrag, den Jazz Club des Hotels mit einem Wandgemälde auszugestalten, zunächst abgelehnt, da er

157 Eastman Kodak Company, *Photo-Murals. A subject of interest to the Public, Photographers and Interior Decorators*, o.J.

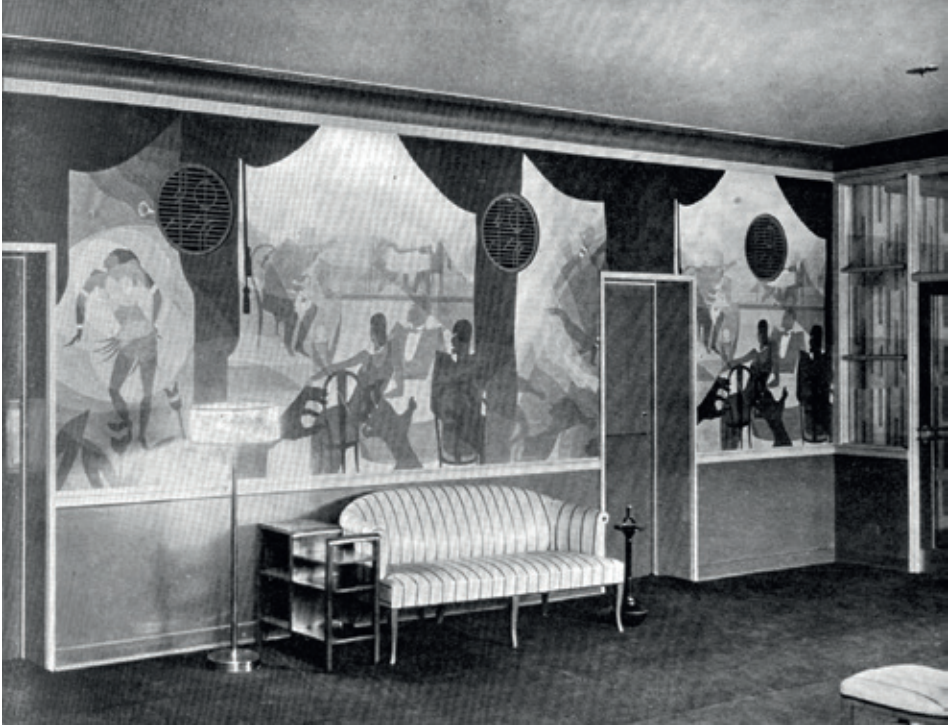


Abb. 45: Aaron Douglas (Zeichnung), Kaufman & Fabry (Fotografie und Montage), *photomurals* im Sherman Hotel, Chicago, 1930, in: *The American Architect* 139 (März 1931), S. 43

kurz zuvor bereits einen Wandgemäldeauftrag der Fisk University angenommen hatte. Seinen Entwurf als fotografische Reproduktion an die Wand zu bringen ermöglichte es ihm, beiden Aufträgen nachzukommen und dabei ein Resultat zu erzielen, das seiner Vorstellung von einem modernen Wandbild gänzlich entsprach.¹⁵⁸

Brenda Lynn Edgar sieht die Anlehnung des *photomural* an seine Vorläufer im Kontext der US-amerikanischen Aneignung europäischer Kulturen, die für die Vereinigten Staaten bereits seit der Kolonialzeit kennzeichnend ist.¹⁵⁹ Diese manifestierte sich u. a. auch in den Museumsbauten der 1930er Jahre – das von Edgar bereits angeführte The Cloisters in New York kann hier ebenso als Beispiel gelten wie das Isabella Stuart

158 Vgl. hierzu: Stephanie Fox Knappe, Chronology, in: Ausst. Kat. *Aaron Douglas: African American Modernist*, Spencer Museum of Art, Lawrence (8. September–2. Dezember 2007) Frist Center for the Visual Arts, Nashville (18. Januar–13. April 2008) Smithsonian American Art Museum, Washington D.C. (9. Mai–3. August 2008) Schomburg Center for Research in Black Culture, New York (30. August–30. November 2008), New Haven 2007, S. 207–234, hier: S. 213–214.

159 Vgl. Edgar 2016, S. 84.

Abb. 46: Hendrick „Drix“ Duryea, *photomural* nach einer Grafik von Fragonard im Wohnhaus von Mimi Durant, New York, 1930er Jahre, in: *Arts & Decoration*, April 1937, S. 10



Gardner Museum in Boston –, welche, indem sie ausgesuchte Elemente europäischer Architektur eklektisch kombinierten, zu einer regelrechten Neuerfindung Europas auf dem amerikanischen Kontinent beitrugen.¹⁶⁰ Diese Aneignungspraktiken spiegeln sich zeitgleich in den eklektizistischen Interieurs der US-amerikanischen Oberschicht wider, wobei sich das *photomural* mit der Fotografie ein modernes Medium zunutze machte, das die europäischen Vorlagen ins Monumentale steigerte und die Neuinterpretation der europäischen Kulturen damit um einen genuin US-amerikanischen Aspekt erweiterte. Es verkörpere, konstatiert Edgar, „diese amerikanische Tendenz, traditionelle Formen durch die Produktionsweisen der Neuen Welt modernisieren zu wollen“¹⁶¹. So schmückte die Wohnräume der New Yorker Mäzenin und Inneneinrichterin Emilie „Mimi“ Durant ein von Hendrick „Drix“ Duryea realisiertes *photomural*, das die Villa d’Este zeigt, eines der Hauptwerke der Renaissance-Gartenkunst (Abb. 46). Anstatt eine fotografische Ansicht der nahe Rom gelegenen Parkanlage zu wählen, wurde hier, wie Edgar darlegt,¹⁶² eine Grafik Fragonards – ursprünglich ein kleines Format von

160 Vgl. Hans Dickel, Die Erfindung Europas in amerikanischen Museen, in: *Die Ästhetik Europas. Ideen und Illusionen*, hrsg. von Peter Bubmann und Eckhart Liebau, Bielefeld 2016, S. 165–178, hier: S. 165.

161 „cette tendance américaine à vouloir moderniser des formes traditionnelles par les modes de production du Nouveau Monde.“ Edgar 2016, S. 84. Deutsche Übersetzung durch die Autorin.

162 Vgl. ebd., S. 83.



Abb. 47: H. G. Erwin, Jones & Erwin Decorators, *photomurals* im Wohnhaus von Owen Winston, New York, 1930, in: *The American Architect* 139 (März 1931) S. 42

intimem Charakter, angelegt auf eine individuelle Kontemplation – ins Monumentale übertragen. Das *photomural* ist damit nicht nur das Resultat eines kulturellen Aneignungsprozesses, sondern dient, wie schon am Beispiel des Goodspeedschen *photomural* festzustellen war, der Zurschaustellung von sozialem Status und technischem Bravour.

Die Mitglieder des neuen US-amerikanischen Geldadels, der sich gegen Ende des 19. Jahrhunderts herauszubilden begann, stilisierten sich zu Nachfolger*innen der europäischen Aristokratie. Der „Alte“ Kontinent war in Stilfragen zentraler Bezugspunkt und unumgängliche Autorität für eine Oberschicht, die sich, in Ermangelung einer tatsächlichen aristokratischen Genealogie, anderweitig zu legitimieren suchte. So lassen sich auch die zahlreichen Porträts des sogenannten *Gilded Age*, die zu einem Großteil von europäischen, mindestens aber von in Europa künstlerisch sozialisierten Maler*innen geschaffen wurden, im Kontext einer Nobilitierung und einer genealogischen Legitimierung des amerikanischen Kapitals betrachten.¹⁶³ Diese Erfindung von Tradition auf dem „Neuen“ Kontinent spiegelt sich auch an den Wänden des Speisesaales des New Yorker Wohnsitzes des Geschäftsmannes Owen Winston wider, wie ebenfalls bereits Edgar untersucht hat. Hier wurden *photomurals* installiert, die auf Illustrationen aus *Valentine's Manual of Old New York* beruhen (Abb. 47 und Abb. 48). Herausgegeben von Henry Collins Brown, Gründer des New Yorker Stadtmuseums,

¹⁶³ Vgl. hierzu: Ausst. Kat. *High Society. Amerikanische Portraits des Gilded Age*, Bucerius Kunst Forum, Hamburg (7. Juni–31. August 2008), München 2008.

Abb. 48: H. G. Erwin, Jones & Erwin Decorators, *photomurals* im Wohnhaus von Owen Winston, New York, 1930, in: *House & Garden*, April 1930, S. 72



gab *Valentine's Manual* in Form von zahlreichen Grafiken einen Einblick in das New York des 19. Jahrhunderts und trug durch die Veröffentlichung von Ansichten historischer Gebäude dem US-amerikanischen Bedürfnis nach Traditionsbildung Rechnung. Das *photomural* zeigte nicht nur eine grafische Ansicht des Hauptsitzes der Winston-schen Importfirma, ebenso sind hier die prominenten Nachbargebäude zu sehen, wie die Gracie Mansion, bis heute Residenz des New Yorker Bürgermeisters, und das Astor House. Das *photomural* fungierte daher hier als bildlicher Beweis einer historisch gewachsenen Zugehörigkeit der Winstons zur New Yorker Oberschicht.

Identitätsstiftend wirksam war das *photomural* somit schon, bevor es in den folgenden Jahren zu einer „American art form“ aufgewertet wurde. Erst mit der MoMA-Ausstellung 1932 begann sich das *photomural* jedoch von der bloßen Imitation zu lösen. Hier fand eine Ablösung statt, indem nun nicht mehr Fotostudios oder Innendekorateur*innen als Urheber*innen von *photomurals* ins Licht der Öffentlichkeit traten. Stattdessen nahmen sich die US-amerikanischen Vertreter*innen einer neuen fotografischen Sachlichkeit, die eine eigene künstlerische Vision verfolgten, des Mediums an und suchten dieses künstlerisch zu nobilitieren. Diese hatten sich, wie etwa Edward Steichen, zuvor dezidiert von den malerischen Effekten der piktorialistischen Fotografie losgesagt und feierten den Purismus einer kühlen Maschinenästhetik. Ihre *photomurals* thematisierten – wie schon die zu Beginn dieses Kapitels angeführten frühen fotografischen Großformate – technische Errungenschaften. Transportiert wurde dabei, neben nationalen Leitvorstellungen von Innovationskraft, Leistungsfähigkeit, Fortschritt und

Durchsetzungsvermögen, der fest in der US-amerikanischen Mentalität verankerte Machbarkeitsglaube, der u. a. dazu geführt hatte, dass die Vereinigten Staaten zu diesem Zeitpunkt bereits die Stellung einer „world supremacy in architecture“¹⁶⁴ für sich beanspruchten, die sich ebenfalls im Monumentalen manifestierte.

164 Thomas E. Tallmadge, *The story of architecture in America*, London 1927, S. 290, hier zitiert nach: Köth 2005, S. 311.