

---

# AKKUMULATION

INFORMATIONEN DES ARBEITSKREISES FÜR KRITISCHE UNTERNEHMENS- UND INDUSTRIEGESCHICHTE

NR. 3

---

## FOTOGRAFIE FÜR DIE INDUSTRIE: DAS BEISPIEL GUTEHOFFNUNGSHÜTTE 1864 - 1992

von Stephan Sensen

Mit der Hinwendung zu sozial- und alltagsgeschichtlichen Themen hat in der Geschichtswissenschaft auch die Suche nach neuen Methoden und Quellen begonnen. Neue Herangehensweisen an die Vergangenheit – die Aufwertung von Gegenständen aus der Welt des Alltags zu Museumsobjekten, die "oral history" und die Nutzung des Bildes, insbesondere der Fotografie als historische Quelle – sind Ergebnisse dieses Suchprozesses. Die Methodendiskussionen über die Nutzung alltäglicher Gegenstände und den Stellenwert der mündlichen Überlieferung sind weit fortgeschritten. Anders ist es bei der Fotografie als historischer Quelle. Zwar wird sie seit Anfang der achtziger Jahre stärker beachtet. Doch nach wie vor fehlt eine fundierte und verlässliche Methodik zur Entschlüsselung von Fotografie, diesem nur scheinbar objektiv wirkendem Medium, das in Wirklichkeit aber vielfältig subjektiv codiert ist.

Als Ursachen für die Stagnation der Methodendiskussion können drei Gründe genannt werden: erstens die mangelhafte interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Historikern, Fototheoretikern und anderen Kunst-, Medien- und Kommunikationswissenschaftlern, zweitens das fehlende methodologische Gerüst in der Kunstwissenschaft, das die existierenden Methoden ordnen und ihnen ihren jeweiligen Stellenwert zuweisen könnte und drittens die stiefmütterliche Behandlung der Fototheorie, insbesondere in bezug auf deren Auseinandersetzung mit Fotografie als massenmedialem Phänomen, durch die Kunstwissenschaft. Eine Überwindung dieser Stagnation ist nur mit einem interdisziplinären Ansatz möglich. Mit Hilfe der im Anschluß an Charles Sanders Peirce und Charles William Morris entstandenen dreidimensionalen, pragmatisch integrierten Zeichentheorie (kritische Semiotik) lassen sich die für die Fragestellung "Fotografie als historische Quelle" relevanten kunstwissenschaftlichen, historischen, soziologischen und psychologischen Methoden einem neuen, umfassenden und systematischen Ansatz zuführen.

Die kritische Semiotik definiert das Zeichen als Prozeß und nicht etwa materiell. Eine Fotografie ist im Zeichenprozeß, der sogenannten Semiose, nicht das Zeichen an sich, sondern nur der Zeichenträger, also der materiell faßbare Ausschnitt dieses Prozesses. Die fotografische Semiose kann in drei Dimensionen untersucht werden:

1. Die Pragmatik befaßt sich mit den Beziehungen zwischen den Fotografien und ihren Sendern (Fotografen, Auftraggeber) sowie Empfängern (Adressaten, Betrachter). Hier geht es um die Entstehungsumstände und Verwertungszusammenhänge von Fotografien. Historische, soziologische und wahrnehmungspsychologische Fragestellungen sind bei der Analyse der pragmatischen Dimension des Zeichenprozesses leitend.
2. Gegenstand der Syntaktik sind die Relationen der Fotografien und auch ihrer logischen Bestandteile untereinander, also formalästhetische Aspekte. Sie klassifiziert Fotografien in Kategorien und Stilrichtungen, setzt sich mit deren Komposition, also mit Bildaufbau und -gestaltung auseinander und untersucht im Falle einer gestalterischen Koppelung von Fotografien mit anderen Medien den jeweiligen Stellenwert der Fotografie.
3. Die Semantik analysiert die Beziehungen zwischen den Fotografien und dem, was sie bezeichnen oder bedeuten bzw. worauf sie verweisen. Fragen nach der Bildsymbolik, also der Bedeutung bestimmter Elemente und Arrangements, nach der Typik des Dargestellten, nach der "Bildwürdigkeit" bestimmter Themen und der "Unwürdigkeit" anderer werden in dieser Dimension des Zeichenprozesses behandelt.

Noch in der Morris'schen, behaviouristischen Prägung der Zeichentheorie von 1938 waren diese drei Dimensionen in ihrer Wertigkeit in der folgenden hierarchischen Reihenfolge festgelegt: Syntaktik - Semantik - Pragmatik. Dieser Gewichtung entspricht ein heute immer noch dominierender bildimmanenter Interpretationsansatz bei der Analyse bildlicher Medien, also auch der Fotografie. Oft werden nur Sachverhalte, die sich aus der bildimmanenten Interpretation eines Bildes nicht schlüssig ergeben, aus dem "Abfalleimer" Pragmatik herausgeholt. Erst die kritische Semiotik hat aus der Erkenntnis, daß die Bedeutung eines Zeichenträgers aus seiner jeweiligen Verwendung bestimmt werden muß, mit der pragmatischen Integration die Umkehr dieses Prinzips bewirkt: Syntaktik und Semantik im Zeichenprozeß lassen sich nur aus der Perspektive der wichtigsten Teilrelation, der Pragmatik, sinnvoll untersuchen.

Die hier grob umrissenen methodischen Überlegungen begründen einen pragmatisch orientierten Zugriff auf die Fotografien, die im Auftrag der Industrie entstanden sind. Da Bildsprache, -themen und -inhalte von Fotografien sinnvoll nur aus der Perspektive ihrer Entstehungsumstände und Verwertungszusammenhänge untersucht werden können, muß im Fall der Fotografie für die Industrie die Frage nach der mit den Fotografien verfolgten Strategie eines Unternehmens leitend sein.

Mit Hilfe schriftlicher Quellen (Akten, Geschäftsbücher usw.) und mündlicher Überlieferung - sofern Zeitzeugen noch leben - gilt es, diese Strategie im historischen Längsschnitt zu durchleuchten. Das Verhältnis zwischen Auftraggeber und Beauftragtem muß geklärt werden. Handelte es sich um freie Fotografen oder angestellte Werksfotografen, wie groß war die Ein-

flußnahme der Unternehmensleitung auf den fotografischen Prozeß, wie groß der Spielraum des Fotografen? Welche Verwertungsabsichten der Fotografie durch die Industrie – als Stichworte seien Repräsentation, Produktwerbung, Binnendokumentation und Sozialintegration der Arbeitnehmer genannt – liegen den einzelnen Bildern bzw. Bildtypen zugrunde?

In diesem Zusammenhang ist es sinnvoll, sich bei der Auseinandersetzung mit dem Bildmaterial jeweils auf die Erscheinungsform einer Fotografie zu beziehen, die funktionell war. D.h. konkret, daß Originalabzüge nur dann primärer Untersuchungsgegenstand sind, wenn diese in Ausstellungen, Alben oder als Einzelfotos eine Funktion für die Öffentlichkeit oder innerhalb des Unternehmens hatten. Das ist vor allem im 19. Jahrhundert für die Zeit vor dem Einsatz der drucktechnischen Vervielfältigung der Fall, aber auch generell bei Ausstellungsfotos, Geschenkalben und Binnendokumentationen etwa für das Werksarchiv oder die Bau- und Konstruktionsabteilungen. Dagegen werden Fotografien, die in Printmedien abgedruckt worden sind – zum Beispiel in Festschriften, Produktkatalogen, Werbeprospekten, Werkszeitungen – in der Regel in der veröffentlichten Version und im Kontext des jeweiligen Printmediums untersucht, weil sich aus diesen Zusammenhängen weiterführende Einschätzungen der Unternehmensstrategie ergeben können. In diesem Fall werden Originalabzüge oder Negative in erster Linie für den Vergleich mit der gedruckten Version zur Analyse der Retusche herangezogen. Zur Einschätzung der Unternehmensstrategie ist es auch wichtig, Aussagen über die quantitative Entwicklung der Fotografie und des Werbewesens eines Unternehmens zu machen und diese Ergebnisse in Relation zu gesamtwirtschaftlichen und –gesellschaftlichen Tendenzen der jeweiligen Zeit zu setzen. Auch die Quantifizierung der Ausdifferenzierung wichtiger Bildinhalte, –gestaltungen und stereotyper Grundmuster ist in diesem Zusammenhang von Interesse.

Vor dem Hintergrund der Ergebnisse der pragmatischen Analyse können dann erst Syntaktik und Semantik von Fotografien für die Industrie sinnvoll untersucht werden. Zu klären ist, für welche Zwecke welche gestalterischen Mittel eingesetzt wurden und unter welchen Bedingungen sich Bildgestaltung, Bildsymbolik und Bildinhalte verändern. Auf der Grundlage dieser Analyse, die nichts anderes ist als eine systematische Quellenkritik, lassen sich dann in einem zweiten Schritt die Entwicklungslinien der Fotografie für die Industrie auf allgemeine Tendenzen hin untersuchen. Unter der zuspitzenden Fragestellung nach der Inszenierung von Realität in diesen Fotografien läßt sich anschließend ihr Quellenwert für die Geschichtsschreibung thematisieren.

Fotografie für die Industrie ist bisher nur wenig erforscht worden. Bis zum Ende der siebziger Jahre gab es praktisch gar keine Literatur zu diesem Thema. Seit Beginn der achtziger Jahre läßt sich aber international ein

Trend zur Auseinandersetzung mit dieser Materie feststellen, der vor allem mit dem Paradigmenwechsel in der Historiographie zu tun hat.

Pionierleistungen gab es im angelsächsischen Raum. Aus den Projekten ragt die 1985 erschienene Studie "Image Worlds. Corporate Identities at General Electric, 1890-1930" des amerikanischen Historikers David E. Nye heraus. Sie setzt sich wohlthuend von der methodischen Dürftigkeit der meisten Forschungen zur Fotografie für die Industrie ab. Am Beispiel des US-Konzerns General Electric untersucht er, ebenfalls mit Hilfe eines semiotischen Ansatzes, wie ein Großunternehmen der Elektroindustrie Fotografie als Ideologieträger einsetzt - insbesondere, um den Verkauf zu fördern und die Belegschaft sozial zu integrieren bzw. zu kontrollieren. Die Ergebnisse dieser Untersuchung sind wegen ihrer US-Spezifität zwar kaum übertragbar auf europäische und insbesondere deutsche Verhältnisse, aber die methodischen Vorgaben und ihre konsequente Einlösung durch Nye haben Vorbildcharakter.

Im deutschsprachigen Raum gibt es bisher erst eine einzige ernstzunehmende größere Untersuchung zu Fotografie für die Industrie. Es ist die Arbeit von Reinhard Matz "Industriefotografie. Aus Firmenarchiven des Ruhrgebiets, Essen 1987". Matz' Verdienst ist es, die Eigensprachlichkeit der Fotografie für die Industrie thematisiert und damit eine ernsthafte Beschäftigung mit diesem Einsatzfeld der Fotografie angeregt zu haben. Sein spannendes Vorhaben - die permanente Frage nach einer Bestimmung der Fotografie für die Industrie und der Versuch ihrer Kritik -, dem er überzeugende Fragestellungen zugrundelegt, leidet allerdings unter dem methodischen Zugriff: Ausgangspunkt seiner Recherche sind fast ausschließlich Originalabzüge aus Firmenarchiven. Schriftliche und mündliche Quellen sowie gedruckte Industriefotografien hat er kaum in seine Recherchen einbezogen. Indes mußte trotz anregender Ergebnisse vieles spekulativ bleiben.

Was weiterhin fehlt, sind also Untersuchungen, die mit Hilfe eines methodisch fundierten Ansatzes die fotografische Überlieferung einzelner, für bestimmte Produktionszweige typischer Unternehmen aus der Perspektive der mit den Fotografien verfolgten Strategien analysieren. In diese Lücke wollen zwei auf montan- und investitionsgüterindustrielle Unternehmen des Ruhrgebiets gerichtete Projekte stoßen. Das erste in eine Aufsatzsammlung, die von Klaus Tenfelde noch in diesem Jahr herausgegeben wird. Die Beiträge werden die Fotografie bei Krupp von 1861 bis 1914 thematisieren. Auch wenn dem Gesamtkonzept des Sammelbandes keine leitende Methodik zugrundeliegt, beleuchten die einzelnen Aufsätze der Autoren z.T. sehr interessante Aspekte der Fotografie für dieses Unternehmen im besonderen und für die Industrie im allgemeinen. Das zweite Projekt ist meines über Fotografie für die Gutehoffnungshütte.

Die Gutehoffnungshütte (GHH) und ihre Vorläufergesellschaft Jacobi, Haniel & Huysen eignen sich als Untersuchungsfeld für die Montan- und Investitionsgüterindustrie des Ruhrgebiets, weil sie die für die großen, im Ruhrgebiet ansässigen Konzerne typische Unternehmensstruktur aufwies und weil die Hütte als ältestes Ruhrgebietsunternehmen dieser Art schon Mitte des 19. Jahrhunderts so groß und bedeutend war, daß sie bereits an der ersten größeren Anwendungswelle der Fotografie für die Industrie in Deutschland in den 1860er Jahren teilhaben konnte. Darüber hinaus ist die Quellenüberlieferung zu den Fotografien für die Gutehoffnungshütte gesichert und mir auch – einschließlich aktueller Fotografien – zugänglich gemacht worden. Den größten historischen Bestand verwahrt das Haniel-Archiv in Ruhrort, das das ehemalige Archiv des Aktienvereins der Gutehoffnungshütte, also der früheren Holdinggesellschaft des Gutehoffnungshütte-Konzerns, übernommen hat. Ebenfalls sehr wichtiges historisches und zum Teil aktuelles Material ist im historischen Archiv der MAN-GHH Sterkrade zu finden. Das neuere Fotomaterial liegt in der Werbeabteilung der MAN-GHH Sterkrade. Das Bergbau-Archiv in Bochum verfügt über einen kleineren historischen Bestand, der durch die Entflechtung des Bergbaubereiches aus dem Gutehoffnungshütte-Konzern nach dem Zweiten Weltkrieg dem Zugriff des Unternehmens entzogen worden ist.

Die meisten der zur Recherche der Entstehungsumstände und Verwertungszusammenhänge notwendigen schriftlichen Unterlagen sind erhalten, ebenso fast alle Printmedien, in denen die Gutehoffnungshütte ihre Fotografien eingesetzt hat, also Festschriften, Produktkataloge, Werbeprospekte, Zeitschriften, in denen Werbeanzeigen geschaltet wurden, Werkszeitungen usw. Der größte Teil der etwa 200.000 in der Zeit von 1864 bis 1992 entstandenen Fotografien ist zumindest als Negativ vorhanden, der Rest läßt sich über die ebenfalls noch vorhandenen zeitgenössischen Findbücher zumindest quantitativ und thematisch erschließen. Darüber hinaus gibt es noch Zeitzeugen (ehemalige Werksfotografen, freie Fotografen, pensionierte und noch tätige leitende Angestellte der Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens), die Auskunft über die im Auftrag des Unternehmens entstandenen Fotografien und ihren spezifischen Gebrauch geben können.

Das vorhandene Material läßt eine weitgehende Rekonstruktion des Einsatzes von Fotografie für die Gutehoffnungshütte zu. Dies geschieht zunächst in einer Längsschnittstudie, die den mehr als 125 Jahre umfassenden Untersuchungszeitraum in elf Zeitabschnitte gliedert. Die Phaseneinteilung orientiert sich an medienhistorischen Gesichtspunkten. Oft, aber nicht immer, stimmen diese Phasen mit den Entwicklungsschritten zur massenmedialen Gesellschaft überein. Maßgeblich für die gewählte Zeiteinteilung sind allerdings nicht allgemeine mediengeschichtliche Rahmendaten, sondern deren vorwiegend zeitversetzt erfolgter Niederschlag in der Geschichte der Fotografie und Werbung für die Gutehoffnungshütte. Innerhalb der einzelnen Zeitabschnitte wird die Ausdifferenzierung der Bildthemen, -inhalte, -

symbolik und -gestaltungen vor der Folie der Entstehungsbedingungen und Verwertungszusammenhänge der Fotografien für die Gutehoffnungshütte untersucht.

Diese Aufgabenstellungen sind nicht nur von fototheoretischem Interesse, sondern auch von grundsätzlicher Bedeutung für die Problemstellung "Fotografie als historische Quelle". In einem weiteren Arbeitsschritt werden die sich aus der Längsschnittstudie ergebenden allgemeinen Entwicklungslinien der für die GHH entstandenen Fotografien herausgefiltert. Auf der Basis dieses Analyseschrittes lassen sich dann die Möglichkeiten und Grenzen dieser Bilder als Quellen der Technikgeschichte, Sozialgeschichte und Mentalitätengeschichte erschöpfend diskutieren.

### AKKU-TAGUNG ZU "MIKROPOLITIK IM UNTERNEHMEN"

von Christian Kleinschmidt

Am 1. und 2. Oktober 1992 veranstaltete AKKU eine Tagung zum Thema "Mikropolitik im Unternehmen" an der Ruhr-Universität Bochum. Ähnlich wie beim Thema "Unternehmensethik" - Gegenstand der AKKU-Tagung im Februar vergangenen Jahres - bot auch der Untersuchungsgegenstand Mikropolitik Anlaß zur Diskussion aktueller und vieldiskutierter Fragestellungen aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften und kam damit dem Anspruch von AKKU nach einer theoriegeleiteten empirischen Unternehmensgeschichte entgegen. Denn auch innerhalb des Mikropolitikansatzes spielt die Berücksichtigung informeller Strukturen und "weicher" Faktoren eine Rolle, die in einschlägigen betriebswirtschaftlichen Untersuchungen zunehmend an Bedeutung gewinnen. Darüber hinaus ist beiden Themen gemeinsam, daß sie aus den USA kommend den Weg in die deutsche Forschungslandschaft gefunden haben.

Der Mikropolitik-Ansatz eröffnet eine neue Sichtweise auf den Untersuchungsgegenstand Unternehmen (siehe dazu auch den Beitrag von Karl Lauschke in Akkumulation Nr. 1). Diese erscheinen nicht mehr nur als zweckrationale, wohlgeordnete und an Effizienz und Wirtschaftlichkeit orientierte Gebilde, deren Entwicklung in erster Linie durch Markt- und Technologiezwänge bestimmt wird. Unternehmen sind vielmehr auch Orte der Konfliktaustragung und des Interessenkampfes, und zwar nicht nur zwischen Belegschaft und Unternehmensleitung, sondern ebenso innerhalb einzelner Belegschaftsgruppen. Der Mikropolitik-Ansatz geht von einer geringen Berechenbarkeit von Unternehmensentwicklungen aus und vermeidet dabei eine Überakzentuierung handelnder Akteure ebenso wie organisatorisch bestimmter Unternehmensstrukturen.