

Traumreisen¹

Prof. Lars Bauernschmitt

Nur weil Reisende am Urlaubsort Fotos machen, bedeutet das nicht, dass die Bilder auch über das Reiseziel informieren. Schon in ihren Anfängen diente die Fotografie der Verbreitung von Vorurteilen über die Fremde.

Der Erkenntnisgewinn aus Reisefotos ist oft gering. In der Regel bestätigen die Fotos nur gängige Klischees und vorgefasste Meinungen. Meist werden in der Fremde die Bilder aufgenommen, die sich der Urlauber bereits vor der Ankunft von einem Reiseziel gemacht hat - ganz unabhängig davon, wie sich die Wirklichkeit am Zielort darstellt. Das Phänomen ist nicht neu. Was heute Routine bei Urlaubern und professionellen Reisefotografen weltweit ist, war schon vor 150 Jahren ein übliches Vorgehen. Kaum war die Fotografie erfunden, wurde sie von Reisenden nicht nur genutzt, um Beweise für das erlebte Abenteuer vorzeigen zu können, sondern auch um Vorurteile zu bestätigen, die man durch die Reise nicht in Frage stellen wollte. Als eines der ersten Ziele geriet Ägypten in das Visier der Jünger des neuen Mediums. Während die Bildungsreisenden der besseren Gesellschaft des 18. Jahrhunderts Südeuropa noch als eine Art natürliche Grenze ihrer Reiseaktivitäten betrachteten, setzte in der Folge von Napoleons Feldzug an den Nil zwischen 1798 und 1801 in Europa ein wahrer Orient-Trend ein. In der Folge strömten europäische Reisende nun auch nach Nord-Afrika. Gleichzeitig bot die gerade erfundene Fotografie ganz neue Möglichkeiten der Verbreitung von Bildern aus bis dahin verschleierte Weltgegenden. Ab Mitte der 1850er Jahre entwickelte sich an den Orten, die von Touristen aufgesucht wurden, eine boomende Industrie um Postkarten und Ansichtsbilder. In Souvenirläden, auf Schiffen, in Bahnhöfen und Hotels wurden Einzelbilder und Fotostrecken topografischer Ansichten und Genreszenen angeboten. So kam es, dass Ägypten eines der ersten fotografischen Zentren der Welt wurde. Eine schnell wachsende Szene von Fotografen machte Bilder, die es den Reisenden erlaubten, den Lieben daheim Märchen aus Tausendundeiner Nacht durch Fotos zu erzählen. Mit der Lebenswirklichkeit am Nil hatten die mitgebrachten Bilder oft nur wenig zu tun, waren sie in der Regel doch vor allem das Ergebnis kühler wirtschaftlicher Kalkulation. Besonders reißenden Absatz fanden bei den Reisenden vor allem jene visuellen Erinnerungen, die bekannte Klischees vom Leben hinter dicken Mauern und zarten Schleiern transportierten. Haremsbilder wurden zum Verkaufsschlager, trotz oder gerade wegen ihres freien Umgangs mit der Wahrheit vom Leben am Nil. Bei den Darstellungen, die vorgaben, Frauen in orientalischer Lebenswirklichkeit zu zeigen, handelte es sich um mehr oder weniger sorgfältige Inszenierungen. Für die Bilder, die in hohen Auflagen von Postkartenfirmen vertrieben wurden, waren Frauen ohne Stand engagiert worden, um vor der Kamera entsprechend der Vorstellungen der Lichtbildner und ihrer Kundschaft zu posieren. Wie der Alltag der Frauen tatsächlich aussah blieb im Dunklen, denn zur Welt der Familie hatten Fremde, egal ob Einheimische oder Reisende, keinen Zutritt. Fotos dienten jedoch nicht nur als Souvenir oder billige Illustration. Das neue Medium gewann auch schnell Bedeutung in Wissenschaft und Forschung. Seitdem es möglich war, auf optisch-chemischem Wege Bilder zu erzeugen, konnten Hieroglyphen reproduziert werden, ohne dass es dabei zu den Fehlern kam, die beim Abzeichnen bis dahin an der Tagesordnung waren. In Paris war es François Arago, der den Mitgliedern der Akademien deshalb den Ankauf von zwei Daguerriischen Apparaten für das Ägyptische Institut empfahl, „um die Millionen und Abermillionen von Hieroglyphen zu kopieren“, für die sonst „eine lange Reihe von Jahren und Legionen von Zeichnern erforderlich sein würden“. In der Folge der Erfindung lösten die Fotografen in fast allen wissenschaftlichen Disziplinen die Zeichner ab.

Der Glaube an die neuen Möglichkeiten des Mediums fand Ausdruck in einer großzügigen Bereitschaft des französischen Staates, Expeditionen zu finanzieren, die das Ziel der

¹ Der Beitrag „Traumreisen“ erschien in der Ausgabe 4/2014 der Zeitschrift Pictorial.

Erforschung der alten nordafrikanischen Kultur hatten. So bereisten auch die beiden Schriftsteller Maxime Du Camp und Gustave Flaubert als Beauftragte der französischen Regierung zwischen 1849 und 1851 das Land, das in Folge der amerikanischen Unabhängigkeit Ende des 18. Jahrhunderts zum machtpolitischen Spielball zwischen England und Frankreich geworden war. Reisepartner, die verschiedener nicht hätten sein können. Als Freunde in Frankreich gestartet, fanden sie nach ihrer Rückkehr kaum noch ein gutes Wort für einander. Zu unterschiedlich waren ihre Vorstellungen vom Reisen und Arbeiten am Nil. Während der heute als Schriftsteller vergessene Maxime Du Camp die treibende Kraft der Reise war, die Finanzierung des Unternehmens schaffte und sich insgesamt durch eine rastlose Geschäftigkeit auszeichnete, begab sich der zivilisationsmüde Flaubert in den Orient seiner Jugendträume, um dort endlich ein ungestörtes, kontemplatives Leben führen zu können. Zwei Positionen, die nicht vereinbar waren. „Wenn er gekonnt hätte, so wäre er am liebsten auf einem Sofa liegend gereist, ohne sich zu rühren, hätte die Landschaften, die Ruinen und die Städte an sich vorüberziehen sehen wie die Leinwand eines Panoramas,“ so die Einschätzung von Maxime Du Camp über seinen Reisepartner. So war es aus seiner Sicht nur nachvollziehbar, dass er den Mitreisenden mit keinem Wort erwähnte, als er seine Reiseerinnerungen 1853 unter dem Titel *Le Nil* veröffentlichte. Ein Text, den Flaubert zusammenfasste mit den Worten: „Freund Max hat begonnen, seine Reise nach Ägypten zu veröffentlichen. ... Das ist unglaublich nichtssagend. Von der Platttheit des Stils ganz zu schweigen. ... Jede Kleinigkeit hat er in Augenschein genommen, das Charakteristische an der Natur hat er übersehen.“ Mag der Text von Du Camp zu Recht vergessen sein, seine Fotos sind eine bemerkenswerte Pionierleistung. Als Erster lieferte er eine brauchbare Übersicht über den Zustand der Baudenkmäler, der Städte und Landschaften in Ägypten. Seine Fotos wurden zur Basis für spätere archäologische Forschungen. Von den 214 Aufnahmen, die er mit nach Frankreich zurückbrachte, veröffentlichte das auf prachtvoll ausgestattete Kunstbücher spezialisierte Verlagshaus Gide et Baudry 125 als Mappenwerk. In 25 wöchentlichen Lieferungen erhielt die geneigte Kundschaft jeweils fünf Fotografien. Ein Œuvre, dessen Leistung allein bei Maxime Du Camp liegt. Gustave Flaubert ging Du Camp zwar zur Hand, doch im Grunde brachte er den fotografischen Arbeiten wenig Verständnis entgegen. Heute ist Du Camps Arbeit Teil der Fotogeschichte, ihm selbst jedoch bedeutete die Fotografie offensichtlich nicht wirklich viel. Die zweijährige Arbeit blieb für ihn eine Episode. Von seiner Ausrüstung trennte er sich noch auf der Rückreise in Beirut. Während damit ein Kapitel der Reisefotografie endete, begann rund 3.000 Kilometer nördlich ein neues.

Ein Jahr nachdem Maxime Du Camp seine Ausrüstung verkauft und sich von der Fotografie abgewandt hatte, wird Auguste Rosalie Bisson in Paris Teilhaber am Foto-Atelier seines älteren Bruders Louis Auguste. Viele Jahre hatten die beiden allein oder mit anderen Geschäftspartnern gearbeitet. Von nun an kennzeichnen die Brüder ihre Bilder mit dem Vermerk „Bisson frères“ und bauen in den folgenden Jahren eines der größten und renommiertesten fotografischen Unternehmen in Frankreich auf, bis sie 1863 Insolvenz anmelden müssen. In der Zwischenzeit arbeiteten bis zu dreißig Mitarbeiter in der Firma. Für ganz unterschiedliche private oder öffentliche Auftraggeber fotografieren sie Skulpturen, Gebäude und Portraits oder fertigen Reproduktionen von Gemälden und Stichen. Zum Teil erhielten sie Aufträge mit sehr konkreten Vorgaben, wie vom Herzog von Luynes, der sie 1857/58 bat für ihn bestimmte Orte zu fotografieren: „Ich werde sorgfältig noch einmal alle Denkmäler prüfen, die ich fotografieren lassen möchte. ... Dieses Schreiben wird alle Einzelheiten enthalten, ... und die Stellen angeben, an denen der Apparat aufgestellt werden soll.“ Viele Projekte entstanden jedoch ohne festen Auftrag auf eigenes Risiko. Projekte, die sie selbst finanzierten, um sie später zu vermarkten. So erschien im selben Verlag, der auch das Mappenwerk der Ägyptenreise von Maxime Du Camp veröffentlichte, eine „Auswahl arabischer Ornamente der Alhambra, eine Synthese des maurischen Ornaments in Spanien im 13. Jahrhundert“, die sie in eigenem Auftrag fotografiert hatten. Die Publikation mit dem sperrigen Titel war ihre erste derartige Veröffentlichung - das Interesse daran gering. Mehr Erfolg hatten sie mit ihren „Fotografischen Reproduktionen der schönsten Beispiele der Architektur und Bildhauerei der Antike, des Mittelalters und der Renaissance“, die sie selbst herausgaben

und als Verleger alle Phasen der Herstellung und des Vertriebs organisierten und kontrollierten. Ähnliche Pläne hatten sie vermutlich auch als sie begannen, die Alpen zu fotografieren und die Besteigung des Mont Blanc mit der Kamera vorbereiteten. Ein Unternehmen, das andere fotografische Herausforderungen weit in den Schatten stellte. Als die Brüder am 16. August 1859 ihren ersten Versuch der Besteigung machten, benötigten sie 25 Träger und Führer, die die Ausrüstung auf den Berg zu bringen versuchten. Die Kosten waren immens, der Versuch scheiterte. Als Auguste Rosalie Bisson am 24. Juli 1861 gegen acht Uhr im dritten Anlauf endlich den Gipfel erreicht, gelangen einige sehenswerte Aufnahmen, doch die finanziellen Mittel der Firma sind mittlerweile fast aufgebraucht. Eine weitere erfolgreiche Besteigung am 13. Mai 1862 verschafft der Firma zwar eine große Öffentlichkeit, die zahlreichen Gläubiger der Brüder kann die Aktion jedoch nicht befriedigen. Am Ende überstiegen die Ausgaben die Einnahmen. Ihr größtes Projekt war auch ihr letztes.

Weitaus erfolgreicher als die Brüder Bisson in Paris agierten die Brüder Elmer und Bert Elias Underwood, die ihr gemeinsames Unternehmen 1881 in Ottawa, Kanada, gründeten. Als eines der ersten weltweit tätigen Unternehmen zum Vertrieb von fotografischem Bildmaterial war die US-amerikanische Firma Underwood & Underwood 1881 in Ottawa gegründet worden und produzierte um die Jahrhundertwende 25.000 Stereo-Foto-Karten täglich. Zur Angebotspalette der Firma mit Filialen in Baltimore, Liverpool, London, New York und Toronto, gehörten neben Dokumentationen der wichtigsten Konfliktherde der damaligen Zeit auch Bildserien für den Bibelunterricht. Liefert das Unternehmen auf der einen Seite Fotoreportagen aus dem Türkisch-Griechischen Krieg 1897, dem Spanisch-Amerikanischen Krieg 1898 oder dem Burenkrieg von 1899 bis 1902, fanden sich auch thematisch sortierte Boxen beliebter Reiseziele im Angebot. Für den Bibelunterricht bot das Unternehmen spezielle Bildserien aus Palästina und Syrien an. Einfach gebaute Fotos versehen mit einem erklärenden biblischen Zitat. Der brave Konzern lieferte jedoch nicht nur Material für den Religionsunterricht, in zum Teil sehr drastischen Bildern warnten die Fotostrecken auch vor den Gefahren „sündhaften Verhaltens“, dem Alkoholmissbrauch, der sexuellen Versuchung und dem Ehebruch oder dem Diebstahl. Als mit Beginn der großen Depression auch das Interesse an der Stereoskopie zurückging, wurde das Unternehmen in vier Firmen zerteilt und 1940 aufgelöst. Heute liegen die Bestände der Firma, nachdem sie 1972 vom Bettmann-Archiv aufgekauft wurden, bei der Bildagentur Corbis.

Während Forscher, Handlungsreisende und Urlauber aus der alten Welt in ihren Bildern aus fernen Gegenden immer einen europäisch-kolonialen Standpunkt einnahmen, versuchten bereits um 1880 einige vor kurzem noch belächelte „Wilde“, dieser Sicht der Dinge ihren eigenen Blick entgegenzusetzen. Einer der ersten von ihnen, der die Macht der Bilder erkannte und sie in seinem Sinne als PR in eigener Sache einsetzte, war König David Kalakauas, Regent von Hawaii, der sich in typisch europäischer Herrscherpose fotografieren ließ, um der Welt zu zeigen, dass er den Kaisern und Königen aus Europa auf Augenhöhe begegnete. Sich der Möglichkeiten des Mediums bewusst, inszeniert er sich bei öffentlichkeitswirksamen Anlässen, damit über ihn entsprechend berichtet wird – nicht nur in der Südsee sondern auch in Europa, wo eine solche Sicht wirklich neu war.

Literatur zum Thema:

- Blick ins Paradies, Mitteilungen aus dem Museum für Völkerkunde Hamburg, Neue Folge Band 46 / 2014, Hrsg: Wulf Köpke und Bernd Schmelz
- Mit Kamel und Kamera, Historische Orient-Fotografie 1864 – 1970, Mitteilungen aus dem Museum für Völkerkunde Hamburg, Neue Folge Band 38 / 2007, Hrsg: Wulf Köpke und Bernd Schmelz
- Die Reise zum Nil, Maxime Du Camp und Gustave Flaubert in Ägypten, Hrsg: Bodo von Dewitz und Karin Schuller-Procopovici, Steidl Verlag, Göttingen
- Die Brüder Bisson, Aufstieg und Fall eines Fotografenunternehmens im 19. Jahrhundert