

<http://zeitgeschichte-digital.de/Doks>

Annette Vowinckel

### **Bildredakteure**

<https://doi.org/10.14765/zzf.dok-1281>

Archiv-Version des ursprünglich auf dem Portal *Visual-History* am 02.09.2014 mit der URL:  
<https://www.visual-history.de/2014/09/02/bildredakteure/>  
erschienenen Textes



2. September 2014

Annette Vowinckel

Thema: Bildredakteure

## BILDREDAKTEURE



Die „Life“-Redaktion bei der Arbeit, (von links nach rechts) Wilson Hicks, Daniel Longwell, John Billings, Hubert Kay, Howard Richmond und Margaret Bassett, New York 1937

Es gibt viele Bilder, die die meisten Deutschen problemlos vor ihrem inneren Auge abrufen können: Willy Brandts Kniefall in Warschau, das Foto von Hanns Martin Schleyer als Geisel der RAF oder das des vietnamesischen Mädchens, das bei einem Napalm-Angriff schwere Brandverletzungen erlitt. Warum erinnern wir gerade diese Bilder?

Die Frage, wie kollektive Bildgedächtnisse entstehen, ist eng verknüpft mit der Frage nach dem ästhetischen und informativen Gehalt derjenigen Bilder, aus denen sich diese Bildgedächtnisse speisen. Häufig repräsentieren sie historisch einschneidende Ereignisse oder Momente: Dies gilt für die oben genannten Bilder ebenso wie für [Robert Capas](#) Aufnahmen vom D-Day in der Normandie, das Bild des sogenannten Tank Man in Peking 1989 oder Bilder vom Einschlag der Flugzeuge in das World Trade Center im September 2001. Andere ikonische Bilder zeigen historische Personen in einer Weise, die deren „Wesen“ besonders gut zum Ausdruck bringt (oder zu bringen scheint). Zu dieser Gruppe von Bildern zählen das millionenfach reproduzierte Porträt von Ernesto „Che“ Guevara, ein Schnappschuss von Albert Einstein mit herausgestreckter Zunge oder das Bild von Marilyn Monroe mit fliegendem Rock auf einem U-Bahnschacht. Alle diese Bilder haben ästhetische Qualitäten, die ihre massenhafte Reproduktion und die daraus resultierende Ikonisierung

plausibel erscheinen lassen.

Dabei wird jedoch oft übersehen, dass die Auswahl der Bilder, aus denen sich unser kollektives Bildgedächtnis zusammensetzt, die Folge eines Entscheidungsprozesses ist, den weder die Bildproduzenten noch die Rezipienten der Bilder steuern, sondern Bildredakteurinnen und Bildredakteure. Sie wählen diejenigen Bilder aus, die sie für besonders „gut“, sprich: ästhetisch überzeugend und informativ halten. Bildredakteure treffen also eine Vorauswahl, indem sie aus einer kaum mehr überschaubaren Masse von Bildern diejenigen herausfiltern, die ihnen geeignet erscheinen, der Öffentlichkeit gezeigt zu werden.

Gedruckt wird indes nicht zwangsläufig das „beste“ Bild; mitunter spielen bei der Auswahl auch ethische Aspekte eine Rolle, die in der Bundesrepublik 1973 durch den Pressekodex des Presserats festgelegt wurden. Fotografien von Kriminalitätsoptionen, so heißt es hier beispielsweise, sollen nur mit deren Einverständnis veröffentlicht werden; das Gleiche gilt für Fotografien von Oppositionellen, die in ihren Heimatländern mit Repressalien und politischer Verfolgung rechnen müssten, und für Fotos von Zeugen in Gerichtsprozessen. Bei Bildern von Selbstmördern wird generell zur Zurückhaltung angehalten.<sup>[1]</sup> Die Kehrseite des Bildgedächtnisses ist folglich eine Bildvergessenheit von ungeahntem Ausmaß. Jedem „erinnerten“ Bild steht die vielfache Menge von Bildern gegenüber, die mit Ausnahme des Redakteurs nie ein Mensch zur Kenntnis genommen hat.

Bildredakteurinnen und Bildredakteure treffen also im Rahmen des ethisch Vertretbaren eine Vorentscheidung darüber, ob ein Bild erinnert und tradiert oder verworfen und vergessen wird. Tätig sind sie in Bildagenturen, in Bildarchiven und in den Redaktionen aller im weitesten Sinn visuellen Medien; dazu zählen neben den illustrierten Zeitschriften auch Tageszeitungen, das Fernsehen und neuerdings vor allem das Internet. Während die Bildredaktion in Archiven und Agenturen sicherstellt, dass eine möglichst große Anzahl von Bildern unter Einhaltung qualitativer und informativer Standards verfügbar bleibt bzw. gemacht wird, müssen die Bildredakteure und -redakteurinnen der Zeitungen und Zeitschriften täglich aufs Neue entscheiden, welche Bilder veröffentlicht werden sollen.

Interessanterweise gibt es für die Tätigkeit in der Bildredaktion in den meisten Gesellschaften keine standardisierte Ausbildung. In einigen Ländern (z.B. in den USA und in der Bundesrepublik Deutschland wie auch in der DDR) führt der Weg über das Studium des Journalismus, das an einigen Fakultäten eine Spezialisierung auf Bildjournalismus zulässt. Oft handelt es sich bei Bildredakteuren aber auch um ehemalige Fotografen, die in den „Innendienst“ wechseln, oder um Absolventen im Fach (Foto-)Design oder Visuelle Kommunikation. Reflektiert wird dies nicht zuletzt dadurch, dass der Bildredakteur oder die Bildredakteurin mitunter auch als „Art Director“ bezeichnet wird – zumal dann, wenn die Zuständigkeit sich auch auf das Layout erstreckt. Erst seit wenigen Jahren bieten einige Institutionen wie das MAZ – die Schweizer Journalistenschule in Luzern, die Akademie der Wildner AG oder die Berliner Fotoagentur Ostkreuz Ausbildungsmöglichkeiten für die Tätigkeit in der Bildredaktion an.<sup>[2]</sup>

Ihre Tätigkeit lernten bzw. entwickelten die Bildredakteure und Bildredakteurinnen *on the job*. Gleichwohl gab es bereits im frühen 20. Jahrhundert eine Reihe von Publikationen, in denen die Themenfindung, die Einhaltung von Qualitätsstandards, Auswahlkriterien und Vermarktungsfragen der Fotografie extensiv besprochen wurden. Dazu gehören Titel wie das von Kurt Hahne im Jahr 1908 veröffentlichte Buch *Die*

*Illustrations-Photographie. Ein leicht verständliches Lehrbuch über Anfertigung und gewinnbringenden Vertrieb von Photos für Illustrationszwecke*, das zahlreiche überarbeitete Neuauflagen erlebte, oder Carl Dietzes Buch *Der Illustrations-Photograph. Ratgeber für gewinnreiche Arbeit*. Zielgruppe beider Publikationen waren nicht die Bildredakteure, sondern die Fotografen; gleichwohl ging es auch hier um die für jede Bildredaktion zentrale Frage, wodurch sich ein „gutes“ (sprich: gewinnbringendes) Foto von einem „schlechten“ (sprich: von den Zeitschriften nicht verwertbares) Foto unterschied.[3]

In der Weimarer Republik entwickelte sich das Medium der Bildreportage zu einem überaus beliebten Format. Veröffentlicht wurden diese Reportagen in illustrierten Zeitschriften, die ab Mitte der 1920-Jahre einen regelrechten Boom erlebten. Jedes größere Blatt unterhielt nun eine Bildredaktion, deren überwiegend männliche Mitarbeiter sich durch *learning by doing* qualifizierten. Zu den herausragenden Persönlichkeiten, die Qualitätsstandards entwickelten, ästhetische Maßstäbe setzten und dem Beruf zu einem ersten Professionalisierungsschub verhelfen, zählen Kurt Korff und Kurt S(z)afanski von der „Berliner Illustrierten Zeitung“ (BIZ), die in die USA gingen, und Stefan Lorant von der „Münchener Illustrierten Presse“, der nach sechsmonatiger Inhaftierung nach London fliehen konnte.[4] Nach dem Zweiten Weltkrieg waren es Personen wie Horst Faas (Associated Press) oder Rolf Gillhausen („Stern“), die entscheidend zur Weiterentwicklung des Berufsbilds bzw. zur Anpassung an die rasante Entwicklung der technischen und journalistischen Möglichkeiten beitrugen. Sie alle verfolgten den Anspruch, durch ihre Tätigkeit zur Information der Öffentlichkeit über politische und kulturelle Ereignisse beizutragen. Gleichwohl soll hier nicht der Eindruck erweckt werden, Bildredakteure trügen qua Amt zur Konstitution liberaler Öffentlichkeit bei. Vielmehr hat sich der Beruf des Bildredakteurs allen politischen Systemen einschließlich der totalitären Diktatur angepasst: Auch Propagandazeitschriften wurden und werden durch Bildredakteure gestaltet, und die erste wissenschaftliche Arbeit zur Bildredaktion im deutschsprachigen Raum stammt von Willy Stiewe, einem wichtigen Theoretiker der NS-Bildpropaganda.[5]

Tatsächlich wurde in Deutschland nach Gleichschaltung der Presse 1933 eine staatlich kontrollierte Bildpropaganda etabliert, während die zuvor demokratischen Bildredaktionen gleichgeschaltet wurden. Als (Bild-)Journalist durfte nur noch tätig sein, wer dem Reichsverband der Deutschen Presse (RDP) angehörte, und Juden waren von der Mitgliedschaft ausgeschlossen. Viele der führenden Bildredakteure flüchteten nach England, Frankreich oder in die USA, wo sie ihre Erfolgsgeschichte jedoch überwiegend fortschreiben konnten: In London begründete Stefan Lorant die „Picture Post“, Kurt Korff beriet in der Gründungsphase die Redaktion von „Life“, Maria Eisner gründete in Paris die Agentur „Alliance Photo“, während Kurt Safranski, Kurt Kornfeld und Ernst Mayer in New York die Bildagentur „Black Star“ gründeten. Weitere Professionalisierungsschübe waren deshalb nicht in Deutschland, sondern in London, Paris und vor allem in den USA zu verzeichnen.

Nach dem Zweiten Weltkrieg erschienen zahlreiche Handbücher für Bildredakteure, die häufig von erfolgreichen Bildredakteuren selbst verfasst wurden, die das eigene Wissen nicht im Rahmen der Ausbildung, sondern in der Praxis erworben hatten. 1940 veröffentlichte der deutsch-jüdische Emigrant Kurt Safranski einen Ratgeber unter dem Titel *Selling Your Pictures*, in dem er das in Deutschland erworbene Wissen für das US-amerikanische Publikum aufbereitete.[6] Es folgten Stanley E. Kalishs und Clifton C. Edoms Klassiker *Picture Editing* (1951), Wilson Hicks' Buch *Of*

*Words and Pictures* (1952) und Arthur Rothsteins *Photojournalism. Pictures for Magazines and Newspaper* (1956).[7] Mangels eines festgelegten Curriculums richteten sich diese Publikationen an jüngere Kollegen, denen sie das für die Tätigkeit in der Bildredaktion notwendige Grundwissen vermitteln sollten.

In Deutschland hingegen litten die Bildredaktionen noch lange unter dem Verlust, den der Exodus jüdischer und antifaschistischer Fotojournalisten der Branche zugefügt hatte. In den Bildredaktionen gab es wenig Mut zum Experiment, und als Vorbilder dienten Magazine aus dem Ausland. Erst Rolf Gillhausen, Bildredakteur beim „Stern“ und Mitbegründer von „Geo“, brachte ab den 1960er-Jahren wieder frischen Wind in den deutschen Fotojournalismus. Ursprünglich selbst als Fotograf tätig, erklärte er in einem Interview, es gebe „keinen Fotografen, der nicht der Meinung [sei], daß die Redakteure grundsätzlich die falschen Bilder aussuchen“.[8] Da Gillhausen sich selbst im Vergleich mit Kollegen wie Ernst Haas, Robert Lebeck oder Thomas Höpker für einen eher schlechten Fotografen hielt, wechselte er in die Bildredaktion, um dort einen anderen Umgang mit den Bildern einzuführen als den, den er selbst so harsch kritisiert hatte.[9] Die Folge war die Produktion von großformatigen Bildreportagen, die – entgegen dem eher kleinteiligen Trend – mit randlosen Doppelseiten operierte und bis heute als Markenzeichen des „Stern“ und dessen Bildredaktion gilt.

Vielleicht ist es eine Ironie der Geschichte, dass diese Veränderungen in eine Zeit fallen, in der illustrierte Zeitschriften international einen schweren Umsatzeinbruch erlebten. Die Londoner „Picture Post“ hatte bereits 1956 das Erscheinen eingestellt, 1972 erschien die letzte Ausgabe von „Life“, und auch der „Stern“ galt trotz hoher fotografischer Standards eher als ein Boulevardblatt denn als seriöses politisches Magazin. Gleichwohl dürfte ein großer Teil derjenigen Fotos, die speziell das bundesrepublikanische Bildgedächtnis bestimmen, den Weg über den Schreibtisch von Rolf Gillhausen genommen haben, so zum Beispiel die Bilder von der Geiselnahme und Ermordung israelischer Athleten durch eine palästinensische Terrorgruppe während der Olympischen Spiele in München 1972.

In dem Themenschwerpunkt „Bildredakteure“ sollen in den nächsten Wochen und Monaten einzelne europäische und US-amerikanische Bildredakteure und eine Bildredakteurin auf Visual History vorgestellt werden, die professionelle Standards gesetzt und den Bildjournalismus des 20. Jahrhunderts maßgeblich geprägt haben, nämlich Willy Stiewe, Maria Eisner, Stefan Lorant, John G. Morris, Horst Faas und Rolf Gillhausen. Dass hier fast ausschließlich Männer vorgestellt werden, liegt daran, dass Frauen in der Branche – wie in vielen anderen Öffentlichkeitskonstituierenden Sparten – stark unterrepräsentiert waren.[10] Zudem fällt auf, dass die meisten der hier genannten Namen allenfalls Insidern oder guten Kennern der Geschichte des Fotojournalismus bekannt sind. Da sie stets „im Hintergrund“ agierten, erlangten Bildredakteure nur in Ausnahmefällen die Prominenz, die Fotojournalisten wie Robert Capa oder James Nachtwey zuteil wurde und noch wird. Ziel des Themenschwerpunkts ist es deshalb, die Aufmerksamkeit auf diejenigen Bildredakteurinnen und -redakteure zu lenken, die durch die Auswahl von Bildern und die Gestaltung von Reportagen ebenso viel zur Konstitution moderner Bildgedächtnisse beigetragen haben wie die Fotografen, die ihnen – mal mehr, mal weniger vertrauensvoll – ihre Bilder auf den Schreibtisch legten.

[1] Siehe [Deutscher Presserat Berlin](#).

[2] Vgl. [MAZ – die Schweizer Journalistenschule](#); [Akademie der Wildner AG](#); [Ostkreuzschule für Fotografie](#).

[3] Kurt Hahne, Die Illustrations-Photographie. Ein leicht verständliches Lehrbuch über Anfertigung und gewinnbringenden Vertrieb von Photos für Illustrationszwecke, Bunzlau 1908; Carl Dietze, Der Illustrations-Photograph. Ratgeber für gewinnreiche Arbeit, 4. Auflage, Leipzig 1919 (die ersten drei Auflagen sind im Katalog der DNB nicht verzeichnet, die achte und letzte Auflage erschien 1933).

[4] Vgl. Stefan Lorant, I Was Hitler's Prisoner: Leaves from a Prison Diary, London 1935.

[5] Willy Stiewe, Das Bild als Nachricht. Nachrichtenwert und -technik des Bildes. Ein Beitrag zur Zeitungskunde, Berlin 1933. Drei Jahre später promovierte er mit der Arbeit *Das Pressephoto als publizistisches Mittel* (Leipzig 1936).

[6] Kurt Safranski, Selling Your Pictures, Chicago/New York 1940.

[7] Stanley E. Kalish/Clifton C. Edom, Picture Editing, New York 1951; Wilson Hicks, Words and Pictures. An Introduction to Photojournalism, New York 1952; Arthur Rothstein, Photojournalism. Pictures for Magazines and Newspaper, New York 1956.

[8] Hans-Michael Koetzle/Horst Moser, Rolf Gillhausen: „Ich war ein guter Macher“. Die großen Art Directors des 20. Jahrhunderts Teil 5, in: Leica World Nr. 2 1998, S. 19-27, hier S. 23.

[9] Ebd., S. 25.

[10] Unter den etwa 70 Bildredakteuren, deren Namen bisher ermittelt werden konnten, finden sich nur sieben Frauen; ihre Präsenz in den Redaktionen fällt damit noch schlechter aus als unter den Fotojournalisten, die ebenfalls mehrheitlich männlich sind.