

Kultur



Wunschbild trifft Wirklichkeit: Zwei Bilder aus dem Agfa-Werbearchiv rahmen eine dokumentarische Aufnahme (Ausschnitt) von Heinz Held Fotos: Museum Ludwig

Sehnsucht nach ewigen Flitterwochen

Fiona Tan packt im Museum Ludwig das Agfa-Werbearchiv aus und inszeniert es als wahre Goldgrube

VON MICHAEL KOHLER

Als Fiona Tan eingeladen wurde, etwas mit der Fotografischen Sammlung des Kölner Museum Ludwig zu machen, hatte sie die freie Auswahl. Sie hätte sich die Rosinen aus einem weltberühmten Kuchen picken können; sie hätte sich in Meisterwerke stürzen können wie Dagobert Duck in seinen Geldspeicher; oder sie hätte sich beinahe jeden anderen Traum eines Fotokünstlers erfüllen können. Stattdessen zog sie in dieses „komische kleine Archiv“, wie sie selbst sagt, in einen mit Regalen vollgestopften fensterlosen Raum, in dem es nach Staub und wohl auch nach der muffigen Ästhetik der Nachkriegsjahre roch.

Jetzt ist Tan aus der Goldgrube, als die sich das Fotoarchiv der Agfa-Werbeabteilung erwies, wohlbehalten und im Besitz einer bunt leuchtenden Ausstellung wieder aufgetaucht. In dieser zeigt die niederländische Künstlerin vor allem Reklamefo-

tos, mit denen die Leverkusener Firma Agfa, in den 50er und 60er Jahren Europas größter Hersteller von Fotofilmen, für ihre neue Farbpalette warb. Der typische Agfa-Konsument war damals männlich, verheiratet und schoss Bilder fürs Familienalbum; auf den von Tan zutage geförderten Fotos sieht man jedoch weder spielende Kinder noch stolze Eltern, sondern strahlende Bikini-Schönheiten und unbeschwertes Urlaubsglück zu zweit. Glaubt man Agfa-Color, träumten die Deutschen in der Adenauerzeit davon, sich paarweise am Strand vor Bulldozern zu räkeln oder mit einem Strauß bunter Luftballons durch Winterlandschaften zu sausen.

Tan teilt ihre sprechenden Archivfunde in zwei Kategorien ein: Frauen am Strand und Frauen im Schnee. Männer tauchen zwar gelegentlich in den Bildern auf (etwa als Pferd beim Hoppe-Reiter-Spielen), aber selbstredend fragt sich dann, wer den Auslöser betätigt. Offenbar soll

kein potenzieller Nebenbuhler die inszenierte Vertrautheit zwischen Subjekt und Objekt des Begehrens stören.

Agfa bediente mit seiner Eigenwerbung nicht nur die Sehnsucht nach ewigen Flitterwochen und verspielter Sexualität; die Reklamefotos befeuerten als professionell angefertigte Vorlagen für Fotoamateure auch die kollektive Wunschbildproduktion.

Mit bunten Bildern umwarb Agfa deutsche Hobbyfotografen

on. Schon deswegen wüsste man gerne, wie die Aufnahmen der Zielgruppe tatsächlich aussahen – doch an dieser Stelle musste sich Fiona Tan mit Notbehelfen begnügen. So sollen uns gestohlene Momente der Straßenfotografen Heinz Held, Martin Hansch und Chargesheimer zeigen, wie Frauen und Pärchen damals wirklich aussahen, und in ihrer eigenen Arbeit „Vox Popu-

li“ setzt Tan aus unzähligen aktuellen Bildern aus Familialen ein Stadtporträt zusammen. Allerdings sieht man auch diesen scheinbar wahrhaftigeren Schnappschüssen ihre medialen Vorbilder mitunter deutlich an.

Rund 40 Jahre lag das Fotoarchiv der Agfa-Werbeabteilung im Dornröschenschlaf. Es kam als Anhang des riesigen, aus tausenden technischen Geräten, Bildbänden und historischen Dokumenten bestehenden Agfa Foto-Historamas ins Museum Ludwig und blieb weitgehend unbeachtet, bis jetzt die Internationale Photoszene sechs Künstler an die städtischen Bildarchive vermittelte. Das Projekt des Kölner Fotofestivals ist nicht zuletzt eine Expedition ins Reich der von den Kunstmuseen oft sträflich vernachlässigten Gebrauchs- und Amateurfotografie. Aufnahmen aus Firmen- und Privatarchive sind unverzichtbare Zeitdokumente, und sie haben nicht selten erstaunliche ästhetische Qualitäten.

Beinahe zu schön, um wahr zu sein, sind drei von Tan ausgegrabene Agfa-Aufnahmen, die den Stil etwa der Becherschule auf gespenstische Weise vorwegnehmen. Der Vogelblick auf einen Hotelkomplex ist früher Andreas Gursky, die Aufnahme schier endloser Archivregele wie von Candida Höfer arrangiert, und der ebenfalls anonyme Fotograf einer von Neonröhren vernebelten Agfa-Vertriebshalle scheint das Industrieprodukt Fotografie bereits aus einer heutigen künstlerischen Perspektive wahrzunehmen. Wer sind die Schöpfer (oder Schöpferinnen) dieser und der anderen Agfa-Werke? Und was gibt es noch von ihnen zu sehen? Auf diese Fragen weiß auch Fiona Tan keine Antworten. Aber die Arbeiten in der Goldgrube haben ja gerade erst begonnen.

„Fiona Tan. Gaaf“, Museum Ludwig am Dom, Köln, Di.-So. 10-18 Uhr, bis 11. August. Der Katalog kostet 16,80 Euro.