

Dieter Lorenz: Fotografie und Raum. Beiträge zur Geschichte der Stereoskopie

Münster, New York, München, Berlin: Waxmann Verlag 2012, 288 S., ISBN 978-3-8309-2738-9, € 39,90

Der Autor, Dieter Lorenz, ist dem Rezensenten namentlich bekannt seit seiner Ausstellung im Frankfurter „Deutschen Filmmuseum“ um die Jahreswende 1986/87: *Das Stereobild in Wissenschaft und Technik*. Lorenz präsentierte hier und als Herausgeber des Katalogs eine stattliche Anzahl beeindruckender Anaglyphen-Fotos (= Rot-Grün-Verfahren) aus diversen Wissenschaftsbereichen. Er war promovierter Meteorologe und kam über die 3-D-Wolkenfotografie (*Das 3-D-Wolkenbuch*, Hückelhoven 1991) zur Stereoskopie-Historie. Bereits 1976 trat er der Deutschen Gesellschaft für Stereoskopie (DGS) bei. Vor allem seit seiner Pensionierung 1993 betrieb Lorenz eine regelmäßige und intensive Beschäftigung mit der Technik- und Wirtschaftsgeschichte der Stereoskopie, mit einer Vielzahl von Aufsatzpublikationen. *Fotografie und Raum* versammelt 19 davon, vom Autor selbst zusammengestellt und nicht selten überarbeitet und zusätzlich illustriert. Thematische Schwerpunkte sind: Firmen (4 Aufsätze), Fotografen (3), Verlage (7), Kaiser-Panorama (3), Film (1), dazu Einleitung und „Schlusspunkt“. Der Sammelband bildete auch den Schlusspunkt von Lorenz' historischem und publizistischem Wirken – im Januar 2013 verstarb er, 82-jährig. Eingangs gibt Lorenz einen Überblick

über die analogen technischen Raum-Wiedergabeverfahren. Das bleibt aber der einzige Versuch einer übergreifenden Darstellung. In seinen historischen Aufsätzen beschreibt er stets sehr detailliert Personen, Geräte und Produkte (er nennt es: „in die Tiefe gehend“, S.9) – stellt aber kaum kulturhistorische oder medienästhetische Zusammenhänge her. Es kümmert ihn wenig, wie verbreitet, bekannt, massenwirksam Apparate und Techniken, Stereo-Postkarten und -Bilderserien waren. *Viewmaster* beispielsweise wird zwar kurz im Schönstein-Aufsatz erwähnt – aber nicht ohne den Hinweis, dass sein Erfinder der deutschstämmige William Gruber gewesen sei (S.174).

Im Grunde interessieren Lorenz nur deutsche bzw. deutschsprachige Personen, Erfindungen und Firmen, hier die Namen:

Technik-Hersteller, wie die Stereoskope-Fabrik Willi Winter (1904 bis 1980), die schweizerische Stereoskopie AG von Walter R. Hess (einem Mit-erfinder der Linsenrasterbilder und späteren Medizin-Nobelpreisträger) und die Firma Zeiss Ikon mit Geräten zur Stereofotografie und -Kinematografie; rührige 3-D-Fotografen, wie Hermann Krone, Robert Halm und Bernhard Johannes, die umfangreiche Sammlungen hinterließen; Verlage von Bildserien und Büchern, wie die Neue Photographische Gesellschaft (NPG),

der Chromoplast-Verlag, Knackstedt & Näther und andere Postkartenverlage, Alfred Krauth mit seinem Stereo-Indupor, die Bayerischen Stereobildwerke, Otto Schönsteins Raumbild-Verlag (der im Dritten Reich geschäftlich mit Hitler-Fotograf Hoffmann verbandelt war) sowie die Verlage Erich Dreyer und Max Wendt.

Die besondere Recherche-Vorliebe Lorenz' galt jedoch zum einen dem „Kaiser-Panorama“, wie es beispielsweise August Fuhrmann in Coburg betrieb, und dem einzigen 3-D-Kulturfilm der 1950er Jahre, *Hummelkinder* (1954), einem Marionettenfilm, der die noch heute beliebten Hummel-Figuren thematisierte.

Lorenz beklagt mehrfach, dass sich die meisten großen Fotografie-Historiker und -Theoretiker gar nicht, wenige allenfalls peripher, für die 3-D-Fotografie interessierten. Das kann kaum verwundern, denn die stereoskopische Fotografie (und auch der Film) kamen in 150 Jahren Praxis nicht über technische und touristische „Jahrmarkts-Sensationen“ hinaus. Erst die Digitalisierung brachte dem 3-D-Film und der stereoskopischen Fotografie einen ästhetischen Quantensprung. Eine Untersuchung der grundlegenden formästhetischen und dramaturgischen Mittel steht noch aus, ist aber jetzt möglich, im Kino durch eine ganze Reihe sehr guter Filme, deren Regisseure endlich verstanden haben, dass dreidimensionales Sehen im Nahbereich stattfindet, z.B.: *Avatar – Aufbruch nach Pandora* (Cameron 2009), *Pina* (Wenders 2011), *Die Vermessung der Welt* (Buck 2012); in der Fotografie

durch neue Kameras mit 3-D-Display, die eine sofortige und selbstverständliche Überprüfung der Ergebnisse (ohne Hilfsmittel, also mit den bloßen Augen) möglich machen und damit die technischen Voraussetzungen für künstlerischen Ausdruck und Lernprozess beinhalten.

Lorenz hat diese allerneueste Entwicklung noch wahrgenommen: In seinem Schlusspunkt-Beitrag „Blick in die Gegenwart“ bringt er eine Abbildung der *Fuji Finepix Real 3D W3*. Diese neue Kamera-Generation beweist eindrucksvoll, dass 3-D-Fotografie nichts mit einem ‚natürlichen Seherleben‘ zu tun hat, sondern dass es sich hier um ein gesteigertes, zugespitztes räumliches Sehen handelt, das seinen Rahmen, seinen ‚Guckkasten‘ nie verlassen kann. Bei Arnheim (*Film als Kunst*, Berlin 1932) wurde der Bildrahmen zu einem ästhetischen Mittel des zweidimensionalen Films. Warum sollte das nicht auch, fragt sich der Rezensent, für den dreidimensionalen Film und (bei Polarisations-Beamer-Projektion oder 3-D-Fernsehgerät) die dreidimensionale Fotografie gelten.

Obwohl im Buch Dutzende von 3-D-Abbildungen im Links-Rechts-Verfahren zu finden sind, ist keine 3-D-Lorgnette oder -Papp-Brille beigelegt, die den 3-D-Effekt erst sichtbar machen würde. Begründung des Autors: „da ein großer Teil des Leserkreises bereits darüber verfügen dürfte“ (S.10). Doch auch wenn die Kern-Zielgruppe des Buches in (geschätzt) ein paar Hundert deutschen 3-D-Technik- und Geschichts-Spezialisten

besteht, kann der kultur- und medienhistorisch interessierte 3-D-Laien profitieren: Denn das Buch bringt viele (nicht systematisierte) Einzelbelege für technische Verfahren und ökonomische Versuche, die jedoch meist nicht Massentauglichkeit erreichten. Die Wellen der 3-D-Begeisterung lassen sich (vor allem in Europa und gestützt auf die Recherchen von Lorenz) jeweils auf ein oder zwei Jahrzehnte nach 1850, 1920, 1950 und 2000 datieren. Die Vielzahl von Beispielfotos im Buch (einige sogar in Farbe) belegt jedoch oft ein grundlegendes Unverständnis der Fotografen für die 3-D-Wahrnehmung des Men-

schen. Stereoskopisches Sehen findet vor allem im Nahbereich bis zu 10-15 Metern statt. Die Produzenten und Händler von touristischen Bilderserien mochten aber auf die Abbildung und Vermarktung von fernen Burgen und Schlössern, Bergen und Seen nicht verzichten. Lorenz zeigt aber auch Gegenbeispiele von Porträtfotografen, die zusätzlich Aufnahmen in 3-D machten – und gleich die Betrachtungsgeräte mitverkaufen konnten.

Helmut H. Diederichs
(Neu-Isenburg)