



VERA CHIQUET

# FAKE FOTOS

JOHN HEARTFIELDS FOTOMONTAGEN  
IN POPULÄREN ILLUSTRIRTEN

[transcript] Edition Medienwissenschaft

**Aus:**

*Vera Chiquet*

## **Fake Fotos**

### **John Heartfields Fotomontagen in populären Illustrierten**

Juni 2018, 238 Seiten, kart., zahlr. Abb., 34,99 €, ISBN 978-3-8376-4144-8

»Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Medien« – so lautet eine Feststellung Niklas Luhmanns. In der Tat werden unsere Wahrnehmung und unser Wissen von den wichtigsten zeitgenössischen Massenmedien strukturiert.

Vera Chiquets Studie zu den zwischen 1930 und 1938 entstandenen Fotomontagen des deutschen Künstlers John Heartfield (1891–1968) macht den Stellenwert deutlich, den die damals technisch gerade erst möglich gewordene fotografische Manipulation in den Illustrierten Zeitungen – das zentrale Leitmedium in der Zeit der Machtergreifung durch Hitler – hatte. Sie zieht hinsichtlich des thematischen Potpourris und des Schwerpunktes auf Fotografie Vergleiche mit heutigen elektronischen Informationsportalen und zeigt, dass *Fake News* kein Phänomen ausschließlich des 21. Jahrhunderts sind.

**Vera Chiquet** (Dr. phil.), geb. 1984, lehrte und forschte in Basel, Hamburg und Bologna. Ihr Promotionsprojekt wurde vom Schweizerischen Nationalfonds im Rahmen des Projektes »eikones Bildkritik, das Bild als Artefakt« gefördert. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Massenmedien, Fotografie und Digitalisierung.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

[www.transcript-verlag.de/978-3-8376-4144-8](http://www.transcript-verlag.de/978-3-8376-4144-8)

# Inhalt

---

**Danksagung** | 7

**Einleitung** | 9

**Die fotografische Reproduktion,  
neue Medien und ästhetische Praktiken** | 15

Kunsthistorischer Kontext: Heartfields Fotomontagen | 15

Medialer Kontext: Illustrierte Zeitungen | 29

Popularität und Ablehnung des Unterhaltungsmediums | 38

**Die Fotomontagen in der AIZ als**

**Reflexion des Mediums** | 45

Die Ausnahmenstellung der AIZ «Arbeiter Illustrierte Zeitung» | 51

Das Zusammenspiel der AIZ mit Heartfields Fotomontagen | 60

Der widerständige Umgang mit Massenmedien | 69

**Analyse einer AIZ-Fotomontage** | 75

Ikongrafische Vorläufer und zeitgenössische Massenbilder | 85

Die Gesellschaft und die Massenmedien | 97

Exkurs: Die Geste der Hand zwischen Werbung und Propaganda | 100

**Heartfields Fotomontagen zwischen Kunst  
und Kommerz** | 117

Fallbeispiel: Weihnachtsdiskurs | 126

Fallbeispiel: Flit Werbung | 141

**Inszenierungen vor der Kamera** | 157

Die Fotomontage als Attraktion | 157

Inszenierungen in der Fotokultur | 165

Fallbeispiele: Inszenierungen für die AIZ-Fotomontagen | 172

**Die Retusche als Spezialeffekt** | 179

Retusche in der Fotokultur | 180

Retusche bei der fotografischen Reproduktion | 184  
Fallbeispiele: Retusche bei den AIZ-Fotomontagen | 189

**Das Staunen über Spezialeffekte als Anregung  
zur Medienreflexion | 209**

**Literatur | 225**

## Danksagung

---

Mein herzlicher Dank gilt meinem Erstbetreuer Ralph Ubl für die umsichtige Begleitung dieser Doktorarbeit. Nicht nur seine ermunternden Worte und sein fachlicher Rat, sondern auch die von ihm eröffnete Möglichkeit, als Lehrende am Kunsthistorischen Seminar der Universität Basel mitwirken zu dürfen, waren während der Promotion eine bereichernde Erfahrung für mich. Auch meinem Zweitbetreuer Urs Stäheli möchte ich für die inspirierenden Gespräche, die konstruktive Kritik und die Bereitschaft zur Diskussion meiner Arbeit in Sprechstunden und Kolloquien herzlich danken.

Der interdisziplinäre Forschungszusammenhang des vom Schweizerischen Nationalfonds (SNF) geförderten Zentrums für die Theorie und Geschichte des Bildes (Eikones) und das Graduiertenkolleg «Bild als Artefakt» waren drei Jahre lang der Ort meiner Forschungsarbeit. Hier möchte ich dem Leiter des Kollegs Arno Schubbach und den Kollegen und Kolleginnen meinen Dank für die Gespräche in den Kolloquien aussprechen. Besonders Simon Koenig, der für mich zu einem vertrauten Gesprächspartner geworden ist. Werner Spiess und Simon Baier waren mir stets wertvolle Diskussionspartner, vor allem was die Schnittstelle von Kunst und Fotografie betrifft.

In inhaltlicher Hinsicht ist die Arbeit durch meine Kontakte mit Andrés Mario Zérvigon und Sabine Kriebel bereichert worden. Wertvolle Anregungen zur Überprüfung meiner Thesen haben mir die verschiedenen internationalen Tagungen gegeben. Hervorheben möchte ich die von Carolin Duttlinger und Silke Horstkotte organisierte Tagung «Weimar Photography in Context: Seriality, Sequentiality, Narrativity» an der Oxford University, das von Michael Kauppert und Rolf Elberfeld auf dem Kulturcampus Domäne Marienburg der Universität Hildesheim organisierte Symposium «Ästhetische Praxis. Selbstentgrenzung oder Entkunstung der Kunst?», der von

Patrick Rössler und Katja Leiskau organisierte interdisziplinäre Workshop der Universität Erfurt in Kooperation mit der SLUB Dresden «Deutsche illustrierte Magazine. Journalismus und visuelle Kultur in der Weimarer Republik», sowie die von Nanni Baltzer and Martino Stierli organisierte internationale Konferenz der Universität Zürich im Cabaret Voltaire «Before Publication: Montage Between Privacy and Publicity». Den Mitarbeitenden der Akademie der Künste in Berlin, der Universitätsbibliothek Basel, der Pinkus Stiftung in Zürich, des Sozialarchivs Zürich wie auch der ETH Bibliothek Zürich danke ich für die Offenheit und die Ermöglichung empirischer Untersuchungen.

Für die grundlegende Überarbeitung der Dissertation danke ich all jenen, die nicht müde geworden sind, meinen Weg zum vorliegenden Buch zu begleiten, vor allem meinen Freunden und meiner Familie, die immer zu mir gehalten haben und mir in Zeiten der Unsicherheit eine wichtige Stütze waren. Gedankt sei im Besonderen meinem Vater Andreas Chiquet für die anregenden Gespräche, seine Erfahrung als Kunstschafter, seine wertvollen Hinweise und Beobachtungen, sowie für das kritische Gegenlesen. Ein großer Dank gebührt meinem Mann Nicolas Rutschmann. Er hat mit großer Geduld die Höhen und Tiefen, die Euphorie und die Melancholie getragen, die den Fortgang dieser Arbeit begleitet haben. Seine Gelassenheit und der familiäre Zuwachs durch unsere gemeinsamen Kinder schafften eine unentbehrliche, lebensweltliche Verankerung.

Die Entstehung der Arbeit wurde in finanzieller Hinsicht über drei Jahre vom Schweizerischen Nationalfonds (SNF) ermöglicht. Die Abschlussphase der Dissertation wurde danach von der Freiwilligen Akademischen Gesellschaft Basel (FAG) gefördert. Beiden Institutionen bin ich zu großem Dank verpflichtet. Sie haben mir den Freiraum gegeben, mich voll und ganz auf meine Forschung zu konzentrieren. Für die finanzielle Unterstützung bei der Publikation der Dissertation danke ich dem Max-Geldner-Fonds und dem Dissertationenfonds der Universität Basel.

# Einleitung

---

«Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Medien» (Niklas Luhmann *Die Realität der Massenmedien* 1996: 9).

Unsere Wahrnehmung und unser Wissen werden von den zeitgenössischen Massenmedien strukturiert. Als Adolf Hitler an die Macht kam, waren die Illustrierten Zeitungen das zentrale Leitmedium. Die neue Möglichkeit, Fotografien direkt und massenweise zu reproduzieren, war dafür maßgebend. Durch das Rasterverfahren wurde die Presseproduktion günstiger. Man konnte mehr produzieren und die Zeitschriften billiger verkaufen. Mit Blickfang-Fotos und Schlagzeilen warben diese neuen Unterhaltungsmedien um Aufmerksamkeit. Sie genossen einen immensen Erfolg und waren sehr populär. Wegen ihrem thematischen Potpourri von Nachrichten, Politik und Wirtschaft, vermischt mit Werbung und spektakulären Berichten, Fitness- und Freizeit-Tipps, wurden sie gleichwohl als Schund abgelehnt.<sup>1</sup>

In diesem Buch geht es gewissermaßen um fotografische *Fake News*, die während der Weimarer Republik und Hitlers Machtergreifung verbreitet wurden. Dank der neuen Reproduktionsmöglichkeit erlebten fotografische Manipulationen damals eine Blütezeit. Gefälschte und retuschierte Fotogra-

---

1 Diese Widersprüchlichkeit zwischen Popularität und Ablehnung scheint vielen Massenmedien eigen, ähnlich wie kostenlose Onlineversionen von Zeitungen oder *Social Media* Plattformen nimmt mit deren Aufschwung auch oft deren Ablehnung zu.

fien sind aus der stalinistischen Propaganda bekannt und wurden beispielsweise von David King aufgearbeitet (vgl. ebd. 1997). Auch im Zuge der nationalsozialistischen und faschistischen Propaganda wurden viele Fotografien manipuliert (vgl. Baltzer 2015, Jauber 1989). Die «Fake Fotos», die hier im Zentrum stehen, sind die Fotomontagen von John Heartfield. Anders als *Fake News* vermittelten diese aber keine falschen Meldungen und dienen nicht bloß der propagandistischen Beeinflussung der Mediennutzenden. Heartfields Fotomontagen stellen nämlich die neuen technischen Möglichkeiten und die Mechanismen des Foto-Journalismus in Frage. Heartfields «Fake Fotos» sind weniger vergleichbar mit Falschmeldungen, wie sie z.B. im US amerikanischen Wahlkampf 2017 zwischen Donald Trump und Hilary Clinton verbreitet wurden, sondern eher mit Interventionen wie bspw. die des Medienkünstlers und Satirikers Jan Böhmermann. Dieser untergräbt subversiv Fernsehshows (*Spiegel-TV* mit dem «Varoufakis-Fake», 2015, *Schwiegertochter gesucht* mit dem «Verafake», 2016) und verbreitet seine «gefakten» Videos im Internet und in seiner eigenen Fernsehshow. Bei solchen «Fakes» ist das Spiel zwischen Authentizität und Inszenierung zentral. Der mediale Erfolg des «Varoufakis-Fakes» führte vor, wie sogar Fachleute wie Günther Jauch bzw. *Spiegel-TV* in diese medial geschickte Falle tappten. Man hielt das Video für tatsächlich echt und konfrontierte den Politiker vor laufender Kamera damit. Dieser Fauxpas erschütterte den unreflektierten Umgang mit massenmedialen Inhalten.

Um eine vergleichbare Anregung geht es auch bei Heartfields Fotomontagen und keinesfalls um eine Falschinformation. Heartfield publizierte seine «Fake Fotos» während der nationalsozialistischen Machtübernahme in einer der auflagestärksten Zeitschrift, der «Arbeiter Illustrierte Zeitung» (AIZ), von 1930 bis 1938. Dabei knüpft er sich thematisch die Bourgeoisie, das Kaiserreich, den Kapitalismus, Hitler und die SPD vor.

Durch die kunsthistorische und mediensoziologische Betrachtung der Originalausgaben der Illustrierten und der noch vorhandenen Entwurfsdokumente des Künstlers können – neben dem politischen Statement – gerade die technischen Neuerungen des Foto-Journalismus und die Manipulationsmöglichkeiten aufgezeigt werden. Denn neben der politischen Botschaft geht es bei Heartfields «Fakes» genau darum. Indem die Lesenden zuerst in eine Falle tappen, wird die Kontingenz des Massenmediums thematisiert. Es wurde damals nicht nur über Probleme der massenmedialen Kommunikation nachgedacht (*Kritische Theorie, Frankfurter Schule*), sondern es gab



bereits künstlerische Interventionen in diesem Bereich - insbesondere durch Heartfields Fotomontagen. Damit befeuerte er die Medienreflexion bzw. den widerständigen und kreativen Medienumgang, ein Phänomen, das in der Perspektive der *Cultural Studies*, in Rekapitulation der *Kritischen Theorie*, seit den 1980er Jahren ein zentraler Aspekt der Populärkultur bildet. Die Fotomontagen tun das, was die *Cultural Studies* Ende des 20. Jahrhunderts den Konsumierenden der Massenmedien an Kompetenz zuschreiben. Anders als die Vertreter der *Kritischen Theorie* sehen die *Cultural Studies* im Konsumieren von Massenmedien und Populärkultur nicht Abstumpfung und Verblödung, sondern eine ebenso vielfältige Rezeptionsspanne wie beim Konsumieren von intellektueller Hochkultur. Dieser Argumentation folgend kann man auch massenmedial verbreitete Inhalte auf verschiedenartige Weise aufnehmen. Wie dieser widerständige Konsum aussehen kann, führen Heartfields Fotomontagen vor. Dies wird anhand der folgenden Untersuchungen zu einzelnen Fotomontagen sowie deren Herstellungsschritten und Interaktionen mit den Illustrierten und dem Diskurs der zeitgenössischen Massenmedien dargelegt.

Die Fotomontagen von Heartfield (1891 Schmargendorf - 1968 Ost-Berlin), der als dadaistischer und politischer Widerstandskünstler und einer der Erfinder der Fotomontage gilt, erschienen in den 1930er Jahren in reproduzierter Form als Titelblätter, Umschlagsrückseiten oder als ganz- bzw. doppelseitige Einschübe im Innern der «Arbeiter Illustrierte Zeitung» (AIZ). Ende der 1920er Jahre wandte sich Heartfield vom Dadaismus ab und arbeitete im Bereich der angewandten Grafik für Verlage und Printmedien (Buchumschläge und Beiträge in Zeitschriften) wie auch als Theater-Bühnenbildner.<sup>2</sup> Gerade durch die mediale Grundlage der Illustrierten unterscheiden sich die AIZ-Werke medial und ästhetisch von seinen früheren dadaistischen Collagen, die als einzelne Kunstwerke und Unikate vorliegen und nicht wie die AIZ-Fotomontagen tausendfach reproduziert wurden. Seine Fotomontagen stehen zudem eng im Zusammenhang mit den damaligen politischen und gesellschaftlichen Konflikten. Heartfields politisches Engagement wird als Grund für die Reproduktion seiner Fotomontagen in

---

2 Jüngst beschäftigte sich Zervigón ausführlich mit der Schaffensphase von Heartfield in den 1920er Jahren (ebd. 2012) und Kriebel mit denen der 1930er Jahre (ebd. 2014).

einem Massenmedium aufgeführt.<sup>3</sup> Heartfields politische Gesinnung steht hier nicht im Zentrum, sondern die mediale Einbettung seiner Werke. Ausgegangen wird von deren gesellschaftlicher Relevanz durch die Aneignung von Themen und Praktiken des alltäglichen Lebens bzw. der Populärkultur. Heartfield nutzt dieses Medium nicht nur zur Verbreitung seiner Ideen, sondern setzt sich mit dessen Umgang auseinander. Die spezifische, damals neuartige Medialität der Illustrierten ist auch massgebend für die inhaltliche Gestaltung und die Ästhetik der Fotomontagen. Die Reproduktion nutzt Heartfield als Erweiterung des Spielraums der technischen Möglichkeiten. Damit setzt er einen Impetus für die Lesenden zur Reflexion über deren Umgang mit dem neuen Medium. Deshalb werden im Folgenden die Bilder nicht isoliert, sondern stets im Kontext der Illustrierten reflektiert. Dadurch werden Einblicke in den Umgang mit Fotografien und in die Gestaltungsmittel sowie in den inhaltlichen Illustrierten-Diskurs ermöglicht. Es wird deutlich, wie sich die Fotomontagen als «Fake Fotos» mit der konventionellen Vermittlung von Wirklichkeiten und den neuen Gestaltungspraktiken der Illustrierten auseinandersetzen.

Nach der Einführung werden im zweiten Kapitel Heartfield und seine Fotomontagen aus kunsthistorischer Perspektive in ihrer Zeit und den damaligen künstlerischen Strömungen verortet. Dies wird mit Blick auf die ästhetischen Praktiken der zeitgenössischen Massenmedien ergänzt. Dadurch wird gezeigt, dass die Fotomontage als Praktik nicht nur in Kunstkreisen, sondern auch im grafischen Alltag der Medien verbreitet war. Gerade in den illustrierten Zeitungen, die damals ihre Blütezeit erlebten, war sie virulent. In die Untersuchungen miteinbezogen werden die «Berliner Illustrierte Zeitung» (sic!) (BIZ), der «Illustrierte Beobachter» (IB) und die «Schweizer Illustrierte Zeitung» (SI). Die Illustrierten erschienen als visuell attraktive Neuerung und Alternative zu den textlastigen Zeitungen, welche sich bereits als wichtiges Kommunikationsmedium etabliert hatten. Neben den gestalterischen Möglichkeiten durch den *Photographic Turn* in der Presse

---

3 Sein politisches Engagement sowie der Anspruch, mit seinen Werken ein breites Publikum zu erreichen, sind unbestreitbar. Auf diese Aspekte wird mehrfach in anderen Untersuchungen eingegangen, vgl. dazu Anders 1938, Byskov 2008, Coley 2014, Honnef 1991, Jürgens-Kirchhoff 1978, Kriebel 2014, Mülhaupt 2009, Pachnicke 1991, Siepmann, 1983, Töteberg 1978, Zervigón 2012.

wird auch die gesellschaftliche Funktion dieser Massenmedien beachtet. Sie verbreiten geteilte oder öffentliche Meinungen, ohne dass die Individuen miteinander in Kontakt treten. Als gedruckte, mobile Artefakte überliefern diese Massenmedien den damaligen gesellschaftlichen Diskurs und werden zu wichtigen historischen Dokumenten. Im dritten Kapitel wird die Charakteristik der AIZ konturiert. Daran anschließend wird beschrieben, wie die Zeitschrift mit den Fotomontagen konkret verbunden ist und die Fotomontagen den kreativen Umgang mit dem Diskurs im Massenmedium selbst verhandeln. Das vierte Kapitel wird der Rekonstruktion einer Fotomontage gewidmet. Hier wird eine detaillierte Analyse vollzogen, um die vielfältigen Referenzpunkte, die gestalterische Komplexität und die mediale Funktion der «Fake Fotos» exemplarisch aufzuzeigen. Als Ausgangspunkt kann hier durch das Miteinbeziehen des Hefts, die ursprüngliche Einbettung der für die Fotomontage verwendeten Bilder aufgedeckt werden. In Ergänzung dazu können durch die Werkfotografie einzelne Schritte des Montageprozesses aufgearbeitet werden. Für die kunsthistorische Verortung verdeutlichen diese Untersuchungen, dass es sich bei den AIZ-Fotomontagen um einen komplexen Herstellungsprozess handelt, der sich eher mit den in den Handbüchern geschilderten Verfahren als mit den Herstellungsweisen kubistischer oder dadaistischer Collagen deckt. Sie orientieren sich inhaltlich wie auch gestalterisch am Massenmedium. Im fünften Kapitel werden weitere inhaltliche Referenzen von Heartfields Fotomontagen erläutert. Bezüge zu Reportagen der AIZ wie auch anderen Illustrierten und das überraschende und wirkungsstarke Auftreten der Fotomontagen werden beim Durchblättern der Zeitschriften manifest. Heartfields Bilder verbinden Gegenstände oder Texte aus Werbungen mit politischen Geschehnissen. Harmonische Inszenierungen werden in verstörende Kriegsszenarien umgewandelt oder das Symbol des Weihnachtsbaums wird dermaßen verfremdet, dass es mit den üblichen Weihnachtsbildern bricht. Die Fotomontagen stellen Beziehungen zwischen der bekannten massenmedialen Bildwelt und noch unbekanntem optischen Erscheinungen her, machen - analog zum Surrealismus - Unsichtbares sichtbar, Unbewusstes bewusst. Sie hinterfragen nationalsozialistische Praktiken durch die Kombination von scheinbar Unpassendem, Dinge werden auf eine bisher nicht gesehene Art und Weise verfremdet. Indem die Fotomontagen Irrationales und Unreales in die Kenntlichkeit rücken, kann ihre Wirkungsweise als Erkenntnisinstrument beschrieben werden.

Im sechsten und siebten Kapitel wird die gestalterische Ebene unter die Lupe genommen. Hier werden Arbeiten Heartfields fokussiert, bei denen die gestalterischen Mittel und Entscheidungen durch Dokumentationsmaterialien nachvollziehbar und belegbar sind. In den Fallbeispielen können neben dem bloßen Zerschneiden und neu Kombinieren, das bereits Heartfields dadaistische Collagen charakterisiert, mannigfache Gestaltungsmittel nachgewiesen werden. Aufwendige Eingriffe wie Inszenierungen vor der Kamera, Retuschierungen und gänzlich neu generierte Übermalungen machen deutlich, dass sich die AIZ-Fotomontagen gegenüber den Collagen weiterentwickelt haben und Verwandtschaften mit surrealistischen Fotografien wie auch Werbefotomontagen aufweisen. Heartfield nutzte den Spielraum, den die technische Reproduzierbarkeit der Fotografie eröffnet. Seine Fotomontagen treiben die gestalterischen Möglichkeiten der fotografischen Reproduktion auf die Spitze. Er greift bereits verbreitete Praktiken auf, erweitert diese aber dahingehend, dass revolutionäre Bilder entstehen können. Die bisher eindimensionale Rezeption der reproduzierten Fotografien bzw. die verhaltene Umsetzung der Möglichkeiten der fotografischen Reproduktion in den Illustrierten wird durch seine Fotomontagen verändert. Durch den kreativen Einsatz der Retuschierung verlassen die Fotomontagen die erwartete Repräsentationslogik, indem sie Unmögliches als fotografisches Phänomen darstellen. Heartfields Fotomontagen stehen damit in Opposition zur konventionellen Einschätzung und Rezeption der Fotografien und stellen deren Verwendung in den Illustrierten in Frage.

Durch die umfangreiche Beforschung der Originalausgaben der Illustrierten wie auch der noch vorhandenen Entwurfsdokumente des Künstlers können der massenmediale Kontext wie auch die technischen Neuerungen und Manipulationen aufgezeigt und mediensoziologisch reflektiert werden. Nach der Betrachtung des Reproduktionskontextes und der Untersuchung der Bilder wird im achten Kapitel resümiert, dass die Fotomontagen weniger als isolierte Einzelstücke denn als «kluge Fallen»<sup>4</sup> in einem gesellschaftlich relevanten Medium erscheinen und dies gleichzeitig reflektieren. Sie tun dies, indem sie sich mit dem Phänomen der fotografischen Reproduktion (gestalterisch wie auch rezeptionsästhetisch) auseinandersetzen.

---

4 Für den Begriff «kluge Fallen» vgl. Benjamin (o. J.)b.