



**DAS LEUCHTEN
DER DINGE**

ÜBER DIE FOTOGRAFIEN
VON WALDE HUTH

DAS LEUCHTEN DER DINGE ÜBER DIE FOTOGRAFIE VON WALDE HUTH

Der Werkzeugkasten der Fotografen ist nur spärlich bestückt. Im Wesentlichen bleiben ihnen drei Gestaltungswerkzeuge: Sie können mit dem vorhandenen Licht arbeiten, den Bildausschnitt wählen und den Zeitpunkt der Belichtung bestimmen. Das ist nicht viel. Und ihr größtes Handicap: Sie arbeiten sich an der Wirklichkeit ab, müssen auf Vorhandenes, Gefundenes, oft Gesuchtes zurückgreifen. Die Geschichte der Fotografie ist trotzdem prall gefüllt mit Beispielen von Künstlern, die es im Rahmen dieser beschränkten Möglichkeiten zu großer Meisterschaft gebracht haben.

Der Studio-Fotograf streift diese Beschränkungen ab. Der weiße Studio-Hintergrund wird für ihn zur Bühne. Er inszeniert, setzt Licht, stellt Dinge und Personen in Beziehung zueinander. Er entdeckt für sich das Instrument der Dramaturgie und erzählt Geschichten. Dabei muss man beachten, dass das Gros der Studio-Fotografien Auftragsarbeiten sind. Also zweckgebundene Inszenierungen. Ihre Aufmerksamkeit gehört den Dingen, denen die Bühne bereit wird. Und damit diese leuchten können, wird die Realwelt so weit wie eben möglich ausgeblendet. Sie sind idealtypische Inszenierungen, Wunschbilder, die an unsere Sehnsüchte appellieren.

Eine dieser Sehnsüchte besteht in dem Wunsch, unsere eigene Unzulänglichkeit durch die Perfektion der Dinge zu kompensieren, mit denen wir uns umgeben. Nicht der funktionale Nutzen der Dinge zählt, sondern deren Aufladung mit Werten. Die Fotografie lebt uns dies exemplarisch vor, beweist, dass (und wie) dies funktionieren kann.

Die in Stuttgart geborene Walde Huth (1923–2011) war eine Meisterin dieser Inszenierung. Zusammen mit ihrem Mann Karl Hugo Schmölz betrieb sie nach dem 2. Weltkrieg in Köln ein großes Foto-Studio. Karl Hugo Schmölz, Sohn des bekannten Architekturfotografen Hugo Schmölz, hatte die strenge Schule seines berühmten Vaters durchlaufen. Der Nachlass beider Fotografen belegt ihren Blick für die Qualität von Räumen, die Fähigkeit diese zu inszenieren und einen traumwandlerisch sicheren Umgang mit Licht. Schmölz blieb auch in seinen Studioaufnahmen ein meisterlicher Dokumentarist der Dinge, ganz in der Folge neusachlicher Fotografie. Dafür schätzten ihn vor allem Auftraggeber, die auf die Stärke ihrer reduzierten Produkt-Gestaltung setzten, wie zum Beispiel der deutsche Möbelhersteller Interlübke.

Walde Huth, die sich in den 50er Jahren auch als Modefotografin einen Namen machte und für Designer-Größen wie Dior, Givenchy, oder Fath arbeitete, war in diesem Genre ebenfalls eine strenge Meisterin der Reduktion. Fotografieren ihre Kollegen noch vorrangig in den Studios, inszenierte sie ihre schwarzweißen Modefotos auf der Straße und spielte in ihren strengen Kompositionen gekonnt mit dem Kontrast aus Haute Couture und grauem Alltag.

Im Studio war sie dagegen die große Geschichtenerzählerin. Hier brauchte ihre Fotografie nicht das pure Design, um Wirkung zu entfalten. Im Gegenteil: Ihre Bilder saugten den Zeitgeist auf und bereiteten ihm die Bühne.

Diese Inszenierungen des Zeitgeistes berühren uns mit zeitlichem Abstand nicht selten peinlich. Eine Betroffenheit, die wir gerne mit Humor kompensieren. Die Hose mit Schlag, das Jackett mit zu großem Karo, die Bluse mit absurd großen Schulterpolstern, das Möbel aus dem Ufo-Fundus – sie alle geben uns der Lächerlichkeit preis. Rückblickend sind der Zeitgeist und seine Moden unzuverlässige Genossen, deren fotografischer Unterhaltungswert heute entsprechend groß ist. Die Fotografien von Walde Huth sind nicht ganz frei von solchen Untertönen. Aber sie haben eine Qualität, die jenseits dieser Vordergründigkeit liegt.

Sie meinen es nämlich ernst. Die Inszenierungen sind so perfekt, die Personen so makellos und Situationen in sich so schlüssig, dass überall der Wunsch durchscheint, die vollkommene Wirklichkeit zu schaffen. Sie sind vom Mehltau alltäglicher Beschränkungen befreit, der sich ansonsten immer auf unsere Schultern legt. Dabei geht Walde Huth so weit und ist so radikal, dass ihre Bilder auch ins Surreale entgleiten dürfen. Die Botschaft: Hier geht es nicht um Realismus. Es geht ums Ideal.

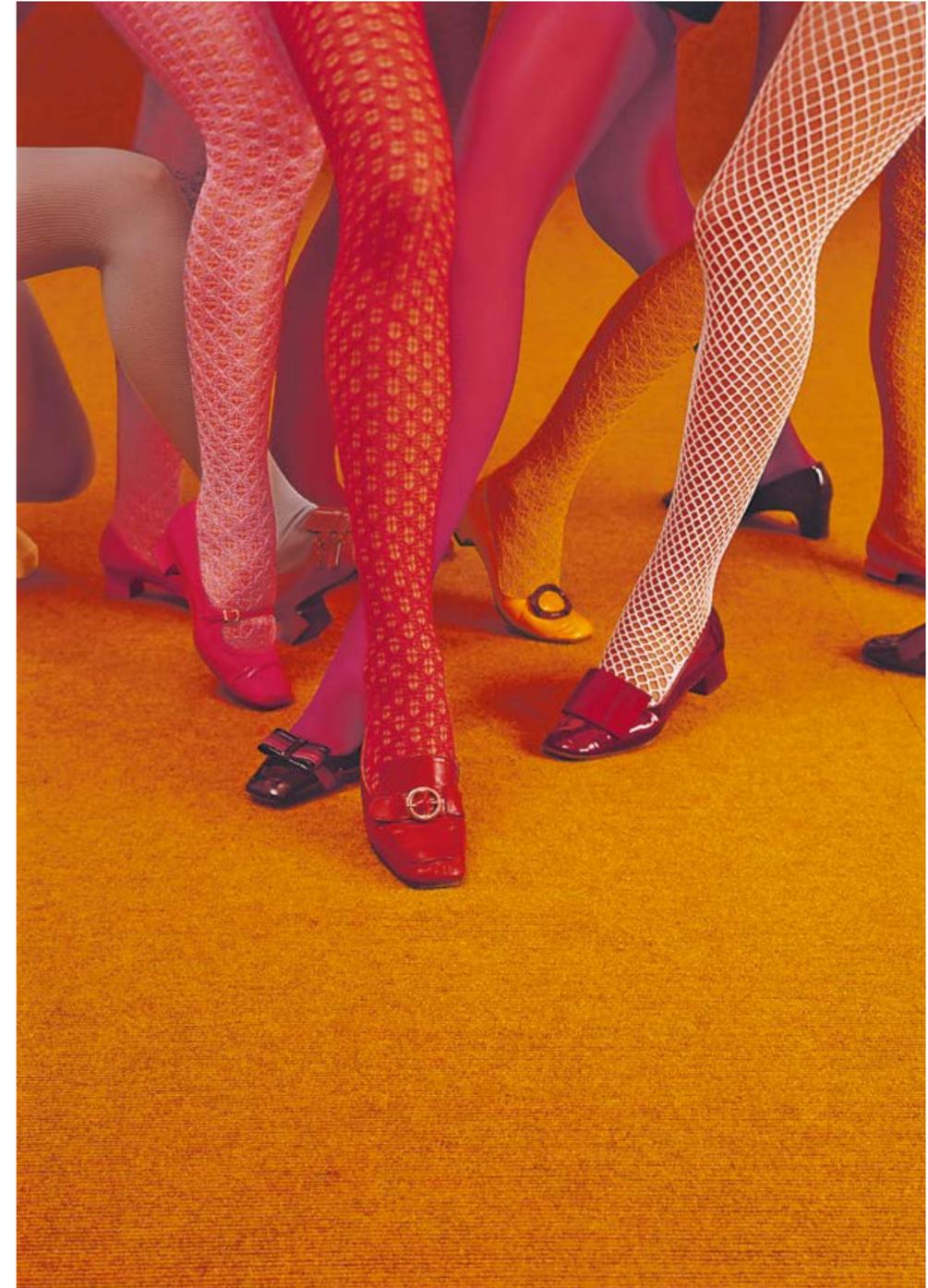
Aber die Fotos folgen auch einer sonderbaren Dialektik: Je mehr die Bilder den Alltag ausschließen, umso mehr schleicht er sich (unsichtbar) wieder in die Bilder. Alle hier abgebildeten Fotografien entstanden, nachdem Deutschland eine Diktatur der politischen Gleichschaltung, der brutalen Vernichtung alles Nichtkonformen, der ästhetischen Belanglosigkeit und der geschmacklichen Biederkeit durchlebt hatte. Die Straßen waren gerade wieder vom Trümmerschutt befreit. Je aufgeräumter die Studio-Welt ist, umso mehr schimmern der ästhetische, politische und auch der reale Schutt durch. Wer Walde Huths Bilder so liest, erfährt viel über die Zeit, die als »Wirtschaftswunder« Geschichte machte. All das was sie ausschließen wollen, ist in ihnen gegenwärtig. Hier geht es nicht um Zeitgeist oder Mode, hier geht es um Bewältigung. Und die kann unbeschwert sein, muss nicht wehtun und führt uns in das Reich der schönen Dinge. Ihr Lockruf lautet: Folge mir in eine bessere Welt!

Und darum müssen die Dinge leuchten, ihre Aura entfalten. Unser Leben hat sich in den Jahrzehnten gewandelt. Aber die Bilder haben nicht an Strahlkraft verloren. Ihr trügerisches Versprechen hat weiter Bestand.

– Hans Scheurer

Einmal jährlich gibt die Agentur ssp formfaktor diese Zeitung heraus. Jenseits des Tagesgeschäfts beschäftigen sich die Mitarbeiter mit Themen, Personen, Anlässen, die sie interessieren – und machen dies zum Gegenstand einer Zeitungs Ausgabe.

Diese Ausgabe wurde durch die freundliche Unterstützung des Archivs schmölz + huth (www.waldehuth.de) möglich. Ihr Eigentümer Horst Gläser hat unser Interesse an den Fotografien von Walde Huth bereitwillig aufgenommen, unsere Begeisterung kanalisiert und uns bei der Realisierung dieser Ausgabe tatkräftig unterstützt. Dafür unser herzlicher Dank.





WIPP Waschpulver, McCann Company für Henkel AG, März 1961



Scharf Waschautomaten, Stuttgart, 1957/1958



VON OBEN NACH UNTEN DKW 1000 S, DKW F 91 U, DKW F 91 U, DKW F93/94
Auto Union, Ingolstadt (Gramm, Gesellschaft für Wirtschaftswerbung KG, Düsseldorf) 1958



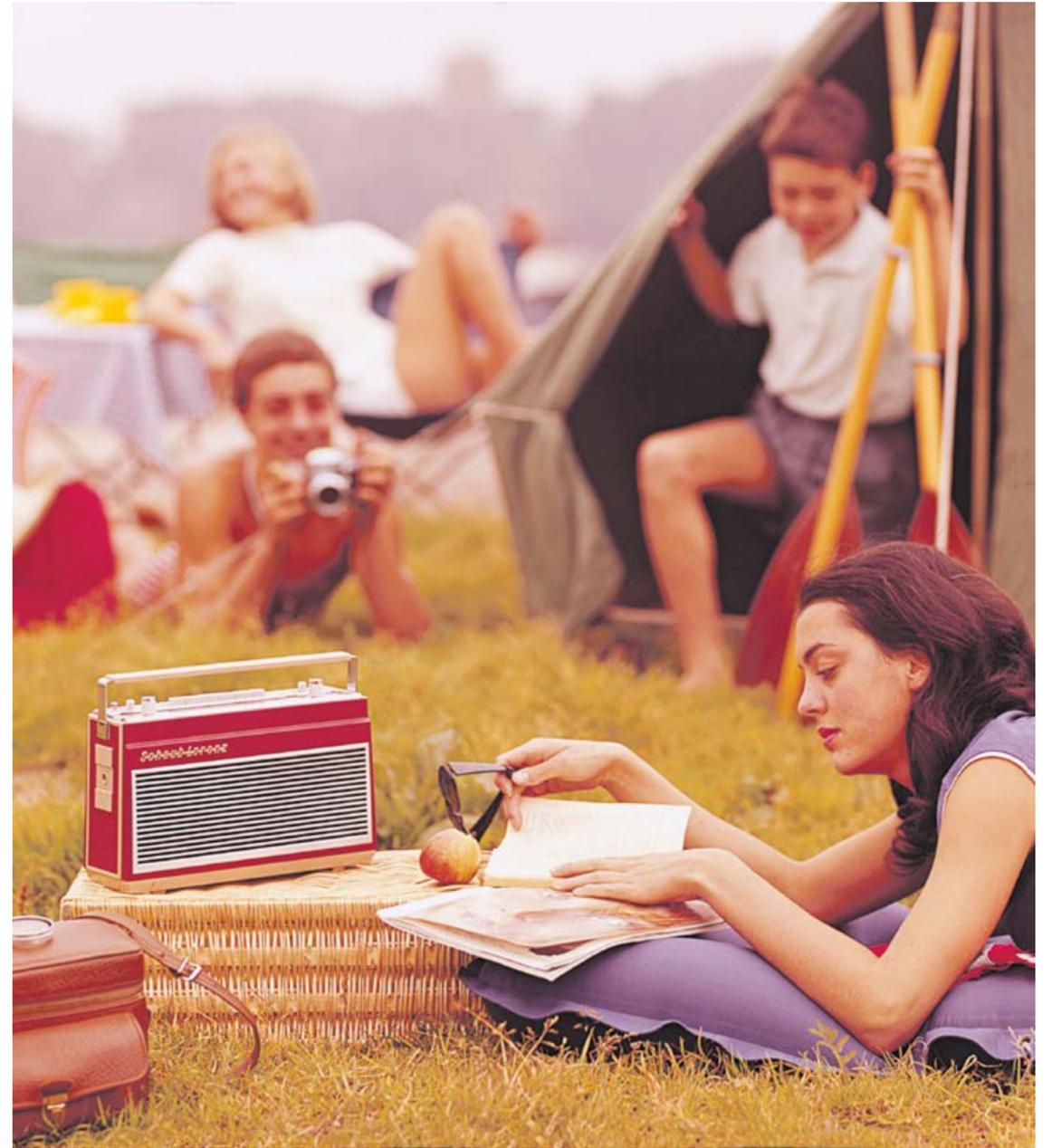
DKW Junior, Auto Union, Ingolstadt 1959 (Gramm, Gesellschaft für Wirtschaftswerbung KG, Düsseldorf) 1959



DKW Junior F12, Auto Union, Ingolstadt, 1960 (Gramm, Gesellschaft für Wirtschaftswerbung KG, Düsseldorf) 1960



Schaub-Lorenz, Transistorradio, für Hauser Werbung, Solingen, Oktober 1965



Schaub-Lorenz, Transistorradio, für Hauser Werbung, Solingen, Mai 1965



Christian Dior, Paris, 1954



Auftraggeber unbekannt, 1958





Holzäpfel Büromöbel Ebenhausen/Nixdorf, Juli 1968