

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT



HISTORISCHE NOTATE | 10

Werkschau 1.

Fotografien aus dem Volkswagenwerk 1948 – 1974

HISTORISCHE NOTATE

Schriftenreihe der Historischen Kommunikation der Volkswagen Aktiengesellschaft

Werkschau 1.

Fotografien aus dem Volkswagenwerk 1948 – 1974

Manfred Grieger
Dirk Schlinkert

Manfred Grieger

Jg. 1960, Dr. phil., Historiker, Leiter der Historischen Kommunikation der Volkswagen Aktiengesellschaft, Lehrbeauftragter am Institut für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte der Georg-August-Universität Göttingen.

Letzte Veröffentlichungen: Die „geplatze Wirtschaftswundertüte“. Die Krise 1966/67 und 1973/75 im deutschen Symbolunternehmen Volkswagen, in: Stephanie Tilly/Florian Triebel (Hg.): Automobilindustrie 1945 - 2000. Eine Schlüsselindustrie zwischen Boom und Krise, München 2013, S. 23 - 75; Namen, Nummern, Listen. Zur Ambivalenz der Verwaltung zur Tötung im Nationalsozialismus und zum Weiterleben in der Nachkriegszeit, in: René Bienert/Manfred Grieger/Susanne Urban: Nachkriegswege nach Volkswagen. Jüdische Überlebende zwischen Befreiung und neuer Identität, Wolfsburg 2014, S. 9 - 23.

Dirk Schlinkert

Jg. 1965, Dr. phil., Historiker, von 1997 bis 2011 in der Historischen Kommunikation, seither als Redakteur in der Internen Kommunikation der Volkswagen Aktiengesellschaft, Lehrbeauftragter am Historischen Seminar der Technischen Universität Braunschweig.

Letzte Veröffentlichungen: „Der VW läuft und läuft und läuft...“. Der Käfer und der Mythos des westdeutschen Wirtschaftswunders, in: Wolfsburg Saga. Hrsg. von Christoph Stölzl, Wolfsburg 2008, S. 114 - 121; Von der Wiederkehr des Phaëthon-Mythos in der „Postmoderne“ – mehr als ein mediales Intermezzo?, in: Karl-Joachim Hölkeskamp/Stefan Rebenich (Hg.): Phaëthon. Ein Mythos in Antike und Moderne, Stuttgart 2009, S. 197 - 214.

IMPRESSUM

Herausgeber

für die Historische Kommunikation der
Volkswagen Aktiengesellschaft:
Manfred Grieger, Ulrike Gutzmann

Gestaltung

designagenten, Hannover

Druck

Druckerei Quensen, Hildesheim

ISSN 1615–0201

ISBN 978-3-935112-20-8

©Volkswagen Aktiengesellschaft

Wolfsburg 2004

Ausgabe 2015

Dirk Schlinkert

Zwischen Dokumentation, Kommunikation und Repräsentation. Fotografien aus der Fotozentrale der Volkswagenwerk GmbH	5
---	----------

Manfred Grieger

Boom am Mittellandkanal. Wachstum und Wandlungen der Volkswagenwerk GmbH im Wirtschaftswunder	15
--	-----------

Dirk Schlinkert

Architekturfotografie. Von Modernität und Monumentalität	23
Sachfotografie. Von Form und Funktionalität	51
Reportagefotografie. Von Serien und Stationen	81
Porträtfotografie. Vom Teil und Ganzen	103

Anmerkungen	135
-------------	------------

Zwischen Dokumentation,
Kommunikation und Repräsentation.
Fotografien aus der Fotozentrale
der Volkswagenwerk GmbH



001 Karosserie der Standard-Limousine 1200 im Studio, 27. Mai 1963

Ein Foto

öffnet Tore in die Vergangenheit. Es ist beredter Zeuge von etwas Vergangenem und durchbricht die Regeln der Zeit. Die „Lichtschreibung“ der technischen Apparatur fixiert auf einem Dispositiv „einen winzigen Augenblick in der unendlichen Dauer der Zeit, der sich ständig entzieht; ein Augenblick, der sofort vergeht, wenn er eingetreten ist“.¹ Das Medium der Fotografie stellt also in der Momentaufnahme die Vergangenheit auf Dauer und produziert ein allem Anschein nach exaktes Abbild dieser Wirklichkeit. Ein Foto gilt als unbestechlicher Kronzeuge der Vergangenheit, weil es Wahrheit suggeriert und dem Betrachter gestern wie heute in der „Aura des Authentischen“ begegnet.²

Dieses Buch präsentiert kein komplettes Album der Fotografien, die von 1948 bis 1974 im Volkswagenwerk Wolfsburg entstanden sind. Es enthält stattdessen ein Kaleidoskop, eine Art von visueller Kollektion, die nach den klassischen Kriterien der fotografischen Zunft unter den Rubriken Architektur-, Sach-, Reportage- und Porträtfotografie zusammengefügt wurde. Die Bilder bieten eine repräsentative Auswahl aus dem reichhaltigen, bis 1970 etwa 160 000 registrierte Negative umfassenden Archivbestand, den die „Fotozentrale“ der Volkswagenwerk GmbH hinterlassen hat. Es handelt sich um Werksfotografie im echten Sinne des Wortes. Die Anthologie zeigt Auftragsarbeiten, die entweder von angestellten Werksfotografen oder von externen Freiberuflern im Auftrag des Unternehmens innerhalb wie außerhalb der Werksanlagen und in der Stadt Wolfsburg angefertigt wurden.



002 Rückleuchte des VW 1300, 23. November 1967

Die betrieblichen Gebrauchsweisen dieser Art der angewandten Fotografie lagen vor allem in der Kommunikation des Volkswagenwerks: Zum einen wurden die Bilder in der Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt, die im externen Umfeld wie bei den Werksangehörigen und deren Familien versuchte, Sympathie, Glaubwürdigkeit und Vertrauen als Grundlagen für ein positives Image des Unternehmens und Identifikationsangebote mit dem Arbeitgeber zu erzeugen.³ Vehikel dieser Kommunikation war die Fotografie als illustrative Beilage von Presseaussendungen, von Artikeln in der Kundenzeitschrift „VW Informationen“ oder in Eigenbroschüren des Unternehmens. Zum anderen diente die Fotografie als visuelles Medium der Produktkommunikation, die den kommerziellen Erfolg auf nationalen wie internationalen Märkten sicher stellen und den Absatz weiter fördern wollte.⁴ Und schließlich begegnet die Fotografie als Mittel zum Zweck in dokumentarischer Absicht, also als Beweisstück. Sie lieferte durch die fotografische Bestandsaufnahme einen aktuellen Situationsbericht bei Veränderungen im Baubestand des Werkes oder reproduzierte technische Sachverhalte in Bildern, die überwiegend der Binnendokumentation dienten.

Die Anfänge der Fotografie im Volkswagenwerk Wolfsburg liegen in der Rekonstruktionsphase des Unternehmens unter britischer Regie.⁵ Zunächst begleiteten ortsansässige Berufsfotografen im Auftrag des Werkes die rasante Take-off-Phase des Unternehmens, die mit der Serienfertigung der Volkswagen Limousine im Dezember 1945 ihren Anfang genommen hatte. Doch blieb diese Praxis des Engagements externer Fotografen ein Provisorium. Mit der Gründung einer Fotozentrale im Bereich Allgemeine Verwaltung, zu der auch Post und Druckerei gehörten, trat im September 1949 eine organisatorische Einheit ins Leben, die über eigenes Personal und Budget für die Produktion, Reproduktion und Distribution von Fotografien verfügte.⁶ Mit diesem Schritt bündelte die Volkswagenwerk GmbH ihre fotografischen Arbeiten und Aufträge – anders als etwa die Hoesch Hüttenwerke nach 1945 – unter dem institutionellen Dach einer Fotozentrale mit Labor und Studio.⁷ [001]



003 Linhof-Kamera, 15. Dezember 1955



004 Original Volkswagen Reparaturmaterialien, 12. Dezember 1951

Dieser organisatorischen Alleinstellung im Unternehmen entsprach ein Privileg, das sich aus dem Auftrag ergab: Das Werk war für die angestellten Fotografen der Fotozentrale – im Unterschied zu Besuchern oder externen Presse- oder Werbefotografen – kein aus Gründen der Sicherheit oder aus Furcht vor Werksspionage „hermetisches Areal“⁸, dessen Tore nur eine Sondererlaubnis der Werkleitung öffnete. Die Fotografen hatten in der Regel Zutritt, selbst in die Halle der automobilen Prototypen, einer Art Hochsicherheitstrakt auf dem Werksgelände. Denn sie verfügten über eine durch den betrieblichen Auftrag gerechtfertigte Erlaubnis zu fotografieren. Im Gegenzug bedeutete diese Lizenz, die die Fotografen von werksinternen Sicherheitsbestimmungen ausnahm, einen erheblichen Vertrauensvorschuss, der von den Fotografen hohe Verlässlichkeit im Umgang mit ihren Bildern erforderte. Darüber hinaus ist dies ein Hinweis auf ein organisatorisches Prozedere, das Fotografien aus der Fotozentrale einer besonderen Kontrolle unterwarf, ehe sie das Werk Wolfsburg verließen und in der Öffentlichkeit zum Einsatz kamen.⁹

Erster Abteilungsleiter der Fotozentrale wurde im Januar 1953 Willi Luther (1909–1996). Er drückte der Abteilung seinen Stempel auf, führte er doch die hauseigene Organisationseinheit mehr als 20 Jahre bis zum Eintritt in den Ruhestand Ende Juli 1974. Luther war Schiffbautechniker, kein gelernter Fotograf. Er war ein fotografischer Selfmademan, der sein Hobby zum Beruf machte. Sein Handwerkszeug hatte er im Hamburg der späten 1930er Jahre durch Kurse bei Willi Beutler (1903–1968), dem Leiter der Fotografischen Abteilung der Landesbildstelle, gelernt.¹⁰ Luther bewarb sich auf eine Stellenanzeige, in der sich das künftige Profil der Fotozentrale im Wolfsburger Werk deutlich abzeichnete. Gesucht wurde ein Multitalent mit handwerklicher Fachausbildung, technischem Faible und weitem fotografischen Horizont: Ein „Werksphotograph“, so lautete die Stellenanzeige aus dem Hamburger Abendblatt vom November 1952, der „in allen einschlägigen Arbeiten auf den Gebieten Architektonik, Technik, Genrebild, Photoreportage, Bildberichterstattung und Farbaufnahme absolut firm“ sein sollte.¹¹



005 Rolleiflex-Kamera, 15. Dezember 1955

Die Fotozentrale arbeitete hauptsächlich im Auftrag der Öffentlichkeitsarbeit, gelegentlich für die Geschäftsführung, den Betriebsrat, die Bauabteilung, die Technische Entwicklung, für den Kundendienst¹² sowie für die Werbeabteilung, die ab 1948 dem Bereich Verkauf und Kundendienst zugeordnet war.¹³ Eigene Initiativen kamen durchaus vor. Aber Auftragsarbeiten waren die Regel. Den ausführenden Fotografen wurde also von Dritten das Ziel ihrer Arbeit mehr oder weniger vorgegeben. Wie dieses Ziel zu erreichen war, konnten sie weitestgehend selbst bestimmen, doch stimmten sie sich in aller Regel im Vorfeld mit dem Auftraggeber ab. Dennoch blieb dem Fotografen für die Auswahl der Motive und die Umsetzung mit der Kamera und im Labor ein eigener Gestaltungs- und Handlungsspielraum.¹⁴ Individuelle Kreativität und Originalität hatten in diesem strukturellen Kontext ihren Ort, die bisweilen auf ein minimales Maß schrumpften, falls der Fotograf es erlaubte oder sogar wünschte, dass ein Auftraggeber über seine Schulter schaute, wenn er den Finger am Auslöser hatte.¹⁵

Aufgabenvielfalt regierte den Betrieb der Fotozentrale¹⁶, und der Alltag war oft geprägt von hektischer Betriebsamkeit. Häufige Reisen bestimmten den Kalender der Fotografen.¹⁷ Zu ihren Standardaufgaben gehörten neben der Entwicklungsarbeit im Labor die Aufnahme von Passbildern für die Werksausweise oder die Reportage über bedeutsame Ereignisse wie die Jahrespressekonferenz, die Hauptversammlungen, Internationale Automobilausstellungen, Betriebsversammlungen, Produktionsanläufe oder andere betriebliche Feierlichkeiten. In diese Matrix vielfältiger Routine-tätigkeiten gehörten auch die Auftragsarbeiten für Kommunikation und Produktwerbung und für die dokumentarischen Zwecke der Technischen Entwicklung oder der Bauabteilung, die sich aus den Erweiterungen und Umgestaltungen der Fabrikhallen und Liegenschaften in Wolfsburg und an den anderen Standorten ergaben.

Der Kalender der Fotografen folgte dem Tempo der hohen Zuwachsraten aufweisenden Volkswagenwerk GmbH. Die Anforderungen an die Fotografen als Chronisten laufender Ereignisse und Veran-



006 Kofferraum des VW Variant, 19. März 1962

staltungen des Unternehmens nahmen zu. Und das Unternehmen reagierte auf diese Handlungserfordernisse mit einer stetigen Erweiterung des Personalstamms der Fotozentrale auf mehr als 20 Personen, von denen zehn als Laboranten tätig waren. Fünf Studiofotografen arbeiteten ausschließlich im Studio an Produkt-aufnahmen, während die übrigen Fotografen andere Auftragsarbeiten erledigten.¹⁸ [002]

Provenienz, Fundort und Datierung der Fotografien sind eindeutig. Strittig oder unklar ist oftmals der Ort der Veröffentlichung einzelner Motive oder ganzer Bildserien, die an die Presse ausgesandt wurden oder als Illustrationen in Publikationen oder Verkaufsbroschüren des Volkswagenwerks dienten. Hinzu kommt die Unmöglichkeit, die Urheberschaft eines Bildes zu ermitteln. Der Fotograf lieferte ein Bild auftragsgemäß zu und hatte damit seinen betrieblichen Zweck erfüllt. Sein Name taucht nicht weiter auf, so dass heute nicht immer verlässlich gesagt werden kann, wer im Einzelfall den Auslöser der zweiäugigen Rolleiflex Mittelformat oder der Linhof betätigte, schon gar nicht, wer das Negativ im Labor entwickelte.¹⁹

Bei der Auswahl der Motive war das Urteil der Leitung der Fotozentrale entscheidend. Gemeinsam mit seinem Labormeister wachte Luther mit dem geschulten Auge eines technisch versierten Fotografen darüber, dass die für die Öffentlichkeit bestimmten Fotografien dem qualitativen Niveau der Publikationen und dem Image des Unternehmens und seiner Produkte entsprachen. Luther hat auf Grund seiner budgetären Verantwortung als Führungskraft auch bei der Umsetzung der Aufträge ein gewichtiges Wort mitgesprochen und steuerte den Prozess vom Auftragseingang über die Aufnahme bis zur endlichen Auslieferung eines Fotos.²⁰ Kurzum: Luther war der Dreh- und Angelpunkt in der betrieblichen, von der Fotozentrale realisierten Bildpraxis. Seine Person ist daher in dieser Sammlung ein stiller, aber allgegenwärtiger Gast, wenn nicht als aktiver Fotograf, dann als der Fachmann an der Spitze der Fotozentrale, der über die Weiternutzung der Fotografien entschied oder organisatorische Einheiten des Hauses über ihre Verwendungsweisen in der internen wie externen Öffentlichkeit beriet.



007 Heckansicht des VW-Variant-LE, 29. Oktober 1969

Die im Werk entstandenen Produktfotografien bilden eine gemeinsame Schnittmenge mit den Bildern externer, freiberuflicher Fotografen, die mit denselben kommunikativen und kommerziellen Aufgaben²¹ beauftragt wurden und deren Produkte schließlich auch zum Einsatz vor relevanten Zielgruppen kamen. In dieser Richtung erweitern einige Fotografien von Johann Albrecht Cropp das Spektrum der Werksfotografien.²² Cropp war seit 1958 Auftragnehmer der Werbeabteilung der Volkswagenwerk GmbH. Ununterbrochen über 40 Jahre produzierte er als Bildberichterstatter und Globetrotter in einer Person Fotografien für die jährlichen Volkswagen Wandkalender. Inhaltlich folgen diese Bilder zumeist dem Thema Volkswagen in aller Welt. Cropp setzt damit eine Tradition fort, die bereits frühzeitig in der Volkswagen Werbung als Motiv von Werbeanzeigen in deutschen Zeitschriften und Magazinen und in Filmreportagen in der „Deutschen Wochenschau“ eingesetzt wurde.²³

Was kennzeichnet Charakter und Qualität der Bilder aus der Fotozentrale? An die Fotografen und ihre Produkte stellte die Volkswagenwerk GmbH hohe Anforderungen – nicht anders als an Techniker, Kaufleute oder Ingenieure, um ein hochwertiges und am Markt konkurrenzfähiges Automobil zu entwickeln, herzustellen und zu verkaufen. Diesen Sachverhalt belegt das breite Qualifikationsprofil in der Ausschreibung für den ersten Leiter der Fotozentrale. Als Luther sich im Winter 1952 im Wettbewerb um die Leitungsposition als Fotograf der Volkswagenwerk GmbH durchsetzte, fiel die Wahl auf einen Quereinsteiger, dessen um 1950 entstandenen Fotografien vom Berufsverband vielfach ausgezeichnet wurden und in den Augen der Fachjury künstlerischen Ansprüchen mehr als genügten.²⁴ Qualität hieß also für den Leiter und die Fotografen der Fotozentrale nicht nur produktbezogene Normen zu erfüllen, die das Unternehmen seinen organisatorischen Einheiten setzte. Qualität bedeutete in der alltäglichen Betriebspraxis als Fotograf, zeitgemäße Bilder herzustellen und in die Kommunikationskanäle des Unternehmens einzuspeisen²⁵, die einen Vergleich mit professioneller Fotografie von Freiberuflern oder der damaligen Kunstfotografie nicht scheuen mussten.²⁶

Die Fotografien aus dem Volkswagenwerk kennzeichnet auf den Feldern der Architekturaufnahmen, der Sachfotografie, der Reportagebilder und der Porträts eine erstaunliche Affinität zu den Bildern der subjektiven Fotografie und damit zu den artistischen Trendsettern der Fotografie in den 1950er und frühen 1960er Jahren in Westdeutschland. Im Rückgriff auf die avantgardistischen Positionen des Neuen Sehens und auf Traditionen des Bauhauses der 1920er Jahre hatte sich 1949 um Siegfried Lauterwasser, Wolfgang Reisewitz, Otto Steinert, Ludwig Windstoßer, Peter Keetman und Toni Schneiders die Gruppe fotoform formiert, die eine enorme Wirkung in Deutschland und in der internationalen Fotoszene entfaltete.²⁷ Spuren der subjektiven Fotografie finden sich vielfach in dieser Auswahlammlung angewandter Fotografie, die in der Fotozentrale von Volkswagen in Wolfsburg in 26 Betriebsjahren entstanden ist. Die „Werkschau 1“ fügt dem über Jahrzehnte gewachsenen Bilderkanon unbekannte Motive und Ansichten des Werks, des Volkswagen Käfer, des Volkswagen Transporter, der Werksangehörigen und der Stadt Wolfsburg hinzu.²⁸ Die Fotos ergänzen und erweitern den Erinnerungshaushalt der Gegenwart, in dem die Volkswagenwerk GmbH als Synonym des westdeutschen

Wirtschaftswunders und der Käfer als „Epochensymbol“ für die junge Bundesrepublik tief verankert ist.²⁹

Das kollektive Gedächtnis der Gegenwart speist sich wesentlich aus visuellen Quellen und damit auch aus den Fotografien, die in der Periode zwischen 1948 und 1974 im Volkswagenwerk produziert und in der internen wie externen Öffentlichkeit verbreitet wurden. Sie rufen beim Betrachter Illusionen einer realistischen Abbildung vergangener Wirklichkeit hervor und tragen das Verständnis der Fotografie als Informationsquelle von hoher Authentizität in die Zukunft. Darin besteht bis heute die genuine Faszination der Fotografie und ihre Verführungskraft. Doch ist die „authentische Lesart und Deutung“ der Fotografie nicht selbst ein Kind einer vergangenen Zeit?³⁰ Wir sehen Fotografien heute mit anderen Augen als damalige Produzenten, Nutzer und Betrachter. Wir wollen mit dieser fotografischen Werkschau dem „Wirklichkeitseffekt“ der Werksfotografie bei der Volkswagenwerk GmbH auf die Spur kommen.³¹ Im Studium exemplarischer Fotografien ist zu erkennen, wie ein Bild aus der Fotozentrale die Wirklichkeit(en) des Unternehmens Volkswagen in dokumentarischer, kommunikativer und repräsentativer Absicht herstellte und darstellte.



Boom am Mittellandkanal. Wachstum und Wandlungen der Volkswagenwerk GmbH

Fast drei Jahrzehnte

währte nach dem Zweiten Weltkrieg der Wachstumszyklus, der der Weltwirtschaft, aber auch der Bundesrepublik Deutschland ihre nachhaltige Form gab.³² Als Motor wie als Kulminationspunkt dieses einmaligen Aufstiegs kann die in der niedersächsischen Provinz beheimatete Volkswagenwerk GmbH angesehen werden. Eine Beschleunigung dieser Entwicklung brachte die deutsche Währungsreform im Juni 1948, in deren Folge das Automobilwerk am Mittellandkanal die hohe Schwelle zu Marktbeziehungen überschritt und seinen Weg in die Welt fand. Hatte die Volkswagenwerk GmbH im Jahre 1947 unter Regie der Britischen Militärregierung insgesamt 8 987 Volkswagen Limousinen gefertigt, von denen 56 Fahrzeuge exportiert wurden, so kletterte die Produktion binnen Jahresfrist auf 19 244 Limousinen, von denen bereits mehr als 22 Prozent im Ausland Absatz fanden.³³ Das Wachstum gab dem ab Januar 1948 in Wolfsburg tätigen Generaldirektor Heinrich Nordhoff eine Trumpfkarte in die Hand, die er über mehr als zwei Jahrzehnte auszuspielen vermochte. Der unaufhaltsame ökonomische Erfolg verlieh dem Manager wie dem eingeschlagenen Entwicklungspfad den Status gesellschaftlicher Institutionen.³⁴ Der frühere Opel-Manager Nordhoff fand wesentliche Erfolgsfaktoren vor: Die Britische Militärregierung hatte bereits im Sommer 1945 für die Konversion auf Zivilerfertigung gesorgt. Der Vertreter der Briten im Werk, Ivan Hirst, hatte eine Qualitätspolitik durchgesetzt, die die Volkswagen Limousine weltmarktfähig machte. Das Kundendienstnetz war trotz aller Schwierigkeiten gespannt und der Export

aufgenommen worden. Selbst die innerbetrieblichen Arbeitsbeziehungen wiesen durch die gewählten Betriebsräte und eine partizipative Betriebsvereinbarung einen beispielgebenden Stand auf, wozu auch der erste Generaldirektor und Haupttreuhänder Dr. Hermann Münch beigetragen hatte.³⁵

Der Wolfsburger Autohersteller brachte alles mit, um in Westdeutschland als Konjunkturlokomotive zu wirken. In seiner ersten Belegschaftsansprache über den Werksfunk am 5. Januar 1948 nannte Heinrich Nordhoff das Volkswagenwerk „einen Schrittmacher des Friedens und des Aufbaus“.³⁶ Der Bandablauf des zwanzigtausendsten Volkswagen gab ihm zehn Tage später die Gelegenheit, vor Medienvertretern die ihrer Produktion nach größte deutsche Automobilfabrik als „ganz wesentlichen Faktor in der deutschen Friedenswirtschaft“ auszugeben.³⁷ Nordhoff wusste mit dem Volkswagen den „modernsten Kleinwagen“ der Welt auf seiner Seite. Angesichts des allenthalben herrschenden Materialmangels und der bürokratischen Hemmnisse erschien seine Vision vermessen, das Volkswagenwerk könne sich „zum wirksamsten Devisenbringer für die deutsche Wirtschaft“ entwickeln, doch die Zukunft lag genau auf diesem Feld.

Im Zusammenhang mit der Durchsetzung von Marktbeziehungen entstand im Juli 1948 im Unternehmensbereich Verkauf und Kundendienst eine eigene Werbeabteilung.³⁸ Auch die im Sommer 1948 erfolgte Verlegung des Unternehmenssitzes von Berlin, wo das Unternehmen Volkswagen am 28. Mai 1937 von zwei Wirtschaftsgesellschaften der nationalsozialistischen Deutschen Arbeitsfront gegründet worden war, nach Wolfsburg diente dieser Neuausrichtung des Unternehmens auf seinen ostniedersächsischen Standort.

Am östlichen Rande Westdeutschlands gelang die Etablierung eines Wachstumszentrums, als die Bindung des Stammpersonals an das aufstrebende Unternehmen gelang. Eine vergrößerte Belegschaft war wiederum die Voraussetzung für eine Steigerung der Automobilfertigung. Die vervielfachte Produktion fand weltweit Abnehmer, da die internationalen Automobilmärkte nach der unverwüstlichen Volkswagen Limousine verlangten. Je stärker die ökonomischen Wachstumskräfte in dem Vorzeigeunternehmen Westdeutschlands wurden, desto mehr zog sich die Britische Militärregierung aus dem nach Kriegsende beschlagnahmten Unternehmen zurück. Am 8. Oktober 1949 legten sie die herrenlose Volkswagenwerk GmbH in die Treuhänderschaft der Bundesregierung und übertrugen dem Land Niedersachsen die Verwaltung.³⁹ Die Volkswagenwerk GmbH wurde dadurch zu einer Art von öffentlichem Unternehmen, sein Generaldirektor zum starken Mann am Mittellandkanal.

Neben dem ökonomischen Erfolg wusste Nordhoff auch die herrschende Meinung auf seiner Seite; sein PR-Chef Frank Novotny hatte ganze Inszenierungsarbeit geleistet. So kann aus heutiger Perspektive kaum noch unterschieden werden, was denn kommunikative Profilierung und was betriebliche Realität gewesen sein mag. Im öffentlichen Nordhoff-Bild verschmolzen vor aller Augen die Stilisierung der Person mit der ökonomischen Bedeutung des amerikanisch geschulten Managers.

Da weder der Bund noch das Land Eigentümerrechte ausüben konnten, gerann die Leitungsstruktur bei Volkswagen zum Idealtypus des „managerial capitalism“, in dem angestellte Facheliten die Entwicklung des Unternehmens bestimmten und verantworteten.⁴⁰ Einzig unterbrochen durch die Korea-Krise, die kurzfristig Rohstoffe verknappte und Zulieferpreise erhöhte, räumte die weltwirtschaftliche Dynamik Nordhoff Handlungsspielräume ein, die er gewohnt selbstbewusst unter Rückgriff auf den von ihm benannten Kundenwunsch gegenüber Bonn und Hannover nutzte. Der Erfolg setzte den Überbringer der glücklichen Nachrichten ins Recht und erhöhte sein Renommee nachhaltig: Die Verneunfachung der Produktion binnen fünf Jahren auf insgesamt 179 740 Fahrzeuge im Jahre 1953, von denen mehr als ein Drittel exportiert wurden, sprach eine eindeutige Sprache. Auch das Belegschaftswachstum auf 20 569 Beschäftigte gab der Volkswagenwerk GmbH Argumente in die Hand, die sowohl im Bund als auch im Land verstanden wurden. Die junge Bonner Republik hatte in mancher Hinsicht in der

automobil geprägten Stadt am Mittellandkanal ihre Blaupause einer Wohlstandsinsel gefunden, und Nordhoff wusste um die öffentliche Bedeutung der Volkswagenwerk GmbH, das durch Exporterfolge und Wirtschaftswachstum bestach.⁴¹

Das Jahr 1953 markierte für Volkswagen eine wichtige Durchgangsstation.⁴² Mit zwei Fahrzeugen, der Limousine und dem 1950 in Produktion gegangenen Transporter, stieg das Unternehmen zu einem nationalen Faktor auf. Zugleich geriet die Wolfsburger Fabrik an ihre Leistungsgrenze, so dass Neubauten und eine Modernisierung der Fabrikationsanlagen erforderlich waren. Die neuen Fabrikhallen übersprangen die heutige Mittelstraße in Richtung Norden und erweiterten damit die Produktionskapazitäten.⁴³ Die Neuansiedlung eines eigenen Transporterwerks stand außerhalb von Wolfsburg an. Dem Werkswohnungsbau, mit dem die erweiterte Belegschaft in Wolfsburg angesiedelt werden sollte, kam zeitweise die gleiche Bedeutung zu wie der Gründung eigener Produktionsgesellschaften im Ausland: 1953 traten sowohl die VW-Wohnungsbau-Gemeinnützige Gesellschaft mbH als auch die Volkswagen do Brasil Ltda. auf die ökonomische Bühne, um den Expansionskurs fortsetzen zu können.

Dass Volkswagen eine gleichsam überdeterminierte Bedeutung für das deutsche Wirtschaftswunder zukam, zeigte sich nicht zuletzt in der Inszenierung der Feierlichkeiten zum Bandablauf des einmillionsten Volkswagen im August 1955. Die Belegschaft hatte arbeitsfrei, um die in Wolfsburg weilende Welt zu begrüßen und sich selbst – angefeuert durch Sambaschulen aus Brasilien und Militärkapellen – zu feiern. Der wirtschaftliche Wiederaufstieg Deutschlands, die Vorboten des kollektiven Wohlstands und auch die Bündelung wohlmeinender Politik in der Person des gütigen, aber Leistung einfordernden Unternehmenslenkers – all die Faktoren der deutschen Erfolgsgesellschaft konnten vor der Folie des symbolgebenden Unternehmens aufgespannt werden. Wie ein Bernstein umschloss das quasi öffentliche Unternehmen den Insektenfleiß seiner arbeitsamen Mitarbeiter und seine frühe Amerikanisierung.

Als der Anbietermarkt durch einen Nachfragemarkt ergänzt und später auch ersetzt wurde, wuchs die Bedeutung von Werbung und Marketing an. Über den Umweg seines Erfolgs in Nordamerika lernte Volkswagen die Macht visueller Botschaften zu nutzen, indem das Werk seine Aktivitäten mit einer wahren Bilderflut zu untermauern begann. Die ab 1962 in Deutschland für Volkswagen tätige Agentur DDB veränderte das Werbegenie nachhaltig und machte den Automobilhersteller auch zum seriellen Bilderproduzenten.

Die Fabrik am Mittellandkanal war schon längst ein erfolgreiches Stück Fordismus geworden, das aber die tayloristische Großserienproduktion mit einer spezifischen Form der innerbetrieblichen Arbeitsbeziehungen verband. Geradezu als Musterbeispiel einer in der frühen Bundesrepublik Deutschland grunderneuerten Katholischen Soziallehre entfaltete das Unternehmen unter dem Einfluss seines Generaldirektors Nordhoff zahlreiche Aktivitäten, um die soziale Lage der Belegschaft zu verbessern. Über die zur Anlockung einer ausreichenden Zahl von Beschäftigten relativ hohen Löhne hinaus etablierte die Volkswagenwerk GmbH nach 1949 Versorgungsleistungen, etwa auf dem Gebiet der Betriebsrente oder der Lohnfortzahlung im Krankheitsfalle, die binnen eines Jahrzehnts zu einem System der unternehmerischen Daseinsfürsorge anwuchsen.⁴⁴ Auch die 1950 erstmalig gewährte Erfolgsprämie, die nur wenige Jahre später fester Bestandteil des Tarifvertrags wurde, schuf eine damals noch ungewöhnliche Beteiligungsleistung an die Belegschaft. Vor diesem Hintergrund entwickelte sich die betriebliche Partizipation der Arbeitnehmer sowohl im 1951 etablierten Beirat als auch durch den 1953 konstituierten paritätischen Wirtschaftsausschuss gleichermaßen kooperativ wie erfolgreich. Dem sich gütig gebenden Generaldirektor entsprach auf Arbeitnehmerseite der ruhig auf einen gerechten Anteil abzielende Betriebsratsvorsitzende Hugo Bork, während in der sonstigen Metallindustrie die Konfliktparteien schärfer aufeinander prallten.⁴⁵

Angesichts der gesellschaftlichen Bedeutung der Volkswagenwerk GmbH und ihrer Fahrzeuge lag es auf der Hand, dass das Volkswagenwerk GmbH auch Gegenstand der Bundes- und Landespolitik wurde. Jede Volkswagen Silvesteranzeige, die in den 1950er Jahren alljährlich im deutschen Blätterwald die Erfolgssummierung des Unternehmens verbreitete, illustrierte zugleich den Erfolg der Sozialen Marktwirtschaft, die zu propagieren der gleichfalls zum Markenzeichen aufsteigende Bundeswirtschaftsminister Ludwig Erhard nicht müde wurde. So rankten in der Adenauer-Regierung schon früh Absichten einer Privatisierung des automobilen Treuhandvermögens. Zusätzliche Fahrt nahm der Entscheidungsprozess auf, nachdem Bundeskanzler Konrad Adenauer in seiner Regierungserklärung vom 29. Oktober 1957 das Ziel einer breiten Streuung von so genannten Volksaktien als „wichtigstes Ziel“ der Legislaturperiode ausgegeben hatte.⁴⁶ Um durch die Aktienausgabe „Eigentum für alle“ schaffen zu können, bedurfte es der Aushandlung eines am 11./12. November 1959 unterzeichneten Staatsvertrags zwischen dem Bund und dem Land Niedersachsen. Auf Grundlage dieses Kompromisses verabschiedete der Deutsche Bundestag am 9. Mai 1960 mit den Stimmen der Regierungskoalition und der FDP das Gesetz über die Regelung der Rechtsverhältnisse bei der Volkswagenwerk GmbH. Am 21. Juli 1960 trat das Gesetz über die Überführung der Anteilsrechte an der Volkswagenwerk Gesellschaft mit beschränkter Haftung in private Hand in Kraft, mit dem die Teilprivatisierung des Unternehmens und seine Umwandlung in eine Aktiengesellschaft geregelt wurden.⁴⁷ Damit war ein Ausnahmeunternehmen Deutschlands zumindest in ökonomischer Hinsicht zu einer

Profan-AG geworden, in der Gewinn und Dividendenzahlungen eine wachsende Bedeutung zukam. Allerdings behielten der Bund und das Land Niedersachsen in ihrem Vorzeigebetrieb noch jeweils 20 Prozent des Aktienkapitals, wodurch deren Einfluss als größte Einzelaktionäre erhalten blieb.

Das Unternehmen setzte auch als Aktiengesellschaft seinen vorherigen Expansionskurs fort. Nachdem gleichsam als Vorgeschmack des neuen AG-Zeitalters im Sommer 1959 das neue dreizehnstöckige Verwaltungsgebäude im Südwesten der Hallenfront bezogen worden war, baute das Unternehmen seine Positionen auf den internationalen Märkten weiter aus. Die am 8. Dezember 1964 erfolgte Inbetriebnahme des insbesondere für den Export nach Nordamerika gebauten Werks in Emden diente diesem Zweck, so wie 1965 die Übernahme der Ingolstädter Auto Union GmbH aus dem bereits stark internationalisierten Unternehmen einen deutschen Mehrmarkenkonzern machte.

Mit dem Käfer gelangten Deutschland und die Volkswagenwerk GmbH in das Zeitalter der Konsumdemokratie, die durch Wohlstand, Überfluss und wachsende Freizeit gekennzeichnet war.⁴⁸ Den langen Weg in die Weltwirtschaft wussten die Volkswagen Limousine und der Transporter des Wirtschaftswunders mit Leichtigkeit zu überwinden, was ein gerüttelt Maß zur Moderni-

sierung der westdeutschen Gesellschaft beitrug. Die sich auf die individuelle Automobilität ausrichtende Verkehrsinfrastruktur wurde ebenso ein Produkt der Volkswagenisierung Westdeutschlands wie die Amerikanisierung der Fabrik in den 1950er Jahren geradezu beispielhaft gelang.⁴⁹

Wenngleich noch im Jahre 1966 der Typ 1, der als Beetle in den USA zum besten Devisenbringer und zum emotionalen Teil der amerikanischen car culture aufstieg, mit fast 1,1 Millionen gebauten Fahrzeugen das ökonomische Rückgrat des Konzerns bildete, so hatte doch 1961 mit der Fertigung der intern als „Typ 3“ bezeichneten Limousine der unteren Mittelklasse, des VW 1500, eine Diversifizierung des Fahrzeugangebots eingesetzt. Da die Erstmotorisierung vieler in Deutschland, aber auch in anderen Ländern, etwa in Brasilien oder später auch in Mexiko, mit der Volkswagen Limousine erfolgt war, standen die Gesellschaften und die Individuen jedoch noch im Bann des ungewöhnlichen Automobils. Zugleich führt die unterbliebene Produktinnovation vor Augen, dass die Volkswagenwerk AG in mancher Hinsicht auch als erfolgreicher Repräsentant der gesellschaftlichen und ökonomischen Ausstockung der etablierten Bundesrepublik anzusehen ist. Nordhoff gab am 11. März 1968 auf die vom Aufsichtsrat aufgeworfene Frage, wie es im Jahr 1968 weitergehe, die „klare Antwort, dass es niemand wisse“.⁵⁰

So wie das Jahr 1968 in der Bundesrepublik Deutschland in gesellschaftspolitischer und kultureller Hinsicht Umbrüche einleitete, so suchte Kurt Lotz, der am 1. Mai 1968 die Nachfolge des am Karfreitagstag 1968 verstorbenen Nordhoff angetreten hatte, den Umbau des Unternehmens nach Kräften zu forcieren, zumal sich das Ende des Käferbooms abzeichnete.⁵¹ Unter seiner Ägide konzentrierte sich das Unternehmen auf die Aufgabe, „neue Modelle zu bringen, zu rationalisieren und Kosten einzusparen“.⁵² Unter diesen Vorzeichen vollzog die Volkswagenwerk AG einen insgesamt verspäteten Übergang von den luftgekühlten auf die wassergekühlten Motoren und vom Heck- auf den Frontantrieb. Als erstes Fahrzeug der neuen Produktoffensive kam der K 70, der zwischen 1970 und 1975 in dem neuen Werk in Salzgitter gefertigt wurde, auf den Markt.⁵³ Passat, Scirocco, Golf und Polo krempelten die Angebotspalette komplett um und sicherten dem Unternehmen seine weitere Zukunft. In gewisser Weise verkörperten die neuen Fahrzeuge zeit- und marktgerechte Antworten auf die veränderten gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Verhältnisse nach der tief greifenden Weltwirtschaftskrise der mitsiebziger Jahre, die u.a. im Ölpreisschock und in der erlahmenden Wachstumsdynamik ihren Ausdruck fand.⁵⁴

Heute kennt die Welt Volkswagen, und sein erstes Erfolgsfahrzeug, die intern als Typ 1 bezeichnete Limousine, trägt viele Kosenamen. Bekannt geworden durch seine Silhouette, gerühmt für seine Zuverlässigkeit und den hohen Gebrauchswert und geliebt als automobile Ikone, lief der Käfer in mehr als 21,5 Millionen Exemplaren vom Band und schrieb sich in den kollektiven Erinnerungshaushalt ein.⁵⁵ Zusammen mit dem Transporter ermöglichte die in Blech gebogene Emotion die weltwirtschaftliche Ausrichtung eines Autokonzerns, dessen Fahrzeugproduktion zwischen 1948 und 1973 von knapp 20 000 auf mehr als 2,3 Millionen Einheiten explodierte, dessen Umsatz sich von 89,2 Millionen DM auf knapp 17 Milliarden DM steigerte und der anstatt 8 700 nunmehr 215 000 Menschen in und außerhalb von Wolfsburg Arbeit gab. Inzwischen hat der 1974 eingeführte Golf die legitime Nachfolge als klassenloses Automobil angetreten und seinen Vorläufer auch in den Produktionszahlen weit überholt.⁵⁶ Wie schon beim Käfer gerinnen die damit verbundenen Aktivitäten zu Bauten und Bildern.

Architekturfotografie. Von Modernität und Monumentalität

Jedes Foto

besitzt dokumentarischen Charakter. Die Beweiskraft des Bildes als kaum anfechtbare Momentaufnahme dominiert in den Auftragsarbeiten, die den baulichen Zustand der Fabrik und die Erweiterungsbauten in Werk und Stadt abbilden, wie sie im Zuge des enormen Auftragsbooms im Wirtschaftswunder errichtet wurden. Die Bilder sind Narrative, die vom permanenten Wandel, vom Wachstum, von der Größe und Gleichförmigkeit der Werksanlagen berichten. Neben dem reinen Referenzwert, der sich besonders deutlich in den Dokumentarfotos der Halle 12 widerspiegelt [011, 012], spielt die repräsentative Dimension eine wichtige Rolle.

Die Fotografen setzen das Volkswagenwerk mit Großbildkamera, Weitwinkelobjektiv und durch ungewöhnliche Positionen ihrer Stativ als Symbol moderner Industriearchitektur in Szene, die geradezu organisch in die umgebende Landschaft eingepasst wurde [011]. Vor der Kulisse der Südrandbebauung mit dem Verwaltungshochhaus am Horizont bietet die Totale dem Betrachter von einem erhöhten Standpunkt einen Überblick über die zentrale Nahtstelle von Stadt und Werk an der Heinrich-Nordhoff-Straße. In der hochsommerlichen Atmosphäre erscheinen die Menschen und Automobile auf der Straße oder dem Parkplatz als Statisten, die den Eindruck von geschäftigem Treiben und ruhiger Tagesnormalität in reizvoller Landschaft unterstreichen. Die Bildsprache zielt auf die Darstellung einer geordneten Geschlossenheit von Werk und Stadt in harmonisch-idyllischer Koexistenz.

Ein Panorama des Werkes aus Westen [015] oder Osten [012] mit der parallel zum Mittellandkanal verlaufenden, durch vorgelagerte Treppenhäuser und schmale hochgezogene Fenster klar gegliederten Südrandbebauung zeigt das Werk als geschlossenen Baukörper. Die Bilder unterstreichen die für die damalige Entstehungssituation der Fabrik „ungewöhnliche monumentale Note“ der Industrieanlage.⁵⁷ Der Aspekt der Monumentalität wiederholt sich in einer sorgfältig vorbereiteten Nachtaufnahme [013].⁵⁸ Die architektonischen Grundelemente der dunklen Klinkerfassade werden mit künstlicher Beleuchtung aus der Froschperspektive dramaturgisch hervorgehoben. Die Lampen der Straßenbeleuchtung, die exakt auf die Firstlinien der Treppenhaustürme ausgerichteten Strahler und ihre Lichtreflexe laufen in einem Fluchtpunkt zusammen und erzeugen die räumliche Tiefe des Bildes. Die verschiedenen Lichtquellen lösen die Südrandbebauung aus dem Tiefdunkel der Nacht und aus ihrem lokalen Umfeld heraus. Neben die Monumentalität des kompakten Baukörpers der Fabrik tritt in dieser effektvollen Nachtaufnahme die Symmetrie der Baukomponenten in der Architektur, die mit der Serialität der Produktionsprozesse innerhalb der Werkshallen korrespondiert.⁵⁹



Die Struktur der Panoramabilder folgt der Struktur der Fassade und Baukörper nicht in der etwa die gegenwärtige Industriefotografie von Bernd und Hilla Becher prägenden Frontalansicht⁶⁰, sondern aus diagonalen Perspektiven. Beherrschende Elemente bleiben dennoch die senkrechten und waagerechten Linien der Architektur. So entstehen in Manier der Neuen Sachlichkeit von Albert Renger-Patzsch und Werner Mantz Panoramen des Werkes von brillanter Tiefenschärfe⁶¹, die Kernelemente der Architektur wie Hochhaus, Kraftwerk, Südrandbau mit Klinkerfassade, Treppenhaustürmen und hohen Fensterfluchten in ihrer typischen Physiognomie erfassen. Diese Fotografien erzählen von der Monumentalität und der Modernität des rasant gewachsenen Werks. Durch die auf das Wesentliche konzentrierte Darstellung der architektonischen Charakteristika inszenieren diese Panoramen das Werk als Ikone.⁶² Die Bildsprache knüpft damit an eine semantische Strategie an, die in der Anfangszeit der Volkswagen Werbung in grafischen Anzeigen unter der Schlagzeile „Werk und Wagen“ kommuniziert wurde.⁶³

Auch in einer Variation dieser Thematik ist der Samba-Bus alles andere als Staffage [015]. Der Fokus der Kamera liegt auf dem Volkswagen als Endprodukt der Serienfertigung, der vor frühlingshafter Werkskulisse in der Bildmitte positioniert ist. Die Serie der aus der Südrandbebauung vorgezogenen Treppenhaustürme findet im Osten durch das Kraftwerk seinen Fluchtpunkt.⁶⁴ Die Architektur dient als visuelles Bindeglied. Sie stellt eine Verbindung zwischen Samba-Bus und der östlichen Werksgrenze her, um die semantische Einheit von „Werk und Wagen“ zu betonen.

Die Aspekte der Modernität und seriellen Ordnung wiederholen sich in den Fotografien, die Innenansichten des Werkes oder Ausschnitte des betrieblichen Arbeitsprozesses zeigen. Die Bilder stammen aus dem produktiven wie nicht produktiven Bereich. Gemeinsam ist ihnen die Akzentuierung eines in beiden Geschäftsfeldern komplexen, wohl geordneten und leistungsfähigen Großbetriebes. Das mit funktionalem Mobiliar eingerichtete, Licht durchflutete Großraumbüro im Verwaltungshochhaus verspricht optimale Arbeitsbedingungen für die Angestellten. In der exakten Reihung der Schreibtische, Aktenschränke und Telefone erinnert diese Fotografie [017; vgl. 058] an die Stationen der Fließfertigung der Fahrzeuge in den Werkshallen. Das Großraumbüro mit seinen Accessoires wartet auf seine Inbetriebnahme, und die auf der Schiene angelieferten Stahlrollen und Stapel zugeschnittener Bleche stehen ebenfalls kurz vor ihrem betrieblichen Einsatz [018].

Zurück zum Verhältnis von Werk und Stadt kehren die Fotografien, die bauliche Aktivitäten der Volkswagenwerk GmbH innerhalb des Werksgeländes wie auch jenseits der Werkstore dokumentieren. Den Gegensatz von alt und neu stellt die aus dem Osten aufgenommene Nachtaufnahme der Gebäude am westlichen Ende der Südrandbebauung heraus [016]. Die im Abbruch befindliche Ruine des ehemaligen Verwaltungstraktes schiebt sich als eine Art dunkle Schablone vor das kurz zuvor fertig gestellte, hell erleuchtete Verwaltungshochhaus mit dem VW-Markenzeichen an der Stirnseite. Dieses Bild rekurriert auf die Bildsprache der Trümmerfotografie und liefert im Hell-Dunkel-Kontrast den geradezu triumphalen Beweis für den betrieblichen Fortschritt, der durch den Neubau und seine Inbetriebnahme für die Weiterentwicklung des Werkes erreicht wurde.⁶⁵

Dass die Volkswagenwerk GmbH Initiativen zur Schaffung von Wohnraum und Freizeitangeboten jenseits der Werkstore ergriffen hat, belegen zahlreiche Fotografien, die bauliche Fortschritte in Wolfsburg dokumentieren. Als Schlüsselbotschaft wird dem Betrachter vermittelt, dass die Lebensstandards in der noch jungen Stadt durch die Investitionen der Volkswagenwerk GmbH im Stadtzentrum qualitativ verbessert wurden. Der Rohbau eines Mehrfamilienhauses [019] und eine Wohnsiedlung in Werksnähe [021] markieren Anfangs- und Endpunkte baulicher Aktivitäten der Volkswagen Tochtergesellschaft, die für Werksangehörige und ihre Familien kaum Wünsche offen lassen.⁶⁶

Dieser Effekt einer attraktiven, modernen Wohnsiedlung wird durch die Innenansicht des von der Volkswagenwerk GmbH errichteten „VW-Bades“ [020] ergänzt, das Ende Juli 1951 eröffnet wurde.⁶⁷ Der ovale Bogen der Wasserrutsche führt den Blick auf die linke Seite und schneidet einen Ausschnitt heraus. So entsteht ein Bild im Bild, das ein eigenes Bedeutungsfeld eröffnet: Die beiden am Beckenrand in der Morgensonne sitzenden Kinder und die ruhige Wasserfläche erzeugen eine Atmosphäre von Erholung und Entspannung, die dem Werksangehörigen und seiner Familie als attraktives Freizeitangebot dargeboten wird. Die Volkswagenwerk GmbH tritt als ein sozialer, im Wohn- und Freizeitbereich engagierter Partner seiner Belegschaft in Wolfsburg auf, und das Foto ist Referent für ein enges, harmonisches Verhältnis zwischen Werk und Stadt.

010 Heinrich-Nordhoff-Straße mit Verwaltungshochhaus, 13. Juli 1972



011 Arbeiten am Fundament der Halle 12, 21. Mai 1954



012 Kraftwerke mit vier Schornsteinen und Südfront des Werks, 11. September 1966





013 Südstraße mit Südrandbau bei Nacht, 4. Juli 1953



014 Nordseite der Halle 12 mit Abstellplatz, 18. Februar 1955

015 Transporter vor Südrandbau, 18. Mai 1954



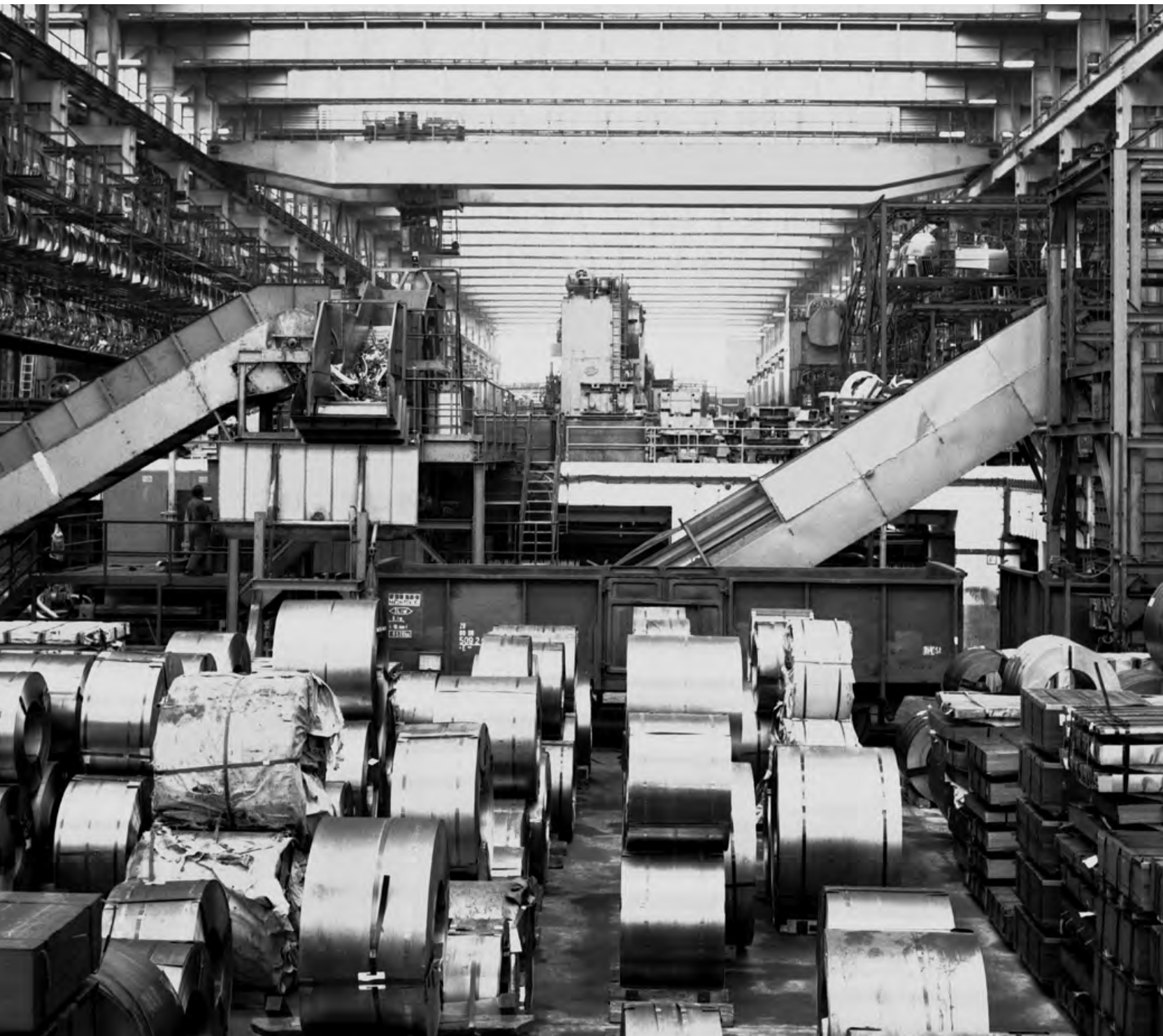
016 Abbruch des alten Verwaltungsgebäudes, 2. November 1959



017 Großraumbüro im neuen Verwaltungshochhaus, 25. Mai 1959



018 Blechlager im Presswerk in der Halle 1a, 14. September 1970



019 Wohnungsneubauten an der Braunschweiger Straße, 8. Januar 1954



020 Wasserrutsche im VW-Bad, 1953



021 Neubauten am Ernst-Reuter-Weg in Detmerode, 24. August 1966



Sachfotografie. Von Form und Funktionalität

Die „Evidenz des Faktischen“

ist unabweisbar.⁶⁸ Diesen Effekt nutzen Fotografen, deren Bilder in der Fotozentrale der Binnendokumentation oder kommunikativer Verwertung dienten. Im Vordergrund steht die detailgetreue Abbildung eines Volkswagen und seiner Komponenten in technisch ausgereifter Qualität und Präzision, ihrer stofflichen Materialität und vor allem in ihrer Form. Diese Qualitätsanforderungen bedingen für die Fotografen einen hohen Aufwand an Zeit und Material, um die Produkte in einer angemessenen und vom Auftraggeber und Kunden geforderten Bildkomposition zu arrangieren und über eine akzentuierte Lichtführung mit direktem wie indirektem Licht zu beleuchten. Schauplatz dieser fotografischen Inszenierungen war das Studio der Fotozentrale, das mit dem erforderlichen Equipment zur Ausleuchtung der Objekte ausgerüstet war. Im Fotostudio wurden Sachfotografien in hoher Zahl hergestellt, die in Katalogen und Bedienungsanleitungen der Volkswagen Modelle zum Einsatz kamen. Allein fünf Fotografen waren mit diesem Großauftrag des Kundendienstes befasst.⁶⁹

Erst durch den nüchtern-sachlichen Blick in der mit den vielfältigen Potenzialen des Kunstlichts arbeitenden Umgebung des Studios wird es möglich, die feinen Rillen und exakt zugeschnittenen Kanten eines Zahnrades heraus zu präparieren [029]. Detailaufnahmen dieser Art setzten auf die Wirkung, die beim Betrachter durch eine scheinbar direkte, kühle und präzise Präsenz der Gegenstände hervorgerufen wird: der unanfechtbare Realitätsbeweis für das technische Niveau und die Qualität der Fertigung.

In diese Richtung können auch die Aufnahmen des hinteren Kotflügels [024] oder des auf die Seite gelegten Käfer-Chassis mit Motor [025] gedeutet werden. Das Pressteil und der fertige Bausatz wurden vor Ort in der Produktionshalle auf einem weißen Tuch positioniert und mit künstlichem Licht beleuchtet. Kotflügel wie Chassis werden mit dieser Technik aus ihrem Fertigungskontext isoliert. Filigrane Strukturen des in Großpressen gezogenen Metallblechs oder die vertikalen und horizontalen Rippen des Bodenblechs machen die Reflexionen des künstlichen Lichts sichtbar. Kotflügel wie Chassis erscheinen in gestochener Schärfe – ein Foto, das scheinbar nichts verbirgt. Es handelt sich um die direkte und dichte Darstellungstechnik der Sachfotografie, die mit ihrer Plastizität der Gegenstände hohe Authentizität beansprucht.

Ein hoher Inszenierungsgrad kennzeichnet auch die Werbefotografien der Volkswagen Limousine, die auf dem Werksgelände [031] und im Studio [027] entstanden. Der Käfer wurde in spitzem Winkel zur Fassade der Werkshalle ausgerichtet, und mit einem Spezialwerkzeug die Volkswagen Logos auf den Radkappen manuell in eine aufrechte, deutlich lesbare Stellung gebracht. Um unbeabsichtigte Lichtreflexionen auf den glänzend polierten Flächen zu vermeiden, wurde auf beiden Chromradkappen ein Mattierungsmittel aufgetragen. Der Fotograf entschied sich für eine Perspektive, die dem Betrachter eine komplette Seitenansicht der Limousine mit großflächigen Fenstern präsentierte. Um die Größe der Seitenscheiben zu betonen, wählte er einen Kamerastandpunkt, der sich in einer geraden Linie zu den beiden B-Säulen des Käfer



befand.⁷⁰ In der Studioaufnahme [027] wird der Käfer durch Reflexionen aus direktem wie indirektem Licht in Szene gesetzt, um die besondere Ausstattung und die Hochwertigkeit des Exportmodells zu unterstreichen: Spitzlicht funkelt auf den verchromten Stoßstangen und Radkappen, und das Licht zeichnet auf dem glänzenden Lack des Kofferraumdeckels das Design des Käfer ab – zusätzliche visuelle Argumente für die Produktwerbung und Kaufanreize für die Kunden.

Charakteristisches Merkmal dieser frühen Produktfotografien in werblicher Absicht ist die statische Präsentation der Volkswagen. Der Käfer mit seinem unverwechselbaren Design ist der unbestrittene Star dieser Art von Werbefotografie, die in der Betonung abstrakt-formaler Qualitäten der Modelle die Traditionen des Neuen Sehens aufgreift.⁷¹ Das Produktdesign rangiert in der Kompositionstechnik dieser Werbefotografien vor der Funktionalität der Fahrzeuge, also vor einer bildlichen Darstellung der konkreten Nutzwerte des Volkswagen für Beruf, Freizeit oder persönlichen Lebensstil.

Die Materialität und konstruktive Gestalt von Komponenten im Produktionsprozess oder vor der Auslieferung erfassen Detailaufnahmen oder Halbtotale mit begrenzten Ausschnitten [033, 034, 037, 038]. Diese Fotografien, die im Herbst 1953 im Wolfsburger Werk entstanden, schlagen eine Brücke zur subjektiven Fotografie der Künstlergruppe fotoform, deren Gründungsmitglied Peter Keetman im April 1953 eine Serie von 71 Fotografien in der Fabrik am Mittellandkanal anfertigte.⁷² Ein Vergleich dieser Bilder, die im Abstand von nur sechs Monaten aufgenommen wurden, zeigen Willi Luther und die Werksfotografen in einer großen Nähe zu den Positionen der künstlerischen Avantgarde der Zeit.⁷³ Der Fokus der Kamera liegt auf kleinen Ausschnitten, die der Fotograf auf Stapeln von Blechen oder halbfertigen Bauteilen findet.⁷⁴ Diese Motive werden durch starke Vergrößerung aus dem Umfeld der Produktion gelöst, um die Lichtspuren auf dem Metall und die beinahe haptischen Oberflächen eines geschnittenen, gekanteten und gezogenen Kotflügels zu erfassen [033]. Das Licht modelliert auf subtile Weise die Struktur der gestapelten Kotflügel oder der auf einer Palette nach dem Polieren in der Galvanik aufgereihten Radkappen [034].⁷⁵ Zwei Bilder führen auf den Auslieferungsplatz im Nordwesten der Fabrik [037, 038] und zeigen in einer halbtotale Perspektive das Finale des Produktionsprozesses: Die geordnete Serie und die hohe Stückzahl der Volkswagen sind wie in den Fotografien von Peter Keetman tragende Elemente der Bildsprache.⁷⁶ Deutliche Parallelen besitzt diese Bildkomposition zu Darstellungen innerbetrieblicher Arbeitsprozesse in der Architekturfotografie [017, 018], die auf den seriellen Aspekt im produktiven Bereich wie in der Verwaltung verweisen.

Atmosphäre, Emotionen und Aspekte des Lebensstils fehlen keineswegs in der werblichen Produktfotografie, die in der zweiten Hälfte der 1950er Jahre hergestellt wurde. Die Volkswagen werden vor Kulissen und mit Attributen ins Bild gesetzt, die weniger die perfekte Form kommunizieren als die Funktionalitäten und den Zusatznutzen der Fahrzeuge in unterschiedlichen Lebenswelten potenzieller Kunden. Sichtbar wird darin ein allgemeiner Trend der deutschen Werbung, der um etwa 1960 die „Öffnung vom Lebensstandard zum Lebensstil“ einleitete.⁷⁷ So posiert ein modisch gekleidetes, weibliches Model freundlich lächelnd an eine Limousine gelehnt in einer Heidelandschaft [028].⁷⁸ Die junge Frau steht – der gewohnten Aufnahmetechnik des Sachfotografen der Fotozentrale getreu – hinter dem Fahrzeug, um den Blick auf das Design des Käfer nicht zu beeinträchtigen. Das Produkt bleibt im Mittelpunkt, aber symbolische Attribute treten hinzu, die positiv auf einen verbesserten Lebensstil der Kunden hinweisen, die einen eigenen Volkswagen erwerben und nutzen.

Diesem Darstellungsmuster folgen Werbeaufnahmen, die von der Verwendung des Transporter beim Camping am Badensee [026] oder vom Erntebetrieb von Weinbauern [032] erzählen. Die Funktionalität des Transporters beweist sich in der Freizeit wie in der gewerblichen Alltagssituation.⁷⁹ Nur wenige Jahre später für den Volkswagen Wandkalender produzierte Fotografien des „Bildberichterstatters“ Johann Albert Cropp tragen dieses kommunikative Muster weiter. In der Präsentation der Limousine im Familienurlaub in den Schweizer Alpen [036] oder auf einer Wüstenpiste in Nordafrika [023] werden Visionen individueller Mobilität ins Bild gesetzt, die den Volkswagen in der Konsum- und Reisewelle des Wirtschaftswunderlands Deutschland begleiteten.⁸⁰

023 Volkswagen Limousine im tunesischen Kairouan, März 1957 (Johann Albrecht Cropp)





024 Einzelteile für Brasilien, hier hinterer Kotflügel rechts, 25. Januar 1957

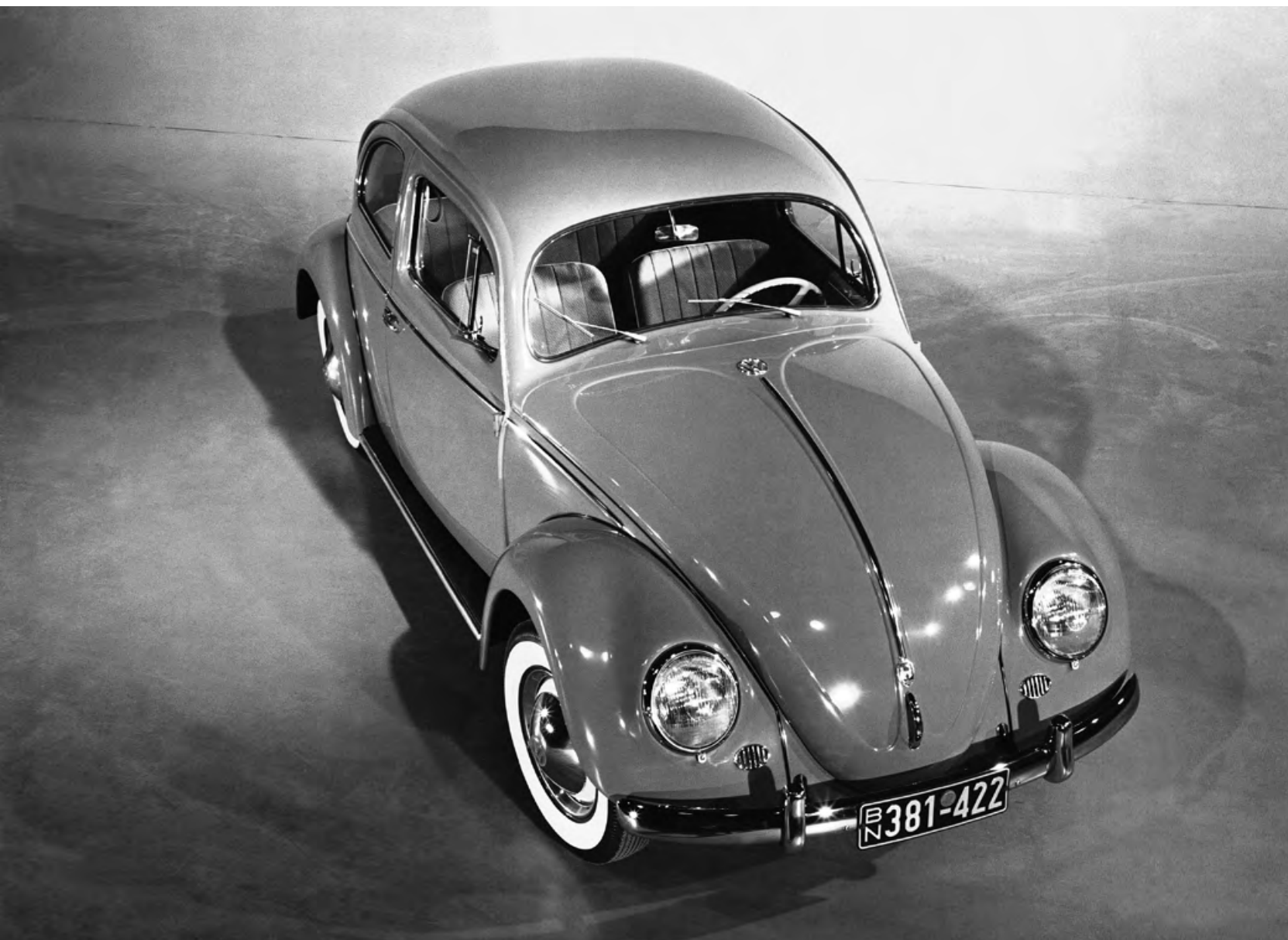


025 Fahrgestell mit Motor der Volkswagen Limousine, 29. August 1951

026 Werbeaufnahme Camping am See, 29. Oktober 1956



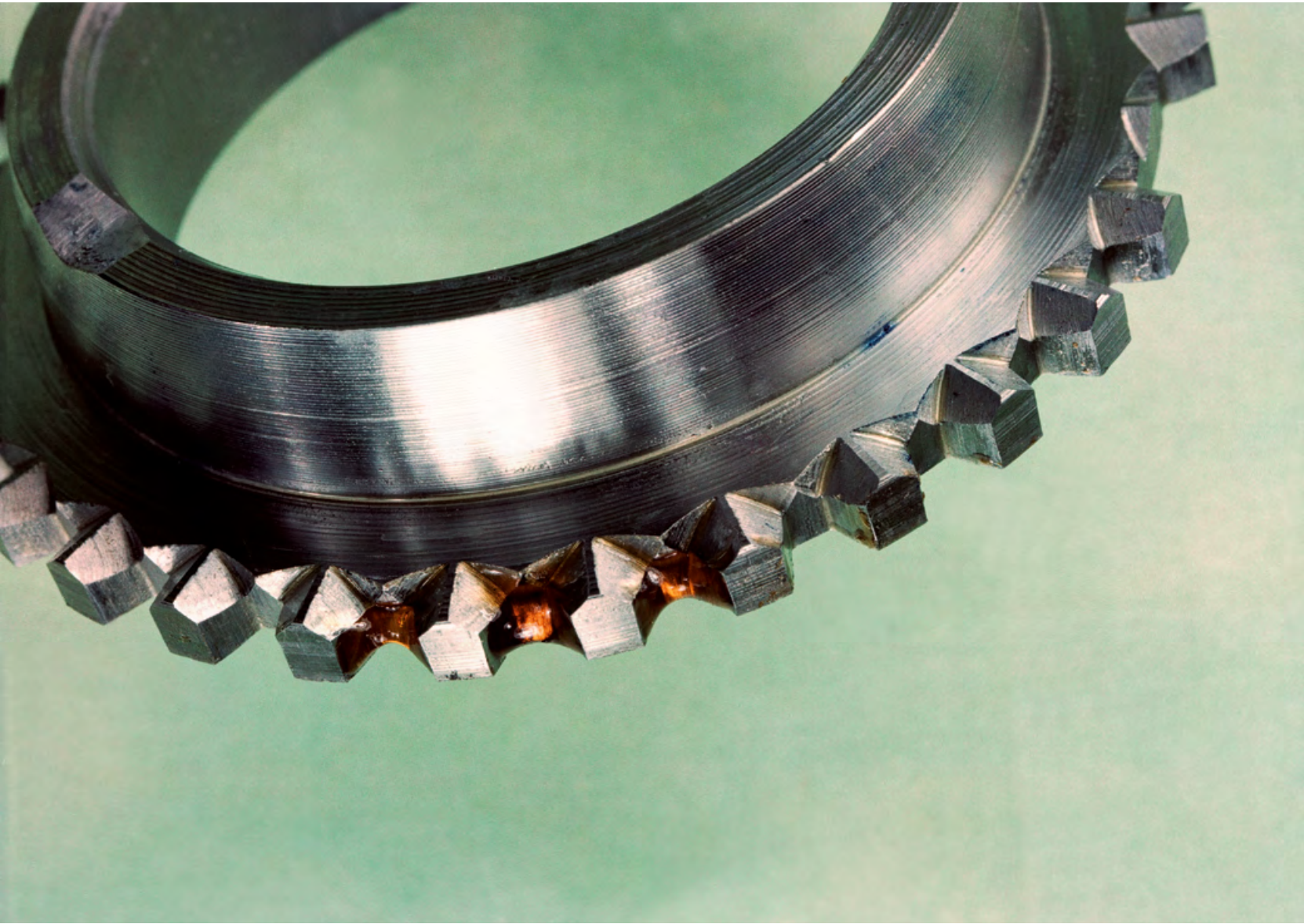
027 Exportversion der Volkswagen Limousine im Fotostudio, 18. Februar 1956



028 Volkswagen Limousine vor Heidelandschaft, 5. September 1957



029 Zahnrad mit Öltropfen, 12. Mai 1960





030 Verladung von Teilesätzen für die CKD-Montage in Brasilien, 17. März 1954



031 Standardversion der Volkswagen Limousine vor Werkshalle, 2. September 1957

032 Weinlese an der Mosel, 18. November 1954





033 Hintere Kotflügel mit Schleifspuren im Presswerk in der Halle 2, 5. Oktober 1953



034 Radkappen nach dem Polieren in der Galvanik im Norden der Halle 3, 20. Oktober 1953

035 Volkswagen Karmann Ghia Coupé, 17. Juli 1956



036 Familie mit Volkswagen Limousine in der Schweiz auf der Grimselpassstraße, 1956 (Johann Albrecht Cropp)





037 Volkswagen Limousinen auf dem Abstellplatz im Westen des Werks, 1951



038 Volkswagen Limousinen auf dem Abstellplatz vor der früheren Zentralküche, 1951

Reportagefotografie. Von Serien und Stationen

Die Reportage

liefert in journalistischem Stil visuelle Berichte über betriebliche Abläufe im Volkswagen Werk. Sie erzählen, als Totalen oder Halbtotale der Fabrikhallen aufgenommen, von der Serialität der Produktionsprozesse. Der Blick der Werksfotografen erscheint nüchtern, sachlich und auf das Wesentliche konzentriert. Er ist damit wiederum den Positionen der Sachfotografie und der subjektiven Fotografie eng verwandt. Daneben begegnen auch Momentaufnahmen aus dem Alltag in der Fabrik abseits der Produktion, unter ihnen rechte Schnappschüsse mit für den Betrachter dramatischen, emotionalen, teils überraschenden, teils verstörenden und spannungsvollen Effekten.

Drei Rohkarossen, die dicht hintereinander an einem Transportband hängen und nacheinander auf ein Querband abgesetzt werden, berichten von der Leistungsfähigkeit und Präzision der automatisierten Fertigung im Werk [040]. Die Dynamik wird – kein Arbeiter ist in Sicht – durch die schwebenden Karossen am Transportband erzeugt, die in kurzem Zeittakt zur nächsten Fertigungsstation befördert werden. Dem Betrachter wird auf diese Weise die Bedeutung des Faktors Zeit in der seriellen Fließfertigung im Volkswagenwerk plastisch vorgeführt.

Die Hallentotale des Transporter Karosseriebaus [041] und die Halbtotale der Endmontagelinie aus dem Motorenbau [042] präsentieren bildliche Variationen der Serialität, die um die rationalisierte Produktion der Volkswagen kreisen. Die Perspektive der Kamera ist orientiert an einem imaginären Fluchtpunkt außerhalb des Bildhorizonts, in dem die Transportbänder zusammenlaufen. So erzeugt der Fotograf räumliche Tiefe, die nicht nur auf die riesigen Ausmaße der Fabrikhalle, sondern auch auf die schier endlose Länge der Transportketten hinweist.⁸¹

„Zur Industriereportage gehört der Mensch an die Maschine“⁸², lautet die Empfehlung in einem Handbuch für Industriefotografen von 1966. Diesem Rat folgten die Werksfotografen in den Hallentotalen nur in eingeschränktem Maße. Diese Bilder sind in Produktionspausen entstanden. So kommt den Arbeitern vor Ort nur eine Statistenrolle zu, und der Fokus des Bildes liegt auf der Wiedergabe der räumlichen Dimensionen und der Serienfertigung von Volkswagen, die auf hohe Stückzahlen und Produktivität ausgerichtet ist.



Als handelnde Personen, die durch die Ausführung der für ihren Arbeitsplatz typischen Handgriffe eine Station im betrieblichen Ablauf der Fließfertigung illustrieren, treten ein Meister und ein Arbeiter bei der Montage von Leitungen am Fahrwerk des Käfer auf [044]. Die Perspektive wechselt zu einer Einzelszene im Produktionsablauf, die einen Knotenpunkt in der Serienfertigung akzentuiert. In Szene gesetzt werden die letzten Handgriffe, bevor Fahrwerk und Karosserie – zwei im Vorfeld separat gefertigte Bausätze der Limousine – zusammengeführt werden und – in den Worten der Produktionstechniker – die so genannte Hochzeit vollzogen wird. Die Akteure werden eingerahmt von einem Transportband und einer fertig lackierten Käfer Karosse, die von einem Kettenförderer punktgenau abgesetzt wird. Diese Komposition dynamisiert den Augenblick vor der Hochzeit. Die gemeinsame Richtung der Förderbänder und die leicht geneigte Käfer Karosserie verstärken den Eindruck eines zeitlich eng bemessenen Arbeitsvorgangs. Der Takt der Serienfertigung diktiert Tempo und Rhythmus der letzten Handgriffe von Monteur und Meister. Trotz eines engen Zeitkorridors erledigen sie ihre Aufgabe gewissenhaft und ohne Hektik. Die Handgriffe sitzen, und beide Werksangehörige erscheinen mit diesen professionellen Gesten als glaubhafte Zeugen für einen Produktionsprozess auf hohem technischen Niveau, in dem Mensch und Maschine reibungslos und verlässlich ihre Arbeit verrichten.

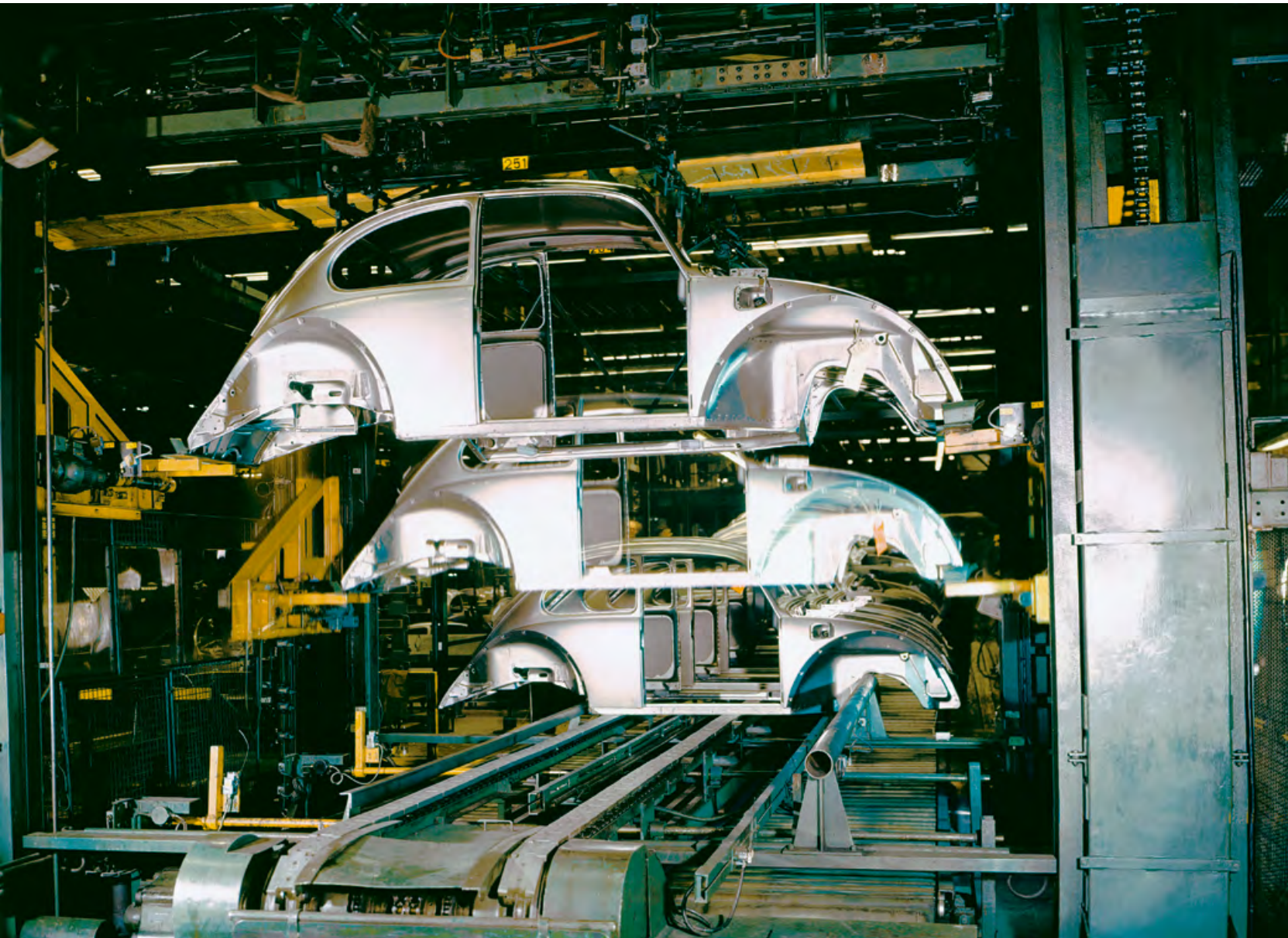
Die Serie der Reportagefotografien verlässt dann ihre Stationen in den Produktionshallen des Wolfsburger Werks. Bestimmte Inhalte kehren indes wie Stereotypen wieder: Das Bild über die Verladung der Käfer am Werksbahnhof [045] erzählt – unter Rekurs auf die Techniken der Bildkompositionen aus der Produktion [041, 042] – von der Serialität der Käfer in der Auslieferung, dem letzten Kapitel der Automobilproduktion im Werk Wolfsburg.

Von Situationen des betrieblichen Alltags berichten Reportagefotos aus dem Fahrzeugtest, der Qualitätsprüfung und dem Personalwesen. Der Schnappschuss eines Käfer in einer kuriosen Kopfstand-Position gibt dem heutigen Betrachter viele Rätsel auf, die letztlich nur durch eine Befragung von Zeitzeugen oder damaliger Akteure zu lösen sind [046]. Den betrieblichen Alltagsvorgang der Klangprüfung einer Kurbelwelle lädt ein Reportagefotograf aus der Fotozentrale durch die Wahl des Kamerastandpunktes mit Spannung und Witz auf [047]: Der runde Schirm der Hängeleuchte verdeckt das Gesicht des Inspektionsarbeiters oberhalb der Nase. Eine Identifizierung der Person ist ausgeschlossen, und der Werksangehörige wird zum anonymen Inspekteur, der mit einem Hammer seiner Prüftätigkeit nachgeht. Die Arbeitskleidung sitzt korrekt, die Hände leicht verschmutzt, und eine zweite Kurbelwelle liegt griffbereit auf der aufgeräumten und sauberen Werkbank – alles wirkt sorgfältig vorbereitet und vor allem in der Zusammenarbeit mit dem Qualitätsprüfer bis ins Letzte arrangiert. Einen geringeren Inszenierungsgrad weist die Reportage über die Entgeltzahlung auf [039], die unmittelbar aus der Betriebswirklichkeit entnommen zu sein scheint.

Serialität, die Ordnung und Hierarchie in den Arbeitsbeziehungen symbolisiert, findet sich in dem Bildbericht, als der Vorstand die Betriebsräte der Inlandswerke der Volkswagenwerk AG anlässlich des Maifeiertages 1965 empfängt [048]. Die Reihe der feierlich gekleideten Vorstände auf der linken und der Betriebsräte der Werke auf der rechten Seite des festlich gedeckten Tisches – zwei Gruppen, ein gemeinsamer Tisch – findet ihren Fluchtpunkt in Heinrich Nordhoff, der zur Begrüßung der Gäste am Mikrofon steht. Die Augen und Blickrichtung der sitzenden Zuhörer unterstützen diese Perspektive auf den Vorstandsvorsitzenden. Das Bild dokumentiert ein betriebliches Ereignis und setzt zugleich den Vorstand als Gastgeber in Szene. Nordhoff erscheint als die zentrale Figur des Geschehens. Er ist der einzige, der eine aktive Rolle spielt und als oberster Gastgeber im Namen der Geschäftsführung die Vertreter des Betriebsrates in seiner Tischrede begrüßt. Diese Reportage fügt sich mit ihrer Inszenierung Nordhoffs als überragender Führungspersönlichkeit in einen umfangreichen Bestand von Fotografien ein, die den Vorstandsvorsitzenden in der Öffentlichkeit als erfolgreichen Manager der Volkswagenwerk AG präsentierte.⁸³

Die Reportage über die Totenwache des Vorstands für den am Karfreitag, den 12. April 1968 verstorbenen Nordhoff folgt demselben Aufbau [049]: Der in der Versuchshalle der Technischen Entwicklung fast schulterhoch aufgebahrte Leichnam des Vorstandsvorsitzenden bildet die Bildmitte, rechts und links flankiert von je zwei Prokuristen und einer Reihe weißer Kerzen sowie Trauergebinden. Der Fotograf findet in der Versuchshalle eine bis ins letzte Detail vorbereitete Trauerszenerie vor, die er in der Bildregie seiner Reportage aufgezeichnet hat, die mit wenigen gestalterischen Mitteln auskam und wohl beim Gedenkritual der Totenwache auch auszukommen hatte.

040 Absetzen der Karossen auf dem Förderband im Karosseriebau, 11. Dezember 1968 (Johann Albrecht Cropp)





041 Transporter Montagelinie im Werk Hannover, 10. Juli 1957



042 Motorenband in der Halle 4, 26. Mai 1959

043 Karosserien an Kettenförderern in der Endmontage in der Halle 12, 9. November 1961



044 Leitungsmontage am Fahrwerk der Volkswagen Limousine in der Halle 12, 2. Juli 1964



045 Werksbahnhof, 19. Mai 1959





046 Überrolltest, 26. Juni 1952

047 Klangprüfung einer Kurbelwelle
im Ersatzteiledienst, 7. Dezember 1951



048 Zusammenkunft der Betriebsräte mit dem Vorstand;
am Mikrophon der Vorstandsvorsitzende Heinrich Nordhoff, 27. April 1965



049 Totenwache der Prokuristen Robert Otto, Theodor Weise, Bernhard Heiny und Karl Nebelung (v.l.n.r.)
am offenen Sarg von Heinrich Nordhoff, 18. April 1968



Porträtfotografie. Vom Teil und Ganzen

Die Bandbreite

der Belegschafts-porträts ist groß. Das Interesse der Fotografen und ihrer Auftraggeber richtet sich auf drei Lebenswelten: „Werksangehörige“ an ihren Arbeitsplätzen in der Produktion, in den nicht produktiven Bereichen und schließlich in Alltag und Freizeit. Vor allem in den Bildern, die zur Selbstdarstellung des Unternehmens in der Öffentlichkeit eingesetzt wurden, repräsentieren die abgebildeten Werksangehörigen die Gesamtbelegschaft. Ihre persönliche Identität ist unklar und – wie bei den Werksfotografen – ohne kommunikativen Belang. Als Werksangehörige sind sie Teil des Ganzen und stehen in der Kommunikation für die Arbeiter oder Angestellten des Unternehmens: Aus dem Porträt eines Arbeiters wird das Porträt der Arbeit bei Volkswagen.

Die Porträts zeigen Momente einzelner Arbeitsabläufe.⁸⁴ Das Bild eines Werksangehörigen am Schmelzofen [051] wirkt in hohem Maße stilisiert. Der Fotograf bemüht sich, die Lichtführung effektiv auf Gesicht und Oberkörper einzustellen. Als Lichtquelle dient die heiße Glut des Schmelzofens, die in starken Hell-Dunkel-Kontrasten die markante Profillinie des Arbeiters in ein theatralisches Licht mit Dampf und Rauch taucht. Was der Arbeiter konkret tut, lässt die Aufnahme – im Wortsinne – im Dunkeln. Imaginär bleibt das Werkzeug in den Händen des Arbeiters. Imaginär bleibt auch der Schmelzofen, obschon er als Lichtquelle für das leichte Seitenprofil des Arbeiters wie auch als Ausgangspunkt von Gefahren im Bild präsent ist. Zwischen beiden Bildelementen schafft einzig die dunkle Brille eine Verbindung, die die Augen des Metallgießers vor der hohen, potentiell gesundheitsschädlichen Lichtstrahlung des Ofens schützt. Der Arbeiter muss sich unter den schwierigen Bedingungen von Licht, Hitze und Rauch behaupten. Er darf, um sich selbst nicht zu gefährden, die Kontrolle über die Maschine und das brandgefährliche Metall nicht verlieren und erledigt diese existenziellen Herausforderungen am Arbeitsplatz in einem Habitus professioneller Souveränität.⁸⁵



An Schnittstellen von Mensch und Maschine führen Abbildungen eines Arbeiters in der Gießerei [052] oder in der Lackiererei [056]. Die aktive Tätigkeit des Arbeiters bestimmt Dynamik und Duktus der Bilder, die den Blick auf die Arbeitsgeräte öffnen. Körperbewegungen und Gesten sind nur auf die Maschinen, Werkzeuge und das Werkstück bezogen. Die Porträts berichten von der konkreten Tätigkeit eines Arbeiters in seiner betrieblichen Funktion als Bediener von Maschinen in einem Fertigungsprozess, der hohe körperliche wie fachliche Anforderungen an die Arbeitskräfte stellt.

Das Porträt der Transportarbeiter greift den Aspekt der Serialität der Produktion auf und dekliniert ihn am Beispiel einer Abteilung durch, die für die Materialversorgung der Fertigung unverzichtbar ist [054]. Vor der Kulisse der gleichförmigen Klinkerfassade des Südrandbaus ist die Gruppe in Arbeitskleidung und mit Arbeitsgerät in gereihter Formation aufgestellt. Die Serie von Personal und Elektrokarren, die auf die Figur des Meisters am Ende der Reihe zuläuft, zeigt interne Hierarchien und Statusunterschiede. Sie zeigt auch, welche Position der einzelne Transportarbeiter in seiner betrieblichen Abteilung besetzt: Er ist Teil eines Ganzen, das wie die Architektur der Südfassade im Hintergrund eine funktionale Ordnung besitzt.

Eine ähnliche Bildsprache besitzt die Aufnahme des Ausbildungsjahrgangs 1965, die für einen Bericht im Magazin „stern“ angefertigt wurde [057]. Vollständig eingerahmt von den Werkshallen präsentieren sich die Auszubildenden in einer gründlich arrangierten Aufnahme. Die weiblichen Auszubildenden in ihren weißen Kitteln und die Ausbilder wurden gleichmäßig auf die Flanken der Gruppe verteilt. Das Individuum verschwindet in einer anonymen Masse junger Nachwuchskräfte, die durch ihre hohe Zahl und ihre horizontale Reihung auf das Volumen und die serielle Ordnung der Prozesse im Volkswagenwerk hinweisen.

Den Arbeitsgang der Materialprüfung setzt eine Seitenaufnahme plastisch ins Bild, die Intensität wie hohe Genauigkeit der Qualitätskontrolle im Volkswagenwerk signalisiert [060]. Der Blick auf die Messapparatur ist offen und suggeriert dem Betrachter die Möglichkeit, das Ergebnis unmittelbar überprüfen zu können. Die Körperhaltung des Inspektors ist konzentriert, und seine Augen sind nur auf die Kurbelwelle und das Messgerät gerichtet, das offensichtlich ein filigranes und sorgfältiges Abtasten durch einen erfahrenen Fachmann erfordert, um auch kleinste Beschädigungen zu erkennen.

Die fotografische Kleinserie über den Tagesablauf eines Werksangehörigen mit Stationen am Arbeitsplatz im Werk und in der privaten Umgebung ist im Sommer 1962 als Pressematerial angefertigt worden [059, 061, 062]. Die Bilderstrecke erzählt im Stil einer journalistischen Reportage über 24 Stunden aus dem Leben eines Volkswagen Arbeiters in Wolfsburg. Die Kamera folgt ihm an die Montagelinie der Fabrik und nach Schichtende in die Wohnung der Familie. Sie liefert Einblicke in die Arbeits- und Lebenswelten eines durchschnittlichen Arbeitnehmers in Wolfsburg, der mit seiner Familie am gestiegenen Konsum der Wohlstandsgesellschaft der frühen 1960er Jahre teilhatte.⁸⁶ Die Volkswagenwerk AG ist in allen Fotos gegenwärtig als Arbeitgeber, der seinen Werksangehörigen durch die Erwerbsarbeit in der Fabrik materiellen Wohlstand, sozialen Aufstieg und modernen Lebensstil ermöglicht.⁸⁷

Der Werksfotograf dokumentierte in einer Reportage laut Register-
eintrag der Fotozentrale die Kleidung der Werksangehörigen auf
ihrem Weg in die Fabrik [064]. Bewegungen, Körperhaltung wie
Gesichter des Paares in der Bildmitte offenbaren Zielstrebigkeit
und Selbstbewusstsein, während andere Werksangehörige am
Bildrand dem Zeitdruck des Schichtbeginns folgen, um pünktlich
an der Stechuhr und am Montageband zu sein. Die Dynamik erzielt

der Fotograf durch die Position der Kamera, die so am Werkstor
platziert wurde, dass die Beschäftigten diesen Standpunkt auf
ihrem Weg zur Arbeit passierten. Der Bildsprache gelingt es, das
Tempo der Schritte und den Rhythmus der Bewegungen zu ver-
deutlichen. Der Fotograf entdeckt bei der Suche nach einem Motiv
nicht nur eine modisch gekleidete, weibliche Angestellte, die sich
aus dem Kreis der männlichen Kollegen abhebt. Er entdeckt auch
ein junges, attraktives Paar in trauter Zweisamkeit inmitten der
hektischen Betriebsamkeit vor Schichtbeginn.

Die Tatsache, dass die Werksfotografen beauftragt wurden, Werks-
angehörige in diversen Situationen des Alltags in der Fabrik, in der
Wohnung und in der Freizeit [050, 065] aufzunehmen, verdeutlicht
den Stellenwert der Porträts, die der Arbeit in der Außendarstellung
des Unternehmens ein charakteristisches Gesicht geben sollten.



051 Am Schmelzofen der Gießerei,
19. Dezember 1957

052 In der Gießerei,
19. Dezember 1957







054 Arbeiter auf Elektrokarren vor dem Südrandbau, 1950

055 Betonarbeiten am Verwaltungshochhaus, 17. Oktober 1957



056 In der Spritzkabine, 22. Februar 1955



057 Gruppenbild der neu eingestellten Lehrlinge an der Mittelstraße, 5. April 1965



058 Großraumbüro, 20. November 1973



059 Montage des Schlosses an den Motorraumdeckel, 24. August 1962



060 Qualitätskontrolle einer Kurbelwelle mit polarisiertem Licht, 19. Januar 1955



061 Lesen am Feierabend, 24. August 1962



062 Im Kreis der Familie im Wohnzimmer, 24. August 1962



063 Skat am Feierabend in einer Gaststätte, 30. Januar 1954



064 Auf dem Weg zur Arbeit, 4. April 1961



065 Zuschauer auf dem Sprungturm im VW-Bad, 27. September 1954



Anmerkungen

ZWISCHEN DOKUMENTATION,
KOMMUNIKATION UND
REPRÄSENTATION.
FOTOGRAFIE AUS DER
FOTOZENTRALE DES
VOLKSWAGENWERKS

001

Marc Bloch: Apologie pour l'histoire ou Métier d'historien (zuerst posthum 1949), S. 90, 229, zit. nach Marc Bloch: Aus der Werkstatt des Historikers, Frankfurt am Main 2000, S. 46, Anm. 1; vgl. Gisela Ecker/Susanne Scholz: Fundstücke, Inszenierungen, Effekte. Lektüren der Sachfotografie, in: Thomas Seelig/Urs Stahel (Hg.): Im Rausch der Dinge, Göttingen 2004, S. 176ff..

002

Alf Lüdtke: Gesichter der Belegschaft, in: Klaus Tenfelde (Hg.): Bilder von Krupp. Fotografie und Geschichte im Industriezeitalter, München 2000, S. 67-87, hier S. 70; vgl. Katharina Sykora: Splitscreen und Blackbox. Über Metaphern und Brüche in der Ruhrgebietsfotografie, in: Sigrid Schneider (Hg.): Schwarzweiß und Farbe. Das Ruhrgebiet in der Fotografie, Essen 2000, S. 147-157, insb. S. 148f..

003

Klaus Tenfelde: Geschichte und Fotografie bei Krupp, in: ders., Bilder von Krupp, S. 305-320.

004

Vgl. Winfried Feldenkirchen: Einführung, in: Clemens Wischermann (Hg.): Unternehmenskommunikation im 19. und 20. Jahrhundert, Dortmund 2000, S. 13-16; Hartmut Berghoff: Die Zähmung des entfesselten Prometheus? Die Generierung von Vertrauenskapital und die Konstruktion des Marktes im Industrialisierungs- und Globalisierungsprozess, in: ders./Jakob Vogel (Hg.): Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte, Frankfurt am Main; New York 2004, S. 143-168.

005

Markus Lupa: Spurwechsel auf britischen Befehl. Der Wandel des Volkswagenwerks zum Marktunternehmen 1945–1949, Wolfsburg 2010 (Historische Notate, Heft 15); Ralf Richter: Ivan Hirst. Britischer Offizier und Manager des Volkswagen Aufbaus, Wolfsburg 2013 (Historische Notate, Heft 8); Hans Mommsen/Manfred Grieger: Das Volkswagenwerk und seine Arbeiter im Dritten Reich, Düsseldorf 1996, S. 947ff..

006

Organisations-Richtlinien der Geschäftsleitung Nr. 10 vom 23.9.1949 (Unternehmensarchiv der Volkswagen AG (UVW), Z 69/550).

007

Die Hoesch Hüttenwerke AG, später Hoesch Stahl AG, verfügte im Bereich der Fotografie über eine dezentrale Organisation mit drei Abteilungen im Konzern, deren Zuständigkeiten und Aufgabengebiete nicht abgegrenzt wurden: Karl-Peter Ellerbrock: Signatur der Zeit. Visuelle Unternehmenskultur bei Hoesch in den „langen 1950er Jahren“, in: Wischermann, Unternehmenskommunikation, S. 131-166, insb. S. 149f.. Die AEG folgte seit 1899 mit der Einstellung eines Fotografen im „Literarischen Bureau“ einem ebenfalls zentralistischen Modell, Kerstin Lange: Die Bilder der AEG, in: Lieselotte Kugler (Hg.): Die AEG im Bild, Berlin 2000, S. 9-22, insb. S. 18ff.; Jörg Schmalfuß: Zur Geschichte fotografischer Sammlungen bei der AEG, in: ebd., S. 23-29, insb. S. 23f.. Zur „Graphischen Anstalt“ bei Krupp: Tenfelde, Geschichte, S. 317ff.; Empfehlungen für die „Einrichtung einer industriellen Fotoabteilung“ bei Joachim Giebelhausen: Industriefotografie für Technik und Wirtschaft, München 1966, S. 225ff..

008

Axel Föhl: Zum Innenleben deutscher Fabriken. Industriearchitektur und sozialer Kontext bei Krupp, in: Tenfelde, Bilder von Krupp, S. 159-180, insb. S. 160f..

009

Interview mit Wolfgang Reimer am 21.6.2004, S. 18ff. (UVW, Z 300, Nr. 203).

010

Henrike Junge-Gent: Willi Luther, Ausschnitte aus dem fotografischen Werk, Gifhorn 2001, S. 4 und 8f.. Luther erhielt 1951, 1954 und 1956 die Plakette der photokina in Köln und vor seiner Zeit als professioneller Fotograf in Wolfsburg 1941, 1950 und 1952 die Urkunde des Verbands Deutscher Amateurfotografen-Vereine. 1953 verlieh ihm die Stadt Hamburg die Ehrenurkunde mit Senatspreis.

011

Ebd., S. 4.

012

Interview mit Wolfgang Reimer am 21.6.2004, S. 19f. (UVW, Z 303, Nr. 203).

013

Dirk Schlinkert: Von der Reklame zum Marketing, in: Andreas Schilling/Michael Grosche/Manfred Grieger (Hg.): Es gibt Formen, die man nicht verbessern kann. 50 Jahre Volkswagen Werbung, Hamburg 2002, S. 8-17, insb. 8f..

014

Interview mit Wolfgang Reimer am 21.6.2004, S. 22f. (UVW Z 300, Nr. 203); Interview mit Wolfgang Reimer am 26.10.2004 (ebd.). Wolfgang Reimer, Jahrgang 1942, kam im Januar 1962 in die Fotozentrale und war als „Koordinator“, wie er selbst sagte, die „rechte Hand“ von Willi Luther. Nach einer Ausbildung zum Berufsfotografen in Bad Doberan arbeitete er von 1958 bis 1960 als Porträtfotograf in Hildesheim, danach ein Jahr im Fotogroßhandel in Hannover und wechselte dann in die Volkswagenwerk AG. Reimer war mehr als 42 Jahre als Werksfotograf für Volkswagen tätig.

015

Interview mit Wolfgang Reimer am 21.6.2004, S. 18 (UVW, Z 300, Nr. 203).

016

Ebd., S. 2 und 14f.. Henrike Junge-Gent attestiert dem Fotografen Luther eine „außergewöhnliche, enzyklopädische Breite“, Junge-Gent, Luther, S. 7.

017

Interview mit Wolfgang Reimer am 21.6.2004, S. 23f. (UVW, Z 300, Nr. 203).

018

Ebd., S. 7. Interview mit Wolfgang Reimer am 26.10.2004 (ebd.).

019

Vgl. Reinhard Matz: Werksfotografie. Ein Versuch über den kollektiven Blick, in: Tenfelde, Bilder von Krupp, S. 289-303; Tenfelde, Geschichte, S. 317ff.; Lange, Bilder, S. 18f..

020

Interview mit Wolfgang Reimer am 21.6.2004, S. 7f. (UVW, Z 300, Nr. 203); Interview mit Wolfgang Reimer am 26.10.2004 (ebd.).

021

Interview mit Wolfgang Reimer am 21.6.2004, S. 15f. (UVW, Z 300, Nr. 203).

022

Zur Biografie und zum Œuvre Johann Albert Cropp: Zielpunkte. 1956–1996 Kalenderfotos, Murnau 2003; ders.: Bildpunkte, 1927–1960 Texte und Bilder, Murnau 1999. Cropp ist Bildjournalist mit einer Ausbildung in beiden Fachdisziplinen. Er volontierte 1947 beim Süd-deutschen Verlag und arbeitete bei der Münchner Illustrierten, bis er sich 1954 als Fotograf selbstständig machte. Den ersten Auftrag der Volkswagen Werbeabteilung bekam er 1955 durch den stellvertretenden Werbeleiter Karl Heil. Cropp war Dienstleister für sechs Werbeleiter in Wolfsburg und verstand seine Fotografie für Volkswagen „im Sinne eines Werbemittels“, das „dem Produkt helfen soll“. Interview mit Johann Albert Cropp am 14.11.2003, S.13 (UVW, Z 300, Nr. 188).

023

Vgl. die Motive der so genannten Silvester-Anzeigen, die ab 1950 zum Jahreswechsel geschaltet wurden, in: Schilling/Grosche/Grieger, Es gibt Formen, S. 9, 11, 27 und 34. DER SPIEGEL 5 (1951), Nr. 1 vom 1.1.1951; desgl. 6 (1952), Nr. 1 vom 1.1.1952; desgl. 11 (1958), Nr. 1 vom 6.1.1958; desgl. 16 (1964), Nr. 1 vom 6.1.1964; Schlinkert, Reklame, S. 9f.; Rainer Rother: Aus eigener Kraft. Aufbaupathos in Filmen über Wolfsburg und StalinStadt, in: Rosmarie Beier (Hg.): aufbau west aufbau ost, Stuttgart 1997, S. 273-279, insb. S. 277f..

024

Junge-Gent, Luther, S. 8f..

025

Interview mit Wolfgang Reimer am 21.6.2004, S. 2 und 18 (UVW, Z 300, Nr. 203).

026

Wolfgang Reimer, die „rechte Hand“ von Luther, orientierte sich in seiner Arbeit etwa am Vorbild von Siegfried Tautz, Helmut Glocke, Hans Hansen, Hilmar Pabel und Heinrich Heidersberger, ebd., S. 10f. und 13; Interview mit Wolfgang Reimer am 26.10.2004 (UVW, Z 300, Nr. 203).

027

Ulrike Herrmann: Otto Steinert und sein fotografisches Werk, Bochum 1999, S. 16ff.; Thilo Koenig: Otto Steinerts Konzept. Subjektive Fotografie (1951–1958), München 1988; Roland Augustin: Die Fotografie unter subjektivem Vorzeichen, in: Barbara Auer (Hg.): Zwischen Abstraktion und Wirklichkeit, Heidelberg 1999, S. 19–30; Ulrich Pohlmann/Wiebke Ratzeburg: Toni Schneiders: Schwarz auf Weiss, in: dies. (Hg.): Toni Schneiders – Fotografie und Form, Braunschweig 2003, S. 4–14; Gijs van Tuijl/Holger Broeker (Hg.): Peter Keetman, Volkswagenwerk 1953, Bielefeld 2003; Angelika Bredemeyer: Der Photograph Peter Keetman, Bonn 1995, S. 51ff.; Rolf Sachsse: Peter Keetman. Bewegung und Struktur, Amsterdam 1996; Franz C. Gundlach: Der Fotograf Peter Keetman, in: Volkswagen Art Foundation (Hg.): Industriefotografie – Peter Keetman Preis 2002, Wolfsburg 2002, S. 91–97.

028

Vgl. die Serie von 38 Schwarzweißfotografien, die James Welling 1994 im Werk und in der Stadt Wolfsburg aufgenommen hat, James Welling: Wolfsburg. Architectural Photography, Automobile Production, Industrial Photography, Wolfsburg 1994; Holger Broeker: Im Licht der Produktion. Produktion im Licht, in: Tuijl/Broeker, Peter Keetman, S. 165–169.

029

Christoph Kleßmann: Zwei Staaten, eine Nation. Deutsche Geschichte 1955–1970, Bonn 1988, S. 27; Rudolf Morsey: Die Bundesrepublik Deutschland. Entstehung und Entwicklung bis 1969, München 1987, S. 44; Hans Mommsen: Das Volkswagenwerk und die „Stunde Null“. Kontinuität und Diskontinuität, in: Beier, aufbau west, S. 129–138. Vgl. Nikolaus Piper: Deutsche Symbole, in: Süddeutsche Zeitung vom 14.10.2004. „Der Volkswagen“ fand nicht zufällig nach der Jahrtausendwende zusammen mit dem Berliner Reichstag, Willy Brandts Kniefall in Warschau sowie Goethe und Nietzsches Aufnahme in die „deutschen Erinnerungsorte“, Eberhard Schütz: Der Volkswagen, in: Etienne François/Hagen Schulze (Hg.): Deutsche Erinnerungsorte, Bd. 1, München 2001, Bd. 1, S. 352–369; vgl. Tenfelde, Geschichte, S. 305f..

030

Ellerbrock, Signatur S. 131ff.; Jürgen Hannig: Fotografien als historische Quelle, in: Tenfelde, Bilder von Krupp, S. 269–287; Cornelia Brink: Ikonen der Vernichtung, Berlin 1998, S. 15ff.; Bernd Roock: Visual turn?, in: Geschichte und Gesellschaft (29) 2003, Nr. 2, S. 294–315; Klaus Honnef/Gabriele Honnef-Harling: Von Körpern und anderen Dingen. Deutsche Fotografie im 20. Jahrhundert, Berlin 2003, S. 18ff.; Wiebke Kolbe: Viel versprechende Strandwelten. Ein Werkstattbericht zum Umgang mit Bildquellen am Beispiel früherer Seebäderplakate, in: WerkstattGeschichte 36 (2004), S. 42–55; Habbo Knoch: Die Tat als Bild, München 2004, S. 13ff..

031

Vgl. David Campany: Tarnglas. Fotografie, Objekte und Objektivität, in: Seelig/Stahel, Rausch, S. 262–267; „Der Effekt des Realen ersetzt das Reale selbst.“, Rosalind Kraus: Das Photographische, München 1998, S. 222; Heinz Reif: „Wohlergehen der Arbeiter und häusliches Glück“ – Das Werksleben jenseits der Fabrik in der Fotografie bei Krupp, in: Tenfelde, Bilder von Krupp, S. 105–122, insb. S. 117f..

BOOM AM MITTELLANDKANAL. WACHSTUM UND WANDLUNGEN IM VOLKSWAGENWERK

032

Aus der Fülle der Literatur etwa Harm G. Schröter: Von der Teilung zur Wiedervereinigung 1945 – 2000, in: Michael North (Hg.): Deutsche Wirtschaftsgeschichte. Ein Jahrtausend im Überblick, München 2000, S. 351-420; Werner Abelshauser: Deutsche Wirtschaftsgeschichte seit 1945, München 2011.

033

Manfred Grieger/Ulrike Gutzmann/Dirk Schlinkert (Hg.): Volkswagen Chronik. Der Weg zum Global Player, Wolfsburg 2008, S. 18ff..

034

Zuletzt Heidrun Edelmann: Heinz Nordhoff. Ein deutscher Unternehmer im amerikanischen Jahrhundert, Göttingen 2003.

035

Richter, Ivan Hirst, S. 33ff.; Günther Koch: Arbeitnehmer steuern mit. Belegschaftsvertretung bei VW ab 1945, Köln 1987, S. 24ff..

036

Heinrich Nordhoff: Reden und Aufsätze. Zeugnisse einer Ära, Düsseldorf 1992, S. 47.

037

Ebd., S. 49ff..

038

Schlinkert, Reklame, S. 8.

039

Lupa, Spurwechsel, S. 141ff..

040

Siehe hierzu beispielsweise Alfred D. Chandler/Richard S. Tedlow: The Coming of the Managerial Capitalism, Boston 1985; Robin Laphorn Marris: Managerial Capitalism in Retrospect, Basingstoke 1998.

041

Vgl. etwa Reinhard Neebe: Weichenstellung für die Globalisierung. Deutsche Weltmarktpolitik, Europa und Amerika in der Ära Ludwig Erhard, Köln; Weimar; Wien 2004, S. 133ff.; Volker Wellhöner: „Wirtschaftswunder“ – Weltmarkt – westdeutscher Fordismus, Münster 1996, S. 99ff.; Werner Abelshauser: Die Langen Fünfziger Jahre. Wirtschaft und Gesellschaft der Bundesrepublik 1949 – 1966, Düsseldorf 1987.

042

Siehe Manfred Grieger: Das Jahr 1953 in dem Wirtschaftswunderunternehmen Volkswagen, in: Tuyl/Broeker, Keetman, S. 162-164.

043

Allein im Jahre 1954 wurden ein Holzlager, Erweiterungsbauten an den Hallen 13 und 14 sowie der Neubau der Halle 12 mit 79 000 Quadratmetern Fläche realisiert, Jahresbericht der Fabrik-instandhaltung für das Jahr 1954 vom 14.1.1955, S. 1 (UVW, Z 174, Nr. 2039).

044

Zur vorgelagerten Entwicklung der Daseinsfürsorge der Kommunen siehe etwa Wolfgang R. Krabbe: Kommunalpolitik und Industrialisierung. Die Entfaltung der städtischen Leistungsverwaltung im 19. und frühen 20. Jahrhundert, Stuttgart; Berlin; Köln; Mainz 1985; vgl. auch Hans Günter Hockerts: Vorsorge und Fürsorge. Kontinuität und Wandel der sozialen Sicherung, in: Axel Schildt/Arnold Sywottek (Hg.): Modernisierung im Wiederaufbau, S. 223-241; Edelmann, Nordhoff, S. 151ff.; Manfred Grieger: „und läuft und läuft und läuft“ – Arbeit im Volkswagenwerk, in: Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): Hauptsache Arbeit. Wandel der Arbeitswelt nach 1945, Bielefeld 2009, S. 38-47.

045

Werner Widuckel: Paradigmenentwicklung der Mitbestimmung bei Volkswagen, Wolfsburg 2004, S. 14ff.; siehe auch Wolfgang Schroeder: Industrielle Beziehungen in den 60er Jahren – unter besonderer Berücksichtigung der Metallindustrie, in: Axel Schildt/Detlef Siegfried/Karl Christian Lammer (Hg.): Dynamische Zeiten: Die 60er Jahre in den beiden deutschen Gesellschaften, Hamburg 2000, S. 492-527.

046

Die Kabinettsprotokolle der Bundesregierung. Bd. 12: 1959, bearbeitet von Josef Henke und Uta Rössel, München 2002, S. 42.

047

Siehe etwa Rainer Nicolaysen: Der lange Weg zur Volkswagen Stiftung. Eine Gründungsgeschichte im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft, Göttingen 2002, S. 285ff.; Manfred Grieger: Die „Volksaktie“. Die Privatisierung von Volkswagen, in: Damals 32 (2000), Heft 3, S. 6-9.

048

Der Begriff scheint auf Eric Woldemar Stoetznern, den vor den Nationalsozialisten geflohenen Anzeigenleiter der „Frankfurter Zeitung“, zurückzugehen, findet sich aber in kritischem Sinne auch bei Norman Birnbaum: Nach dem Fortschritt. Vorletzte Anmerkungen zum Sozialismus, München 2003; zum Gesamtkomplex siehe etwa Axel Schildt: Ankunft im Westen. Ein Essay zur Erfolgsgeschichte der Bundesrepublik, Frankfurt am Main 1999.

049

Siehe Thomas Südbek: Motorisierung, Verkehrsentwicklung und Verkehrspolitik in Westdeutschland in den 50er Jahren, in: Schildt/Sywottek, Modernisierung, S. 170-187; Joachim Radkau: „Wirtschaftswunder“ ohne technologische Innovation? Technische Modernität in den 50er Jahren, in: ebd., S. 129-154.

050

Niederschrift über die 37. Sitzung des Aufsichtsrats der Volkswagenwerk Aktiengesellschaft am 11.3.1968 in Wolfsburg, S. 3 (UVW, Z 237, Nr. 790).

051

Zum Verhältnis von Beharrung und Reform siehe etwa Axel Schildt: Materieller Wohlstand – pragmatische Politik – kulturelle Umbrüche. Die 60er Jahre in der Bundesrepublik, in: Schildt/Siegfried/Lammers, Dynamische Zeiten, S. 21-53; vgl. Wolfgang Kraushaar: 1968 als Mythos, Chiffre und Zäsur, Hamburg 2000; Manfred Grieger: Der neue Geist im Volkswagenwerk. Produktinnovation, Kapazitätsabbau und Mitbestimmungsmo- dernisierung 1968 – 1976, in: Morten Reitmayer/Ruth Rosenberger (Hg.): Unternehmen am Ende des „goldenen Zeitalters“, Essen 2008, S. 31-66.

- 052**
Niederschrift über die Sitzung des Aufsichtsrats der Volkswagenwerk AG am 18.7.1971, S. 16 (UVW, Z 237, Nr. 832).
- 053**
Andrea Eckhardt: Diskutieren, Streiten, Mitgestalten! 30 Jahre Kampf um Arbeit im weltgrößten Motorenwerk Volkswagen Salzgitter, Hamburg 2003, S. 24ff..
- 054**
Jens Hohensee: Der erste Ölpreisschock 1973/74. Die politischen und gesellschaftlichen Auswirkungen der arabischen Erdölpolitik auf die Bundesrepublik Deutschland und Westeuropa, Stuttgart 1996.
- 055**
Volkswagen Aktiengesellschaft, Historische Kommunikation (Hg.): Käfer ade. Das Buch von Volkswagen zum Bandablauf des letzten Käfer in Mexiko, Wolfsburg 2003; Schütz, Volkswagen; Herfried Münkler: Die Deutschen und ihre Mythen, Berlin 2009, S. 465ff..
- 056**
Manfred Grieger/Ulrike Gutzmann/Dirk Schlunkert (Hg.): Der Golf. Generation 1-4, Wolfsburg 2003; Manfred Grieger (Hg.): 25 000 000 Golf, Wolfsburg 2007.
- 057**
Mommsen/Grieger, Volkswagenwerk, S. 256.
- 058**
Die Inszenierung einer Fabrik als „Monument“ und Denkmal einer modernen Industrieanlage ist ein traditionelles Sujet der Industriefotografie seit der Mitte des 19. Jahrhunderts, siehe Ulrich Wengenroth: Die Fotografie als Quelle der Arbeits- und Technikgeschichte, in: Tenfelde, Bilder von Krupp, S. 89-104; Lange, Bilder S. 15f..
- ARCHITEKTURFOTOGRAFIE.
VON MODERNITÄT UND
MONUMENTALITÄT**
- 059**
Zur fotografischen, aus den USA eingeführten Mode der Nachtaufnahmen von Warenhäusern, Tankstellen, Autohäusern oder Garagen in den 1950er Jahren, Rolf Sachsse: Bild und Bau. Zur Nutzung technischer Medien beim Entwerfen von Architektur, Braunschweig 1997, S. 216ff. und 224ff..
- 060**
Klaus Bußmann: Einleitung, in: Bernd Becher/Hilla Becher: Fabrikhallen, München 1994, S. 5-7.
- 061**
Honnet/Honnet-Harlinger, Körper, S. 60ff.; „Man sollte in der Fotografie vom Wesen des Gegenstandes ausgehen und mit rein fotografischen Mitteln versuchen, diesen darzustellen, ganz gleich, ob es ein Mensch, eine Landschaft, eine Architektur oder sonst etwas ist.“ (Albert Renger-Patzsch, 1937), zit. nach Klaus Honnet: Industrielandschaft, Industriearchitektur, Industrieprodukt. Fotografien von Albert Renger-Patzsch, Bonn 1977, S. 129; vgl. Peter Vignau-Wilberg (Hg.): Albert Renger-Patzsch. Architektur im Blick des Fotografen 1897 – 1966, München 1997, S. 8ff..
- 062**
Zur zeitgeschichtlichen Diskussion um den Begriff Ikone, vgl. Knoch, Tat, S. 32ff.; Brink, Ikonen, S. 16ff. und 234f..
- 063**
Silvesteranzeige von Bernd Looser 1950 mit der Headline „Werk und Wagen – der grosse Erfolg!“, Schlunkert, Reklame, S. 9f..
- 064**
Perspektiven aus Osten folgen vergleichbaren Regeln: Kraftwerk oder Verwaltungshochhaus dienen bei Architekturaufnahmen als Orientierungsmarken, die dem Bild formal eine Struktur geben und die Aufmerksamkeit des Betrachters auf sich ziehen, weil sie in ihrer exponierten Größe und Dimension der Fabrik und ihrer Architektur einen Anfangs- oder Endpunkt verleihen. In Abb. 010 erfüllt das Hochhaus die Funktion des Fluchtpunktes, das die Szenerie nicht nur überragt, sondern auch die lange, von den Treppenhaustürmen gleichmäßig strukturierte Fassade der Südrandbebauung abschließt.
- 065**
Ludger Derenthal: Bilder der Trümmer- und Aufbaujahre, Marburg 1999, S. 44ff. und 91ff.; Klaus Honnet: Von der Realität zur Kunst. Fotografie zwischen Profession und Abstraktion, in: ders./Rolf Sachsse/Karin Thomas (Hg.): Deutsche Fotografie. Macht eines Mediums 1870 – 1970, Köln 1997, S. 186-192.
- 066**
Wulf Tessin: „Was gut ist für das Werk, ist gut für die Stadt“. Kommunalpolitik in der Volkswagenstadt, in: Beier, aufbau west, S. 111-119; Claudia Freytag: Neue Städte – neues Wohnen. „Vorbildliche Wohnkultur“ in Wolfsburg und Stalinstadt, in: ebd., S. 311-320; Ortwin Reichold (Hg.): ... erleben, wie eine Stadt entsteht. Städtebau, Architektur und Wohnen in Wolfsburg 1938 – 1998, Braunschweig 1998, S. 70f.; vgl. Edelman, Nordhoff, S. 151ff..
- 067**
VW Informationen. Mitteilungsblatt für die VW-Organisation, Nr. 13, November 1951, S. 57 (UVW, Z 319, Nr. 10229).

SACHFOTOGRAFIE.

VON FORM UND FUNKTIONALITÄT

068

Klaus Honnef: Die Sichtbarkeit des Sichtbaren, Erfurt 1998, S. 11; vgl. Alf Lüdtkke: Industriebilder – Bilder der Industriearbeit, in: Historische Anthropologie 1 (1993), Nr. 3, S. 394-430, insb. S. 408f..

069

Interview mit Wolfgang Reimer am 26.10.2004 (UVW, Z 300, Nr. 203). Den hohen Aufwand in der Produktfotografie der Fotozentrale belegen die Aufbauten und technischen Apparaturen, die für ein Katalogfoto eingesetzt wurden, vgl. Giebelhausen, Industriefotografie, S. 17.

070

Interview mit Wolfgang Reimer am 26.10.2004 (UVW, Z 300, Nr. 203); zur Arbeit mit Mattlack im Fotostudio der Volkswagenwerk GmbH, siehe Giebelhausen, Industriefotografie, S. 134 mit Abb. 154.

071

Honnef/Honnef-Harling, Körper, S. 58ff..

072

Tuyl/Broeker, Keetman.

073

Derenthal, Bilder, S. 235ff..

074

Dirk Schlinkert: Lichtspuren auf Metall, in: Tuyl/Broeker, Keetman, S. 156-159.

075

Ebd., S. 19, 23 und 93.

076

Ebd., S. 137, 139, 141, 143 und 145.

077

Siegfried J. Schmidt/Brigitte Spiess: Die Kommerzialisierung der Kommunikation, Frankfurt am Main 1997, S. 174.

078

Zu Frauen in der Werbung, Dirk Reinhardt: Von der Reklame zum Marketing. Geschichte der Wirtschaftswerbung in Deutschland, Berlin 1993, S. 397ff.; zur „emotionalen Wende“ und ersten Schritten zur Kundenorientierung im Verkauf, die Anfang der 1960er Jahre in die Praxis der Volkswagen Werbung Einzug hielt, Schlinkert, Reklame, S. 11ff.; vgl. Schmidt/Spiess, Kommerzialisierung, S. 140ff..

079

Diese Erzählweisen spielten in Deutschland und Amerika eine unterschiedliche Rolle. Während in deutschen Werbeanzeigen der Nutzwert des Transporter weder in der Werbefotografie noch in fast keiner Headline oder Copy bis zum Ende der 1970er Jahre fehlte, stand in der amerikanischen Produktwerbung von Volkswagen der Aspekt des Lifestyle wesentlich stärker im Vordergrund, der über emotionale Farbfotografien an die Käufer vermittelt wurde; vgl. Schilling/Grosche/Grieger, Es gibt Formen, S. 129f.; Schmidt/Spiess, Kommerzialisierung, S. 140ff..

080

„Der Kalender des Volkswagenwerks ist ein interessantes Beispiel für die Stilentwicklung des Industrielenders im allgemeinen. Das Auftreten des Volkswagens in der ganzen Welt ist der Tenor aller Volkswagen-Kalender.“ Giebelhausen, Industriefotografie, S. 199 mit Abb. 248; vgl. Arne Andersen: Der Traum vom guten Leben, Frankfurt am Main 1997; Michael Wildt: Privater Konsum in Westdeutschland in den 50er Jahren, in: Schildt/Sywottek, Modernisierung im Wiederaufbau, S. 275-289; Wolfgang Ruppert: Zur Konsumwelt der 60-er Jahre, in: Schildt/Siegfried/Lammers, Dynamische Zeiten, S. 752-767, insb. S. 757ff..

REPORTAGEFOTOGRAFIE.

VON SERIEN UND STATIONEN

081

Vgl. Tuyl/Broeker, Volkswagenwerk, S. 129; Otto Gerhard Oexle: Leitbegriffe – Deutungsmuster – Paradigmenkämpfe. Über Vorstellungen vom „Neuen Europa“ in Deutschland 1944, in: Hartmut Lehmann/Otto Gerhard Oexle (Hg.): Nationalsozialismus in den Kulturwissenschaften, Bd. 2, Göttingen 2004, S. 13-40, insb. S. 29.

082

Giebelhausen, Industriefotografie, S. 206.

083

Heidrun Edelman: „König Nordhoff“ und die „Wirtschaftswunderzeit“, in: Beier, aufbau west, S. 181-187.

PORTRÄTFOTOGRAFIE.

VOM TEIL UND GANZEN

084

Jäger, Photographie, S. 96ff.; Kerstin Lange: Photographien aus dem AEG-Archiv, in: Kugler, AEG, S. 45-202, insb. S. 93ff.; Lüdtke, Gesichter S. 67ff..

085

Ebd., S. 71; ders., Industriebilder S. 413ff..

086

Schildt, Materieller Wohlstand, S. 26ff..

087

Zum Begriff modern, Ruppert, Konsumwelt, S. 752ff..

HISTORISCHE NOTATE

HEFT 1

Klaus Kocks/Hans-Jürgen Uhl
AUS DER GESCHICHTE LERNEN.
Anmerkungen zur Auseinandersetzung von Belegschaft, Arbeitnehmervertretung, Management und Unternehmensleitung bei Volkswagen mit der Zwangsarbeit im Dritten Reich
ISBN 978-3-935112-06-2
(vergriffen)

HEFT 2

Markus Lupa
DAS WERK DER BRITEN.
Volkswagenwerk und Besatzungsmacht
1945 - 1949
ISBN 978-3-935112-00-0
(vergriffen)

HEFT 3

Jürgen Marose
BILDERZYKLUS
„DER BEDROHTE MENSCH“
ISBN 978-3-935112-01-7
(vergriffen)

HEFT 4

STO Æ KDF 1943 -1945.
Die Erinnerungen des Jean Baudet
ISBN 978-3-935112-02-4

HEFT 5

Malte Schumacher/
Manfred Grieger
WASSER, BODEN, LUFT.
Beiträge zur Umweltgeschichte des Volkswagenwerks Wolfsburg
ISBN 978-3-935112-09-3

HEFT 6

Henk 't Hoen
ZWEI JAHRE VOLKSWAGENWERK.
Als niederländischer Student im „Arbeitseinsatz“ im Volkswagenwerk von Mai 1943 bis zum Mai 1945
ISBN 978-3-935112-03-1

HEFT 7

VOLKSWAGEN CHRONIK.
Der Weg zum Global Player
ISBN 978-3-935112-10-9
(vergriffen)

HEFT 8

Ralf Richter

IVAN HIRST.

Britischer Offizier und Manager
des Volkswagen Aufbaus
ISBN 978-3-935112-12-3

HEFT 9

ABFAHRT INS UNGEWISSE.

Drei Polen berichten über
ihre Zeit als Zwangsarbeiter im
Volkswagenwerk vom Herbst 1942
bis Sommer 1945
ISBN 978-3-935112-17-8

HEFT 10

Manfred Grieger/Dirk Schlinkert
WERKSCHAU 1.

Fotografien aus dem
Volkswagenwerk 1948 - 1974
ISBN 978-3-935112-20-8

HEFT 11

ÜBERLEBEN IN ANGST.

Vier Juden berichten über ihre Zeit
im Volkswagenwerk in den Jahren
1943 bis 1945
ISBN 978-3-935112-21-5

HEFT 12

OLGA UND PIET.

Eine Liebe in zwei Diktaturen
ISBN 978-3-935112-23-9

HEFT 13

Ulrike Gutzmann/Markus Lupa
VOM „VORWERK“ ZUM
FAHRWERK.

Eine Standortgeschichte des
Volkswagen Werks Braunschweig
ISBN 978-3-935112-27-7

HEFT 14

VOLKSWAGEN FINANCIAL
SERVICES AG.

60 Jahre Bank, Leasing,
Versicherung – eine Chronik
ISBN 978-3-935112-36-9
(vergriffen)

HEFT 15

Markus Lupa

SPURWECHSEL AUF

BRITISCHEN BEFEHL.

Der Wandel des Volkswagenwerks
zum Marktunternehmen 1945 - 1949
ISBN 978-3-935112-41-3

HEFT 16

Günter Riederer

AUTO-KINO.

Unternehmensfilme von Volkswagen
in den Wirtschaftswunderjahren
ISBN 978-3-935112-39-0

HEFT 17

VOM KÄFER ZUM WELTKONZERN.

Die Volkswagen Chronik
ISBN 978-3-935112-04-8

Alle Publikationen stehen zum Download zur Verfügung unter
www.volkswagenag.com/content/vwcorp/content/de/the_group/history/publications.html

© Volkswagen Aktiengesellschaft
Historische Kommunikation
Brieffach 1974
38436 Wolfsburg
Deutschland
E-Mail history@volkswagen.de
Internet www.volkswagenag.com

