**Kodak-Model Monroe 1962:** *Bilder, die sich erst in die Emulsion der Filme fraßen und dann ins kollektive Gedächtnis der Menschen*

FOTOGRAFIE

# Der ewige Augenblick

Mondlandung, Marilyn Monroe, der Urlaub in Italien – Kodak-Filme speicherten den Alltag und prägten die Kultur des Sehens. Nun ringt der Konzern in der US-Stadt Rochester um eine letzte Chance. *Von Ullrich Fichtner*

Auf der Höhe eines gewaltigen Zweckbaus im verschneiten Kodak Park von Rochester am Ontariosee sagt Robert Shanebrook am Steuer seines Dodge Minivan: „Hier machen sie heute Spaghettisauce.“ Shanebrook will betont mürrisch klingen, der Satz soll den ganzen Abstand markieren zur Zeit vor gut 40 Jahren, als er selbst zu Kodak stieß als junger Ingenieur. Die Firma baute damals gerade die Kamera für die „Apollo 11“-Mission, für epochale Lichtbilder, die vielleicht größten „Kodak-Momente“ aller Zeiten: der Mensch auf dem Mond, der Blaue Planet.

Shanebrook trägt Wanderschuhe, er ist der Typ rüstiger Rentner, ein großer, grauer Mann mit struppigem Vollbart, bis 2001 war er bei Kodak. 35 Jahre, große Jahre, hat er für die Firma gearbeitet und auf Dienstreisen die ganze Welt erkunden dürfen. Er hat die Zeiten erlebt, in den Neunzigern, als die Kodak-Aktie an manchen Tagen 70 Dollar wert war. Er war dabei in den Achtzigern, als in Rochester in damals 195 Gebäuden mehr als 30 000 Menschen für den Konzern arbeiteten, deren größte Sorge darin bestand, ob sie einen Parkplatz in Werksnähe finden würden.

„Kann man sich alles nicht mehr vorstellen, wie?“, brummt Shanebrook. Er steuert den Dodge über verschneite Flächen, viel größer als Fußballfelder, auf denen sich nur noch ein paar Autos verlieren. Nach letztem Stand beschäftigt Kodak in Rochester keine 7000 Leute mehr, und die Nachrichten aus der State Street 343, wo die 19-stöckige Weltzentrale steht, sind katastrophal. Zwei Tage vor der Ausfahrt mit Shanebrook, am vorvergangenen Donnerstag, musste die Firma Konkurs anmelden. „Habe ich geweint?“, fragt Shanebrook. „Nein. War ich schockiert? Ja. Und ich habe mich noch nicht davon erholt.“

1962 / KHARBINE-TAPABOR / STUDIO X

**Kodak-Werbung 1962**
*Keine simple Geschichte von Aufstieg und Fall*

Gleich am Tag danach konnte er schnelle Geschichten darüber lesen und hören, wie nun in Rochester die Angst vor der Zukunft umgehe. In Zeitungen fanden sich Kommentare, die den Konkurs als ein weiteres Symbol für den schlimmen Zustand Amerikas hinstellten. Kodak musste als Beispiel herhalten für eine Firma, die die Zeichen der Zeit verkennt und ihren Niedergang schläfrig selbst verschuldet. Aber keine dieser Lesarten stimmt. Kodak ist, wenn überhaupt, ein Symbol für den tiefgreifenden Strukturwandel, der sich in diesen Jahren überall auf der Welt vollzieht. Kodak ist keine simple Geschichte von Aufstieg und Fall, sondern eher ein verwickelter Roman, dessen Schluss versöhnlicher ist, als es auf den ersten Blick scheint.

BERT STERN

Wer die Zeit zurückdreht, fast egal, in welches der vergangenen 132 Jahre, wird immer auf Kodak stoßen, ohne lange suchen zu müssen, und häufig, ohne es zu ahnen. Das rot-gelbe Logo, die gelben Filmschachteln gehörten so selbstverständlich zum Alltag der westlichen Welt wie Coca-Cola, die Filme aus Rochester wurden das universale Speichermedium für Hochzeitsszenen, Weihnachtsabende, Urlaubstage, lange bevor es Digitalkameras mit zwölf Megapixeln und spiegelglatte Smartphones gab.

Menschen in aller Welt verewigten sich auf Kodacolor, dem ersten „farbechten Negativfilm“ von 1942, sie füllten später graue Kästen und blättrige Karusselle mit Ektachrome-Dias, sie hantierten mit Kodachrome, dem Film, der besser sah „als das menschliche Auge“ und der einen denken ließ, wie es Paul Simon besang, „die ganze Welt sei ein sonniger Tag“.

Kodak durchdrang die Welt der Bilder, aller Bilder. Der Konzerngründer George Eastman, der heute ein Steve Jobs seiner Zeit genannt wird, wie Kodak das Google seiner Epoche, schenkte den Konsumenten punktgenau im Jahr 1900 mit der „Brownie“-Kamera den ersten einigermaßen handlichen Fotoapparat für Laien und ein Gerät, das den Blick auf die Welt revolutionieren würde. Es wurde daraus ein Geschäftsmodell so sagenhaft profitabel, wie kaum je eines war: Kodak verkaufte die Kameras in Massen und billig, und verdiente sein Geld mit der teuren Entwicklung der Filme.

Exakt ein ganzes Jahrhundert lang ging das gut, tatsächlich machte die Firma 1999 2,5 Milliarden Dollar Jahresgewinn, den höchsten ihrer langen Geschichte, und sie schaute ein letztes Mal zufrieden zurück auf ein Jahrhundert, dessen Bilderwelten sie entscheidend geprägt hatte. Aus Rochester kamen nicht nur Fotos, sondern auch die Filme für Röntgenaufnahmen, Mikrofilme für Archive, Spulen mit 16- und 35-Millimeter-Kinofilm und Filme für Super-8-Kameras. Diaprojektoren waren in riesigen Serien gefertigt worden, Videokassetten, Lithiumbatterien, Floppy Disks für die frühen Computer.

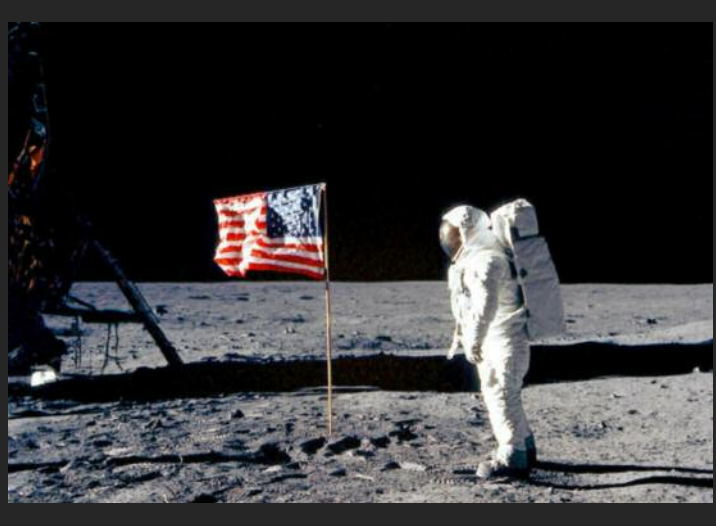
In all den Jahrzehnten hatte Kodak den Markt mit immer neuen Fotoapparaten förmlich geflutet, die Vorstellung von 20, 30 neuen Produkten jedes Jahr war keine Seltenheit, Drucker kamen hinzu, Kopiermaschinen, beschreibbare CDs, Wegwerfkameras, lichtempfindliche Papiere und Folien jeder Art. Kodak war überall. Auf Kodak wurden von 1928 bis 2008 ausnahmslos alle Filme gedreht, die den Oscar für den besten Film erhielten. Dass diese Ehre seit 2009 an Fujifilm geht, sagt viel. Und dass die Kinoproduktion sehr bald ganz ohne Film auskommen und komplett digitalisiert sein wird, sagt noch mehr.

Als es Kodak noch sorglos gutging, hatte Robert Shanebrook die schönste Arbeit, die der Konzern zu vergeben hatte. Als forschender Ingenieur arbeitete er an der Optimierung der Filme für die Profis, seine Produkte hießen Portra und TX, sie waren eine Art Formel 1 der Fotografie, und deshalb wurden sie von den größten Fotografen des Jahrhunderts getestet. Shanebrook besuchte die großen Lichtbildner in Brasilien und Uganda, in Frankreich und Japan, in Mexiko und Singapur, er brachte ihnen Prototypen ins Feld und in die Studios, er erkundigte sich nach ihren Wünschen.

Er hat Ansel Adams bei der Arbeit über die Schulter geschaut, er hat Fragen des Korns mit Sebastião Salgado diskutiert, er hörte sich an, was Steve McCurry und Eric Meola zu Farbsättigung und Kontrast zu sagen hatten. Immer aufs Neue flog Shanebrook um die Welt, um weitere Filme zu bringen und sie vier Wochen später wieder abzuholen, und dazwi-

MIGUEL SAMPER / GETTY IMAGES FOR DER SPIEGEL

**Kodak-Veteran Shanebrook**
*„Heute machen sie Spaghettisauce“*



**Kodak-Aufnahmen der Mondlande-Mission von „Apollo 11“ 1969:** *Staunen über die sagenhaften Fähigkeiten*

schen verhandelte er mit all jenen Künstlern und Reportern, die Kriege und Krisen verewigten, die die berühmten Porträts von Hemingway und Kennedy schossen, die die Posen von Marilyn Monroe und Sophia Loren bannten. Shanebrook diente den Schöpfern jener Bilder, die sich erst in die Emulsion der Kodak-Filme fraßen und bald darauf in die kollektive Erinnerung der Menschheit.

Er lässt sich jedes Wort aus der Nase ziehen, wenn es um seine Arbeit damals geht, er will sich nicht wichtigmachen. Wichtig ist ihm ein schmales Buch, das er im Selbstverlag herausgegeben hat. Es erklärt in Bildern und dürren Worten noch die allerletzten Details der Filmherstellung. Es ist ein technisches Werk, so gestrig wie die Vorgänge, die es beschreibt.

Aber man lernt bei der Lektüre das Staunen über die sagenhaften Fähigkeiten der Kodak-Werke, über die lichtempfindliche Schicht auf den Filmen, die tatsächlich aus einem Dutzend Schichten bestand und trotzdem insgesamt nur 0,06 Millimeter dick war, auf die Filmstreifen aufgetragen mit einer Geschwindigkeit von 300 Metern pro Minute. Tausend Exemplare hat Shanebrook verkauft, die Restauflage verstopft in großen Stapeln sein Haus.

Er kaut, auch während der Fahrt durch den Kodak Park, an wesentlicheren als den technischen Fragen: Wie konnte die Firma scheitern? Wie konnte ein Konzern, der in den siebziger Jahren 90 Prozent aller in den USA belichteten Filme und 85 Prozent aller verkauften Kameras herstellte, kaputtgehen? Eine Marke, die das ganze 20. Jahrhundert hindurch zu den wertvollsten und bekanntesten gehörte? Wie konnte Kodak das digitale Zeitalter verpassen? Wie konnte die Firma, die immer zum Kreis der innovativsten Unternehmen gehörte, derart vor die Hunde gehen, dass ihr Aktienkurs zum Jahresbeginn auf unter 50 Cent sank und der ganze Betrieb von der Börse flog?

Wer Antworten sucht, muss sich auf Überraschungen gefasst machen. Kodak selbst entwickelte im Jahr 1975 die erste Digitalkamera der Welt, man stelle sich vor. Robert Shanebrook hat diesen ersten Prototypen damals gesehen und kann seine Größe mit Händen beschreiben. Das Gerät war mit allen seinen Teilen ungefähr so groß wie drei Schuhkartons, sein Erfinder war der Kodak-Ingenieur Steve Sasson. Der Apparat machte eine entsetzlich schlechte Schwarzweißaufnahme, zusammengesetzt aus 0,01 digitalen Megapixeln, deren Speicherung in Shanebrooks Erinnerung nicht 28 Sekunden dauerte, wie im Web überall zu lesen ist, sondern volle acht Minuten. Sassons Apparat sah nicht aus wie ein marktfähiges Produkt.

Aber die Kodak-Leute forschten weiter. Ihre Sensoren wurden besser. Sie würden bald in militärischem Gerät und später in Nikon-Kameras stecken. Und in Leicas, so teuer wie Autos. Die Chefs in Rochester schliefen nicht, sie waren hellwach. Aber sie hatten eine Situation vor sich, die furchterregend war.

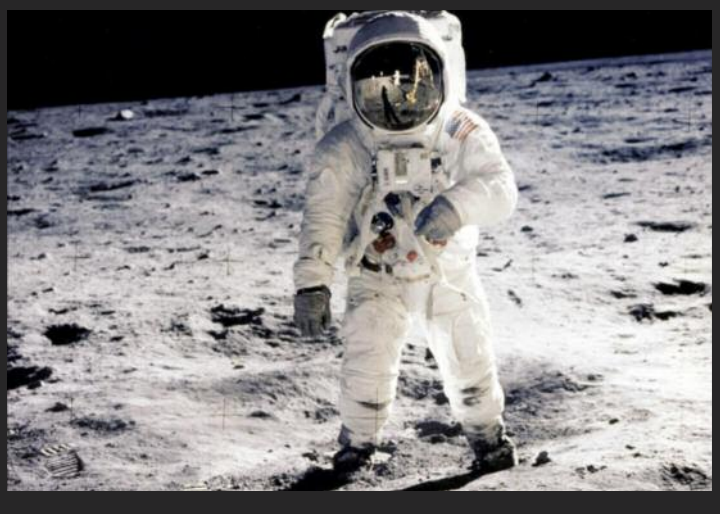
CINCINNATI MUSEUM CENTER / GETTY IMAGES

**Kinder mit Kodak-Kameras 1970:** *Dem Untergang geweiht*

Larry Matteson, ein anderer Kodak-Veteran, erinnert sich gut an diese Zeiten. Er war viele Jahre lang Mitglied des Managements, einer der Senior Vice Presidents der Firma, heute lehrt er als Professor an der Simon Business School in Rochester. Matteson war es, der vier Jahre nach Erfindung der Digitalkamera einen Bericht für den Vorstand über die Zukunft der Digitaltechnik zusammentrug, der sich im Großen und Ganzen als geradezu prophetisch korrekt erwies.

Matteson erzählt davon am Telefon, er ist mit der Familie gerade im Urlaub in South Carolina. Nach seiner Stimme und dem Foto auf der Website seiner Universität zu urteilen, ist er ein lustiger älterer Herr. Er fasste damals, 1979, die Aussichten in schnell aufschießenden Exponentialkurven zusammen. Die Kurven sagten: Zeitversetzt, aber unausweichlich würden alle Produkte, mit denen Kodak erfolgreich war, Filme, Fotos, Fotoapparate, bis spätestens 2010 den Weg vom Analogen zum Digitalen durchschritten haben, und zwar zu hundert Prozent. Die Welt, wie Kodak sie kannte, wäre dem Untergang geweiht. Das Geschäft würde von hundert auf null Prozent zusammenschnurren. Kodak stand, mit einem Schlag, in einer schier ausweglosen Sackgasse.

Der Konzern konnte, bei Licht betrachtet, vor allem zwei Dinge ganz besonders gut. Auf dem Feld der organischen Chemie waren sie in Rochester führend in der Welt. Kodak konnte außerdem durch die unvergleichliche Erfahrung in der Filmherstellung mit äußerster Präzision und rasend schnell Oberflächen jeder Art hauchfein beschichten. „Aber Sie merken schon, worauf das hinausläuft“, sagt Matteson. „Beides waren Qualitäten, die für die



NEIL A. ARMSTRONG / AP (L.); AFP (M.L.); NASA / AFP (M.R.); NASA (R.)

Herstellung von digitalen Bildern nicht mehr gebraucht wurden."

Sofort alles auf Digital zu setzen, eine in Jahrzehnten gewachsene Chemie- und Filmfirma womöglich zu einem Elektronikkonzern umbauen zu wollen, wäre sehr wahrscheinlich unmöglich und auf jeden Fall unternehmerischer Wahnsinn gewesen. Das Analoggeschäft lief Ende der siebziger Jahre noch auf vollen Touren und versprach auf viele Jahre hinaus hervorragende Profite. Außerdem ließ sich leicht ausrechnen, dass die Gewinnmargen des Digitalgeschäfts niemals auch nur annähernd an die des Analogfilms heranreichen würden. Sie waren zu klein, um ein Unternehmen wie Kodak am Leben zu erhalten. Es schien so, schon vor 30 Jahren, als stünde Kodak nur noch vor der Wahl, sofort Selbstmord zu begehen oder erst später.

„Der Fehler war", sagt Matteson, „wenn man von einem Fehler überhaupt reden will, dass sich Kodak nie von der Idee trennen konnte, ein Konzern der Bilder zu sein." Es gab wohl immer wieder halbherzige Ansätze, das Unternehmen umzukrempeln und völlig neu aufzustellen. Wechselnde Vorstände ersannen wechselnde Pläne. Es wurde in die Hoffnung investiert, mit der Chemiesparte von Kodak eine pharmazeutische Industrie aufzuziehen, es wurde viel Geld ausgegeben, um den Markt der digitalen Druckerei zu erobern, ein Plan, der verfolgt, verworfen und nun wieder aufgegriffen wurde.

Es war auch Pech im Spiel. Kodak tat viel dafür, den existenzbedrohenden Wettlauf zwischen Analog- und Digitaltechnik irgendwie zu bestehen. Sie fuhren die Filmproduktion so kontrolliert wie möglich herunter, sie fuhren die Digitalkapazitäten hoch. Tatsächlich war Kodak auf dem amerikanischen Markt für Digitalkameras im Jahr 2005 die Nummer eins. Das Unglück aber bestand darin, dass die Digitalkameras nun schon von den ersten Smartphones abgelöst wurden, der nächste Technologiesprung stand an.

Die Leute machten Bilder bald nur noch mit Telefonen, nicht mehr mit Kameras, und in einem irrsinnigen Wettlauf verfielen die Preise. Kodak rutschte 2007 auf dem amerikanischen Kameramarkt auf Rang vier, 2010 auf Rang sieben. Canon, Sony, Nikon und wie sie alle heißen, überholten Kodak, ihre Produkte waren genauso gut oder besser, und sie sahen besser aus, bunter, frischer.

Auf die rettende und radikale Idee, wie sie die Manager bei Fujifilm in Tokio hatten, das chemische Geschäft für die Produktion von Kosmetika umzubauen, kamen die Kodak-Leute nicht. Auch andere eher abseitige Vorschläge wie jene, die überragende Beschichtungstechnik vielleicht zum Bedrucken von Tapeten einzusetzen oder zur Herstellung von Sandpapier oder von Post-it-Zetteln, wurden nach kurzen Debatten stets als unwürdig verworfen. Es herrschte ein tödlicher, aber verständlicher Corpsgeist in Rochester: Man hatte der Welt die Bilder vom Mond gegeben; man fühlte sich für Tapeten nicht zuständig.

Wer Rochester heute erkundet, findet eine Stadt vor, die gut zu schlechten Nachrichten passt. Das Zentrum ist eine öde Ansammlung von Bürotürmen, zwischen denen nur Autos, aber kaum Fußgänger zu sehen sind, viele Gebäude stehen zum Verkauf. Es dominieren die Türme von Xerox, Bausch + Lomb und der Chase Bank, die Kodak-Zentrale steht auch in Downtown, aber ein wenig abseits, und sie ist weithin zu sehen, vor allem nachts, wenn der altmodische Schriftzug ganz oben in feurigem Rot erstrahlt.

Von hier nur ein paar hundert Schritte entfernt stürzt der Genesee-Fluss mitten in der Stadt 30 Meter in die Tiefe, das Becken des Wasserfalls wird gesäumt von verrotteten Fabriken noch älter als Kodak, es sind Reste des frühen 19. Jahrhunderts. Die Stadt versucht seit langem, in den Ruinen ein Ausgehviertel aufzuziehen, aber ohne Erfolg. Es machen Restaurants und Bars auf, nur um ein paar Monate später schon wieder dichtzumachen.

Und trotzdem geht es Rochester viel besser, als sein Stadtbild vermuten lässt. Dass sich der Niedergang von Kodak so lange hinzog, ist ein wesentlicher Grund dafür. Eine ganze Reihe einstiger Manager und Kodak-Forscher verließen die Firma, sie machten sich lieber selbständig, als stumpf die Pleite zu erwarten. Der alte Großkonzern, der jahrzehntelang alles selbst machen wollte, fast wie eine sowjetische Kolchose, der noch seine Pappkartons selbst falzte und in eigenen Druckereien beschriftete, zerfiel in kleinere Einheiten.

Der Niedergang brachte heilsame Verwandlung, brachte neue, kleine Firmen hervor, deren Programme besser zum 21. Jahrhundert passen. In einer Ecke des Industriegebiets hat sich die Zentrale des Eastman Business Park breitgemacht, Kodak ist an ihm beteiligt, es ist ein Cluster von jetzt 35 Unternehmen, die schon an die 6500 Leute beschäftigen, und wenn diese Zahl stimmt, sind es fast exakt so viel, wie Kodak heute noch in Rochester hat.

Johnson & Johnson entwickelt hier medizinisches Diagnosegerät, LiDestri Foods macht in jenem gewaltigen Zweckbau an der Lee Road in großem Stil Spaghettisauce, aber es sind auch 5- oder 50-Mann-Betriebe entstanden, die Natcore heißen und mit Solarzellen hantieren, oder Cerion Energy, gegründet von Ex-Kodak-Leuten, die einen Zusatz für Diesel entwickelt haben, der den Verbrauch von Sprit erheblich senken soll.

Dass in Rochester die Angst vor der Zukunft umgehe, ist angesichts solcher Entwicklungen frei erfunden. Es gibt eine angesehene Universität in der Stadt und das Rochester Institute of Technology, das manchmal mit dem Massachusetts Institute in Cambridge in einem Atemzug genannt wird. Die Zukunft sieht gut aus in Rochester, tatsächlich sind in der Region heute mehr Menschen beschäftigt als zu Kodaks allerbesten Zeiten, es sind jetzt 500 000 statt 400 000 Leute in Arbeit, und die Arbeitslosenquote liegt niedriger als der nationale Durchschnitt.

Die Erfolgsgeschichten des 21. Jahrhunderts sind flüchtiger, kleiner, weniger erzählenswert, weniger heroisch, als es jene waren, die sich mit dem Namen Kodak verbinden, einer ziemlich verrückten Firma am Ende, deren Kultur in den Glanz-

DAVID HURN / MAGNUM / AGENTUR FOCUS

**Kodak-Aufnahmen von den Beatles bei Dreharbeiten zu „A Hard Day's Night" 1964:** *„Die ganze Welt ein sonniger Tag"*

zeiten fast sozialistisch anmutete. Robert Shanebrook sagt, Kodak sei ein „All Inclusive"-Betrieb gewesen, ein Unternehmen, das Betriebsrenten zahlte, kostenlose Ärztedienste anbot und auch noch die Freizeit mitgestaltete.

Der Dodge Minivan rollt an der Front des Gebäudes 28 an der West Ridge Road entlang, im Innern des riesigen, fensterlosen Klinkerbaus finden sich Turnhallen und Sportzentren, wo Basketball und Volleyball gespielt wurde. In den goldenen Jahren gab es hier Hobbyräume für Briefmarkensammler, 50 Dunkelkammern wurden für das Privatvergnügen der Belegschaft vorgehalten, Kameras kostenlos verliehen. Im Auditorium mit seinen fast 2000 Sitzplätzen wurden in den Mittagspausen die neuen Hollywood-Filme in 20-Minuten-Portionen gespielt, so dass die Zuschauer im Wochenverlauf den ganzen Film zu sehen bekamen.

In der Stadt gab es, von Kodak-Gründer George Eastman persönlich gestiftet, eine kostenlose Zahnklinik, die heute Ruine ist und mit verbretterten Fenstern am Straßenrand steht. Es gibt noch immer das Eastman-Theater und die Eastman-Musikschule, Kodak hat sich in diese Stadt eingeschrieben an jeder Ecke. An der mondänen East Avenue, auf der sich die schönsten und bizarrsten Villen der Stadt aufreihen, findet sich auch Eastmans ehemaliges Wohnhaus. Im Salon hängt der lebensgroße Abguss eines Elefantenkopfs, den sich Eastman als Trophäe einst aus Afrika mitgebracht hatte.

Das Haus beheimatet eines der bedeutenden Foto- und Filmmuseen der Welt und beherbergt private Filmsammlungen von Martin Scorsese, Norman Jewison, Spike Lee. Mehr als 4000 historische Kameras lagern hier, unschätzbar wertvolle Aufnahmen aus dem Amerikanischen Bürgerkrieg, Abzüge, die Eugène Atget und Alfred Stieglitz noch persönlich fertigten, Bilder, die das 19. mit dem 21. Jahrhundert verbinden und die so kostbar sind, weil sie so selten sind.

Das erstaunlichste Dokument hier ist aber der Abschiedsbrief, den Eastman verfasste, ehe er sich im Jahr 1932, alt und krank, mit einer Luger ins Herz schoss. Der Zettel, in einer Vitrine ausgestellt, hat nur drei Zeilen, und er ließe sich lesen wie eine tröstliche Botschaft an das schlingernde, scheiternde Unternehmen Kodak heute: „An meine Freunde. Meine Arbeit ist getan. Worauf warten?"

Worauf warten? Kodak braucht ein Wunder, um die Zukunft zu bestehen. Im aktuellen Konkursverfahren hat die Firma noch einmal 950 Millionen Dollar Kredit von der Citigroup bekommen, um sich binnen 18 Monaten neu aufzustellen. Der Vorstand will jetzt wieder mit Druckern Erfolg haben, aber das klingt nicht sehr überzeugend. Die Bilder waren Kodak, und Kodak war die Bilder. Vielleicht ist es auch in der Geschäftswelt manchmal einfach so, dass Geschichten enden müssen, egal, wie schön sie waren.

Die Geschichte der Kodak-Bilder ist zu Ende, eine neue Geschichte hat begonnen, erzählt von schnellen Kaskaden digitaler Schüsse, die sich wie bunte Schlieren milliardenfach im Web verbreiten.

1920-29 / KHARBINE-TAPABOR / STUDIO X

**Kodak-Werbung 1924:** *„Besser als das Auge"*

„Verewigt" wird nicht mehr viel, physische Fotos gibt es, trotz der Bilderflut, immer weniger, und die Welt kehrt auf seltsamen Umwegen zurück an die Anfänge der Fotografie.

Wer heute 90 Jahre alt ist, besitzt von seiner eigenen Kindheit in der Regel gar keine oder nur eine Handvoll Bilder. Das Archiv von heute 60-Jährigen ist, dank Kodacolor, schon etwas größer. Die 40-Jährigen finden ihr Leben bereits in groben Zügen fotografisch dokumentiert, von den Eltern auf Ektachrome-Dias festgehalten. Von den Kindern, die im 21. Jahrhundert geboren wurden, gibt es Bilder in so großer Zahl, dass sie hintereinandergepackt ein biografisches Daumenkino ohne große Lücken ergäben, wenn sie nur jemals gedruckt würden.

Denn es ist seltsam, in der Flut der digitalen Bilder werden die Augenblicke wieder flüchtiger. „Ich sage meinen Leuten immer", sagt Robert Shanebrook, „macht euch, verdammt noch mal, Abzüge auf Papier, sonst habt ihr in zehn Jahren keine Bilder mehr." Shanebrook könnte damit recht haben. Ein heute per E-Mail verschickter Schnappschuss verschwindet schnell, all die virtuellen Ordner voller digitaler Bilder sind vom Wechsel von einem zum nächsten Computer ständig gefährdet, von Technologiesprüngen, die immer schneller vonstattengehen.

Vielleicht braucht es die Qualität eines Papierfotos in Zukunft immer weniger. Und der schnelle Reiz der hin und her geschossenen Bilder genügt den Zeitgenossen, um sich ein Bild von der Welt und ihres Lebens zu machen. Es könnte dann so werden, eines Tages, dass das 20. Jahrhundert auch in Zukunft das am besten dokumentierte bliebe, archiviert in zahllosen Fotoalben und Diakästen, in Kinofilmen, Postkarten, auf kunstvoll abgezogenen Plakaten. Ein Jahrhundert, festgehalten, verewigt. Dank Kodak.