

Die Postkarte im Spiegel der Kultur und Gesellschaft

von Gerhard Kaufmann

aus:

Lebeck, Robert / Kaufmann, Gerhard
Viele Grüße...: eine Kulturgeschichte der
Postkarte.- Dortmund: Harbenberg, 1988
ISBN: 3-88379-458-9

S.: 399-419

Die Postkarte

Der Versand offener Mitteilungen auf Postkarten scheint uns heute vollkommen selbstverständlich. Über Jahrhunderte wäre er jedoch ganz undenkbar gewesen. Mitteilungen, die man Kurieren, Boten oder schließlich der Post gegen verhältnismäßig hohes Entgelt anvertraute, wären viel zu wichtig, geheim oder persönlich gewesen, als daß man sie den Blicken Unbefugter hätte offenlegen können oder wollen.

Eine Änderung wurde erst denkbar, als immer mehr Menschen Lesen und Schreiben gelernt hatten, der Postversand durch Ausbau der Verkehrswege und Transportmittel billiger geworden war und somit immer mehr Briefe geschrieben wurden. Diese enthielten nun nicht nur politische oder geschäftliche Mitteilungen oder aus dem privaten Bereich geheimnisvolle Liebes- und Freundschaftsbekundungen. Vielmehr wurden in zunehmendem Umfang Briefe versandt, die für Schreiber und Empfänger zwar persönlich Bedeutsames, für neugierige Dritte aber Belangloses enthielten. Für das Lesen der inzwischen versandten Mengen hätten die Postboten auch kaum mehr die erforderliche Zeit aufbringen können.

Dennoch: Als der Organisator eines einheitlichen deutschen Postwesens, der spätere Generalpostdirektor des Norddeutschen Bundes und Generalpostmeister des Deutschen Reichs, Heinrich von Stephan (1831–1897), in einer Denkschrift 1865 erstmals Überlegungen zur Einführung eines offen zu versendenden «Postblattes» darlegte, fand er damit beim Generalpostamt keinen Anklang. Auf der 5. Deutschen Postkonferenz, die vom 13. 11. 1865 bis zum 2. 3. 1866 in Karlsruhe tagte, gab Stephan seinen Vorschlag den Teilnehmern außerhalb der Konferenz in nichtamtlicher Form bekannt, doch verfolgte die preußische und norddeutsche Postverwaltung seinen Gedanken nicht weiter. Abgesehen von juristischen Bedenken wurde insbesondere befürchtet, die Einnahmen der Post könnten zurückgehen. Da nämlich nicht nur der Materialaufwand für den Schreiber, sondern auch die Beförderungskosten geringer gewesen wären, war auch schon die Idee eines reduzierten Portos für Karten geäußert worden. Gedacht war an einen Verzicht auf die Gebührenstaffelung je nach Entfernung, die damals noch üblich war. Ein gewisses Vorbild bestand im übrigen in den seit 1865 zugelassenen offenen Geschäftsanzeigen.

Eingeführt wurde statt dessen am 1. Oktober 1869 eine «Correspondenzkarte» durch die österreichische Postverwaltung, nachdem am 26. Januar 1869 Dr. Emanuel Hermann, Professor für Nationalökonomie an der Militärakademie in Wiener Neustadt, mit einem offenbar von

Stephan unabhängigen Artikel «Über eine neue Art der Correspondenz mittels der Post» im Abendblatt der Wiener «Neuen Freien Presse» den Anstoß dazu gegeben hatte. Diese Karten hatten ein Format von $8,5 \times 12,2$ cm, und noch in den verbliebenen drei Monaten des Jahres 1869 wurden allein in den österreichischen Kronländern westlich der Leitha, also in den österreichischen Stammländern ohne das Gebiet des Königreichs Ungarn mit Ungarn, Jugoslawien, Rumänien und der Slowakei, rund 2 930 000 Stück dieser von der Post selbst verkauften Karten abgesetzt.

Am 26. April 1870 wurde Stephan zum Generalpostdirektor des gut zwei Jahre zuvor gegründeten Norddeutschen Bundes ernannt, und damit wurde der Weg zur Postkarte auch in Deutschland frei. Auf sein Geheiß führte sie die Postverwaltung des Norddeutschen Bundes zusammen mit jener Bayerns, Württembergs und Badens vom 1. Juli 1870 an ein. Bis zum 1. März 1872 hieß sie amtlich ebenfalls Korrespondenzkarte. Mit einem Format von anfangs $10,8 \times 16,3$ cm war sie etwas größer als die österreichische Karte; wie dort war die eine – vorgedruckte – Seite ausschließlich für die Anschrift bestimmt, Mitteilungen durfte allein die Rückseite enthalten.

Der erste Verkaufstag für die kleinen Karten in Berlin war der 25. Juni 1870 und brachte dort sogleich einen Absatz von 45 468 Stück, so daß der Bedarf für eine solche Neuerung umgehend bestätigt wurde. Verschicken konnte man die Karten außer im Inland – dem Gebiet des Norddeutschen Bundes und den drei genannten süddeutschen Ländern – auch nach Österreich-Ungarn und nach Luxemburg. Verwendet werden durften jedoch zunächst ausschließlich die von den Postverwaltungen herausgegebenen Postkartenvordrucke. Erst vom 1. Juli 1872 an wurden auch privatwirtschaftlich hergestellte und verkaufte Karten zugelassen. Zur selben Zeit setzte man die Beförderungsgebühr auf das halbe Briefporto herab, eine Regelung, die für den Fernverkehr – im Unterschied zum Ortsverkehr – bis zum 1. März 1963 beibehalten wurde. Zuvor hatte man – eingedenk der Furcht vor Einnahminderung der Post durch Einführung einer billigeren Postkarte – für Postkarten und Briefe dieselbe Gebühr erhoben. Es läßt sich leicht verstehen, daß diese Portohalbierung der allgemeinen Beliebtheit der Postkarte außerordentlich förderlich war.

Im inneren Dienst der ausländischen Postverwaltungen bürgerte sich die Postkarte nach 1870 ebenfalls schnell ein. Noch 1870 wurde sie in der Schweiz, in Luxemburg und Großbritannien eingeführt, 1871 in Belgien, den Niederlanden, Dänemark und Finnland, 1872 in Schweden, Norwegen und Rußland, 1873 in den USA, Frankreich, Serbien, Rumä-

nien, Spanien und 1874 in Italien. Durch den Berner Postvereinsvertrag vom 9. Oktober 1874 wurde die Postkarte vom 1. Juli 1875 an auch im internationalen Postdienst zugelassen. Der Weltpostvertrag vom 1. Juni 1878, abgeschlossen auf dem Postkongreß in Paris, an dem 37 Mitglieds-länder teilnahmen, erweiterte den Geltungsbereich über fast alle damals wichtigen Länder der Erde. Seit dem 1. Oktober 1878 wurden daher auch Vordrucke zu sogenannten Weltpostkarten ausgegeben.

Es hat nicht an schwerwiegenden juristischen Bedenken gegen die Einführung der Postkarte gefehlt. Man fürchtete, Postboten und vor allem Kinder und das Dienstpersonal könnten den Inhalt lesen, auch könnten die Karten von anonym bleibenden Absendern zu unsittlichen und beleidigenden Mitteilungen, die dann ja offen einsehbar wären, mißbraucht werden. Insbesondere «Standespersonen» wären so leicht in ihrer Ehre zu verletzen und in ihrer Privat- oder Geschäftssphäre zu beeinträchtigen. Allein, es bestand ja kein Zwang zur offenen Karte, und wenn Lesen durch Kinder und Dienstboten, bei ausgewählten Empfängern – verbotenerweise – wohl auch durch Briefträger mit Sicherheit nicht ausgeblieben ist, wurde von der Allgemeinheit die «Öffentlichkeit» eben wegen der für Dritte letztlich belanglosen Mitteilung in Kauf genommen. Unsittliches und Beleidigendes ließ sich verschlossen ebenso wirkungsvoll mitteilen, auf Postkarten blieb es offenbar die Ausnahme – abgesehen davon, daß auch die Maßstäbe mit der Zeit weniger streng wurden –, so daß es ernsthafte Klagen nie gegeben hat.

Dagegen kam die Postkarte dem Bedürfnis nach genormter kurzer Mitteilung, die wenig Zeit und Überlegung, auch weniger Übung und Gewandtheit im Umgang mit Schrift und Satzbau verlangte, in idealer Weise entgegen. Der Brief erfordert individuellen Stil und persönlich gefärbte Ausdrucksfähigkeit, ja auch ein gewisses Maß an Muße für Schreiber wie Empfänger. Die Karte bietet dagegen durch den knappen Platz die Möglichkeit, sich ohne Scheu auf Abkürzungen, Standardwendungen oder Floskeln und Klischees zu beschränken, ohne durch Ungeschicklichkeit das Gesicht zu verlieren. Das Briefeschreiben war vor allem Ausdrucks- und Mitteilungsmittel der Gebildeten gewesen. Die Karte ermunterte alle, auch die Ungeübten oder über wenig freie Zeit Verfügenden, schriftlich miteinander in Verbindung zu treten, eine Möglichkeit, die wir heute, da uns das Telephon in nahezu jedem Haushalt zur Verfügung steht, gar nicht hoch genug einschätzen können.

Während des Deutsch-Französischen Kriegs 1870/71 bewährte sich die Postkarte erstmals außerordentlich im Verkehr zwischen Front und Heimat. Die kostenlos beförderte Feldpostkarte machte rasch große Teile der Bevölkerung – als Schreiber und Empfänger – mit dieser zu

Beginn des Kriegs erst 19 Tage alten Neuerung bekannt. Wieviel einfacher war es doch, auf dem Marsch, im Lager oder im Schützengraben eine Karte schnell mit ein paar Zeilen als Lebenszeichen zu füllen, als einen Bogen Briefpapiers voll zu schreiben, zudem noch mit Gedanken, die mancher zu formulieren sich scheute oder kaum in der Lage war. So waren bis Ende 1870, also in gut fünf Monaten, von deutschen Soldaten mehr als 10 Millionen Feldpostkarten in die Heimat geschickt worden. Ähnliches wiederholte sich im Ersten Weltkrieg, in dem schätzungsweise 10 Milliarden Karten allein von deutschen Heeresangehörigen versandt wurden, während im Zweiten Weltkrieg der aus Gründen der besseren Geheimhaltung verordnete verschlossene Feldpostbrief die offene Postkarte verdrängte.

Wie beliebt die Postkarte schon nach wenigen Jahren wurde, zeigen einige weitere Zahlen: 1879 beförderte die Deutsche Reichspost bereits 122 747 000 Karten, in Europa kamen zu der Zeit jährlich rund 350 Millionen Postkarten zum Versand. Diese Zahlen spiegeln allerdings zugleich auch das wachsende Bedürfnis nach Kommunikation über größere Distanzen. Die Jahrzehnte zwischen 1870 und 1914 waren jene des schnellen Anwachsens der Großstädte und damit der Verstädterung in der Folge der Industrialisierung, somit ein Zeitraum, in dem die Mobilität der Bevölkerung allein schon auf der Suche nach Arbeit ungemein zunahm. Solange Großfamilien zusammenlebten, bedurfte es keiner schriftlichen Kommunikation. War in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts wie Jahrhunderte zuvor räumliche Trennung zwischen Familienangehörigen und Freunden fast nur unter den Gebildeten der Oberschicht und wandernden Handwerkern üblich gewesen, so wurde solche Trennung jetzt mit der Entwicklung des Industrieproletariats und eines breiten vielgliedrigen Mittelstands in den Großstädten gang und gäbe. Die Mobilität durch Vergnügungs- und Bildungsreisen, zuvor ausschließliches Privileg der Oberschicht, in diesen Jahren zunächst langsam, nach der Jahrhundertwende zunehmend schneller anwachsend für einen immer größer werdenden Teil der Bevölkerung, tat ein übriges, das Bedürfnis nach kurzer Mitteilung durch die Post zu mehren.

Die Postkartenmengen sollten allerdings weiter wachsen. Ohne auf Zahlen vor und nach beiden Weltkriegen weiter einzugehen, seien nur noch zwei Jahre anvisiert: Im Jahr 1954 fielen allein bei der Deutschen Bundespost 920 Millionen Postkarten an; im Jahr 1982 waren es immerhin – trotz inzwischen nahezu vollständiger Telephonversorgung aller Haushalte – noch 877 Millionen. Von der zuletzt genannten Menge entfielen 175 Millionen auf den Auslandsverkehr, bei dem 43 Millionen Karten ins Ausland verschickt wurden, 132 Millionen aus dem Ausland

kamen. Alle diese Zahlen spiegeln vor allem den inzwischen hoch entwickelten Tourismus. Ohne ihn und ohne die Erfindung der Bildpostkarte wären sie nicht vorstellbar.

Die Bildpostkarte

Ihren immensen Popularitätsgewinn erzielte die Postkarte trotz aller geschilderten frühen Erfolge erst mit dem Aufkommen der Bildpostkarte. Dabei sei angemerkt, daß in Deutschland postamtlich sämtliche mit einer Abbildung auf der Rückseite versehenen Karten als «Ansichtskarten» klassifiziert sind, während die Post mit der Bezeichnung «Bildpostkarte» nur solche – amtlich hergestellten – Karten versieht, die im Auftrag der Postreklame seit 1925 auf dem linken oberen Teil bzw. später gelegentlich auch auf der ganzen linken Hälfte der Anschriftseite mit werbenden Darstellungen für Städte, Bäder, Veranstaltungen, Parteien usw. bedruckt sind. Hier sollen dagegen sämtliche Karten mit Abbildungen Bildpostkarten genannt werden. Die Bezeichnung folgt dem inzwischen eingebürgerten Sprachgebrauch bei Sammlern, Händlern und Museen und auch der im angelsächsischen Sprachgebiet üblichen Terminologie, in der man seit jeher von Picture Postcards spricht. Sie hebt die Unbegrenztheit der auf Postkarten dargestellten Themen hervor, indem die Begriffsvorstellung nicht sogleich durch die Assoziation Ansicht gleich Orts-, Stadt- oder Landschaftsansicht eingeschränkt wird.

Wer die Bildpostkarte erfand, als erster also eine Bildpostkarte herstellte, konnte bisher nicht mit letzter Sicherheit geklärt werden. Es ist allerdings auch ziemlich belanglos. Denn bei dem hohen technischen Stand, den die druckgraphische Industrie erreicht hatte, lag der Gedanke in der Luft, Postkarten mit Bildern zu versehen und somit die Kommunikation zwischen Absender und Empfänger weiter zu erleichtern, indem die Mitteilung nicht auf dürre Worte beschränkt blieb, sondern durch Bilder veranschaulicht, ergänzt, ausgeschmückt oder überhaupt ersetzt wurde.

Fest steht, daß bereits 16 Tage nach der Einführung der offiziellen Postkarte des Norddeutschen Bundes der Hofbuchhändler Schwartz in Oldenburg, der Inhaber der dortigen Schulzeschen Hofbuchhandlung, die erste bekanntgewordene Bildpostkarte an seinen Schwiegervater, den Rentner W. Berndt, Adresse Rud. Berndt, in Magdeburg verschickte. Es ist eine Korrespondenzkarte des ersten Typs, versehen in der oberen linken Ecke der Anschriftseite mit dem Abdruck eines – wahrscheinlich bereits vorhandenen – Klischees eines Artilleristen an

der Kanone. Datiert vom 16. Juli 1870, sollte damit offensichtlich Bezug genommen werden auf die hochbrisante politische Lage unmittelbar vor Ausbruch des Deutsch-Französischen Kriegs: Die das französische Prestigebedürfnis untergrabende «Emser Depesche» Bismarcks datiert vom 13. Juli, die darauf folgende französische Kriegserklärung an Preußen vom 19. Juli. Die Mitteilung auf der Karte war somit durch das Bild aktualisiert und illustriert worden.

In den Handel ist diese erste bebilderte Karte allerdings, soweit nachprüfbar, nicht gekommen. Später berichtete der Gründer der Postkartenfirma Emil Pinkau AG in Leipzig, daß er zur gleichen Zeit eine Postkarte verschickt habe, die mit dem Abdruck einer kleinen Landschaft versehen gewesen sei. Auch diese Karte war aber Unikat geblieben. In der Literatur werden weitere Namen für die «Firsts» genannt: Ende 1870 zeichnete der Serbe Petar Manojlovic in Wien eine Ansicht, die der Graveur Waldheim in Kupfer stach. Die mit diesem Stich versehene Postkarte wurde am 6. Mai 1871 von der Redaktion des «Zmaja» an den Vetter des Zeichners, den Advokaten Demeter Manojlovic, nach Zambor in Südungarn abgesandt. 1871 zeichnete und hektographierte der Student Parisius in Göttingen kleine Landschaftsbilder und Szenen für Postkarten für den eigenen Gebrauch, die er später dem Buchdrucker und Papierwarenhändler Lange zur allgemeinen Verwendung übergab. Ebenfalls 1871 ließ in Frankreich Leon Bésnardeau eine patriotische Kriegskarte drucken: «Souvenir de la Guerre de 1870», graviert durch Oberthur in Rennes; 1872 produzierte in Zürich J. H. Locher eine Karte mit einer Ansicht der Stadt.

Langsam wurden die überlieferten «Ersten Karten» mehr. Es gibt vereinzelte Ansichtskarten aus der Schweiz und aus Nürnberg aus dem Jahr 1872, von der Schneekoppe und von der Industrie-Ausstellung in Chicago aus dem Jahr 1873. Der Hoflieferant F. Martensen aus Flensburg reproduzierte auf einer 1901 verschickten Karte eine Postkarte der Deutschen Reichspost mit einer xylographierten Ansicht von der Rudelsburg bei Bad Kösen in Sachsen, abgestempelt am 31. 8. 1874 in Kösen an der Saale, die er mit der Aufschrift versah: «Älteste gedruckte Ansichtskarte der Welt. Prämiert mit der großen silbernen Medaille auf der Internationalen Ansichts-Postkarten-Ausstellung in Nizza 1899». Interessanter mag in diesem Zusammenhang allerdings sein, daß der schon erwähnte Oldenburger Buchhändler A. Schwartz im Oktober 1875 einen größeren Holzstich dazu benutzte, erneut eine Bildpostkarte herzustellen, und durch den großen Anklang bei Verwandten und Bekannten sich veranlaßt sah, eine Serie von 25 Bildpostkarten herauszugeben, somit den ersten Schritt in Richtung auf eine Bildpostkartenindustrie zu

gehen. Andererseits wird in diesem Zusammenhang auch der Lithograph J. Miesler als «Erfinder» der Ansichtskarte angegeben, der spätestens 1876 die ersten lithographierten Ansichtskarten von Berlin produzierte.

Gleichviel, um 1875 war die Bildpostkarte da, und die Industrie begann, sich ihrer mit Hingabe anzunehmen, so daß die Bildpostkarte heute mit zu den als typisch anzusehenden Erzeugnissen der Gründerzeit gehört. Die Verwendung dieser bebilderten Karten war jedoch anfangs nicht von allen Postverwaltungen gestattet, wenngleich trotzdem versandte Stücke auch nicht allemal eingezogen wurden, wie die überkommenen Exemplare beweisen. Teilweise wurde es sogar als unschicklich empfunden, Karten nicht nur mit offenen Texten, sondern auch noch mit Bildern zu versenden. So wenig hatte sich im Bewußtsein verändert seit der Erfindung des Kupferstechers Desmays, einer sehr frühen Vorläuferin der Bildpostkarte, von der es 1777 im «L'Almanach de la Petite Post de Paris» hieß: «Als Empfehlungen oder Glückwünsche zu den verschiedensten Anlässen schickt man sich durch die Post mit Kupferstichen geschmückte Karten, die häufig beschrieben sind und die allen Augen offen befördert werden. Über diese Erfindung des Kupferstechers Desmays wird viel diskutiert. Manche Leute meinen, daß sie die Unverschämtheit der Diener steigere, da sie ihnen noch mehr Einblick in unsere Geheimnisse gebe . . . » Gelegentlich bedarf es eben einer Spanne von rund 100 Jahren, bis die Zeit reif wird für eine Neuerung.

Offiziell durften private Verleger im Deutschen Reich erst seit 1885 Bildpostkarten herausgeben. In manchen Ländern dauerte es sogar bis in die Mitte der neunziger Jahre, bis die Bildpostkarte allgemein im Postverkehr zugelassen wurde. War die «illustrierte Postkarte» seit Beginn der achtziger Jahre auch immer beliebter geworden, waren auch neue Themen postkartenfähig geworden – die Berliner Firma Miesler bot beispielsweise 1887 «humoristische Postkarten» als Neuheit neben den bis dahin vertriebenen Ansichtskarten an –, so wurden Bildpostkarten zur preiswerten Massenware erst nach der allgemeinen postamtlichen Billigung in den letzten Jahren des 19. Jahrhunderts, nun allerdings mit einer solchen Flut, daß weltweit das Käuferpublikum in immer neues Erstaunen versetzt wurde. Das gilt zwar nicht nur für die Thematik, sondern auch für die Drucktechnik. Die ersten Bildpostkarten waren in der Regel einfarbig, d. h. im allgemeinen schwarz, auch braun, blau oder grün auf weiß bzw. chamois. Gelegentlich waren sie handkoloriert. Eine der frühesten in Farbe gedruckten Karten, hergestellt im Verfahren der – durchaus schon etliche Jahre bekannten –

Chromolithographie erschien erst 1889: Eine Karte mit einer Ansicht von der Insel Helgoland, flankiert von einem Fischer und einer Fischerin, darin ein Motiv fortsetzend, das seit der Mitte des Jahrhunderts als kolorierte Lithographie auf Briefköpfen Verwendung gefunden hatte und in ständig neuen Variationen bis zum Ersten Weltkrieg beliebt blieb.

Auch als man Postkarten mit Bildern versah, blieb die postamtliche Vorschrift bestehen, daß die Anschriftenseite von Mitteilungen frei zu halten sei. Die Abbildung mußte sich daher entweder auf einen Teil der Mitteilungsseite beschränken, ausgesparten Platz für einige Zeilen lassen oder aber so offen gehalten sein, daß notfalls auch Worte inmitten des Bildes Platz finden konnten. Handschriftliches im Bild früher Postkarten beruht also nicht auf Banausentum, sondern auf postalischer Vorschrift. War der Mitteilungsraum auf einer Karte ohne Bild gegenüber dem verfügbaren Platz auf einem Briefbogen ohnehin schon klein, so ließ die Bildpostkarte gar keine andere Wahl, als sich auf ein Minimum an Worten zu beschränken und statt dessen das Bild sprechen zu lassen. Welche Worte ungeübter Schreiber hätten auch besser von der Faszination einer Stadt, der Beschaulichkeit eines Dorfs, der Großartigkeit eines Gebirges künden können als eine bunte Ansicht. Welcher Liebesgedanke hätte sich nicht durch ein phantasievolles Bild viel besser übermitteln lassen als durch unbeholfene Sätze? Vordruckte Mitteilungen wie Gruß und Gratulationsformeln oder passende Verse brachten zusätzliche Erleichterungen für Ungeübte, Bequeme, Zaghafte, der Konvention Angepaßte oder Vielschreiber. Das schloß natürlich nicht aus, daß es einigen besonders emsigen Schreibern trotzdem gelang, in kleinster Schrift mehrere hundert Worte oder per Kurzschrift etliche hundert Silben auf einer Bildpostkarte unterzubringen.

Um größeren Mitteilungsraum zu bieten, wurde zwischen 1902 und 1906 sukzessive die Hälfte der Anschriftenseite dafür freigegeben. Diese Regelung galt natürlich für alle Postkarten, war aber der Bildpostkarte zu verdanken. Immer häufiger nämlich wurden Stimmen laut, die sich gegen die Verschandelung des Bildes durch eingeführte Mitteilungen wandten, zumal von den Verlegern auf die Druckqualität der Abbildungen größte Anstrengungen verwendet wurden und manche Gestaltungsweisen wie Prägungen, Lackierungen und Beschichtungen Mitteilungen im Bild auch sehr erschwerten. Den Anfang machte im Januar 1902 die britische Postverwaltung. Die Freigabe der halben Adressenseite für Mitteilungen galt aber zunächst nur für den eigenen Geltungsbereich. Frankreich folgte zwei Jahre später, Deutschland 1905, die USA 1907. Die entsprechende internationale Übereinkunft erzielte man auf dem

sechsten Weltpostkongreß in Rom im Juni 1906, an dem 71 im Weltpostverein zusammengeschlossene Länder teilnahmen, so daß seitdem derart beschriebene Karten im Postverkehr zwischen allen Mitgliedsländern und damit zwischen fast allen Ländern der Erde offiziell zugelassen waren. Für Postkartensammler ergibt sich dadurch für nicht gelaufene oder undeutlich gestempelte Karten eine nützliche Datierungshilfe, da von diesen Daten an – in den einzelnen Herstellungs- und Vertriebsländern also unterschiedlich – alle neu hergestellten Karten die entsprechende Halbierung der Adressenseite für die Anschrift rechts, die Korrespondenz links aufweisen.

Die Beliebtheit der Bildpostkarte war schließlich so groß, daß man sie nicht allein verschickte, sondern in großen Mengen sammelte. Ja, man muß feststellen, daß umgekehrt die Postkartenindustrie kaum so hätte aufblühen können und insbesondere ihr Augenmerk nie so auf höchste technische Perfektion hätte legen können, wenn die Karten nur für den Tagesverbrauch gedacht gewesen wären; all der Aufwand hätte sich kaum gelohnt. Erst das Sammeln machte es sinnvoll, Kartenserien und -folgen herauszugeben – auf deren kompletten Absatz die Kartenverleger natürlich spekulierten –, und die Kenntnis von der Sammelleidenschaft stimulierte Freunde und Bekannte von Sammlern dazu, ihren Beitrag zur Vervollständigung der Sammlung zu leisten, indem man ihnen passende Karten aussuchte und mit den entsprechenden Grüßen zuschickte. Weiteres Stimulans lieferte die uns heute schier unglaublich scheinende Perfektion der Postzustellung. In allen Industrieländern wurde die Post in dem hier betrachteten Zeitraum bis zum Ersten Weltkrieg in den Städten mindestens dreimal täglich zugestellt, in den Großstädten oft sogar bedeutend häufiger. Selbst auf dem Lande war zweimal tägliche Zustellung keine Seltenheit. In München gab es beispielsweise 1890 vier Zustellgänge, in Berlin pendelte die Zahl zwischen 1876 und 1910 von neun über elf auf acht Zustellungen. Dabei wurden Unterschiede zwischen Werk- und Feiertagen erst seit 1883 gemacht, als man die Nachmittagszustellung an Sonn- und Feiertagen einstellte. Eine scharfe Zäsur brachte erst der Erste Weltkrieg durch Personalprobleme, die mit dem Einsatz von Frauen nur gemildert, nicht behoben werden konnten. Erst die immer mehr zunehmende Konkurrenz des Telefons für die schnelle Korrespondenz, sei sie geschäftlich, sei sie privat, ließ die Zahl der Zustellungen, die beispielsweise in Berlin auch 1914/15 noch zwischen drei und sechs und 1920 immer noch bei vier gelegen hatte, in den fünfziger Jahren von zwei auf eine täglich zurückgehen, und das oftmals sogar schon unter Ausschluß des Sonnabends. Der Stundenlohn des Personals war zu hoch geworden, und für die schnelle

Kommunikation konnte man auf die Mitteilung per Brief und Karte verzichten. Um die Jahrhundertwende aber war es in den großen Städten ohne weiteres möglich, sich rechtzeitig mit einer Postkarte vom Morgen zum Tee am selben Nachmittag anzukündigen, und Liebende konnten sich eine komplette Bildpostkartenserie von sechs Karten mit fortlaufendem Text an einem Tag mit unterschiedlichen Zustellungen zukommen lassen.

Dem Anlegen von Sammlungen außerordentlich förderlich war das einheitliche Format. Die Aufbewahrung aller älteren Glückwunsch-, Freundschafts- und Souvenirkarten war stets durch das überaus stark wechselnde Format erschwert worden. Selbst in Kästen führten die unterschiedlichen Größen sowie die oft voluminösen Applikationen leicht zu unerfreulichem Durcheinander, und als Lesezeichen gingen Freundschaftsdevisen leicht verloren. Jetzt aber war die Aufbewahrung im Album bequem und übersichtlich.

Benutzte man zum Aufbewahren zunächst kleine Pressen, wie sie ähnlich auch für Kartenspiele in Gebrauch waren, oder besondere Postkarten-Sammelkästen, so erwiesen sich beim Anwachsen der Sammlung Alben als praktischer. Für Photos, Oblaten oder Reklame-Sammelbilder kannte man entsprechende Alben schon, und es ist kaum verwunderlich, daß auch der neue Bedarf von der Industrie rasch befriedigt wurde. So gab es um 1897 in Deutschland schon gegen 60 Fabriken, die Sammelsteckalben für Bildpostkarten herstellten, besonders viele davon in Berlin konzentriert. Sie belieferten nicht nur den deutschen Markt, sondern exportierten auch in hohem Ausmaß, vor allem nach England und in die USA. In diesen Alben konnte man die Karten nicht allein aufbewahren, man konnte sie auch stets wieder herausnehmen, um ggf. die Rückseiten nochmals zu lesen und somit die Erinnerung an den Absender aufzufrischen. Das Album selbst fand seinen Platz auch als Statussymbol auf dem Tisch oder dem Vertiko des bürgerlichen Salons oder der guten Stube.

Die Bildpostkarten-Sammelleidenschaft erfaßte alle Bevölkerungsschichten, vor allem aber den bürgerlichen Mittelstand. Sie machte vor der Oberschicht zwar nicht halt, doch spezialisierte man sich dort zu meist auf Bildungsgüter: Kunstreproduktionen und Ansichten von Bildungsreisen. Arbeiterfamilien hatten schon aus Kostengründen geringeren Anteil, und auch die bäuerliche Bevölkerung scheint sich allem Anschein nach weniger beteiligt zu haben, als es ihren finanziellen Möglichkeiten oft entsprochen hätte. Erstaunlicherweise scheinen Bildpostkarten insgesamt vor allem zwischen weiblichen Korrespondenten verschickt worden zu sein. Ohne daß bereits genaue Auszählungen vorge-

nommen worden sind, ergibt der Augenschein, daß der Anteil der Karten von Männern an Männer oder Frauen erheblich geringer ist als derjenige der Karten, die von Frauen beschrieben wurden, sieht man von Karten mit speziellen Themen ab. Offenbar waren Männer schreibfauler, oder Frauen hatten mehr Zeit zum Schreiben. Auf Reisen mögen sie auch fürsorglicher gegenüber Daheimgebliebenen gewesen sein. Erotika oder Studentenkarten, desgleichen viele Aktualitätskarten oder Karten ausgesprochen politischen Inhalts waren eher Männersache.

Für engagierte Postkartensammler gründete man Fachzeitschriften. Zwischen 1896 und 1902 gab es davon in Deutschland mindestens elf, darunter die seit 1896 in Leipzig bzw. Baden erschienenen Zeitschriften «Der Postkartensammler» und «Internationale Ansichtskarten-Revue», die seit 1897 in Berlin herausgegebene «Illustrierte Monatsschrift für Ansichtskarten-Sammler» oder das seit 1899 in Berlin erscheinende Blatt «Die kleine Reise um die Welt in Ansichtskarten». Auch die Post selbst informierte: Im «Archiv für Post und Telegraphie. Beihefte zum Amtsblatt des Reichs-Postamtes» gibt es seit 1881 mehrfach Artikel zur Geschichte und Entwicklung der Postkarte. Die Zeitschriften allerdings hatten oft nur eine kurze Lebensdauer, und auch die Sammlervereine waren erheblichem Wechsel unterworfen. Es entstand ein «Allgemeiner Centralverband für Ansichtskartensammler», der unter anderem den Zweck verfolgte, die Mitglieder vor unreellen Händlern – die es offensichtlich auch schon gab – zu schützen. Der 1897 gegründete «Weltverband Kosmopolit. Internationale Vereinigung für Ansichtskarten-Sammler» wuchs bis 1912 auf 11 000 Mitglieder aus aller Welt. Entsprechende Postkartenclubs wurden natürlich auch in Frankreich, England und den USA gegründet, um nur die wichtigsten «Bildpostkartenzländer» zu nennen, jedoch muß man mit entsprechenden Zusammenschlüssen überall auf der Welt rechnen.

Erst nach dem Ersten Weltkrieg klang die Sammelwut ab. Nicht zuletzt deshalb lag die Blütezeit der Bildpostkarte zwischen 1895 und 1914/18. Während dieser Zeit sind Darstellungs- und Druckweise besonders breit gestreut, zumal die in späterer Zeit vorherrschende Photographie bzw. die photomechanische Reproduktion ohne jeden Versuch künstlerischer Umsetzung oder Umwandlung der Phantasie noch keinen Einhalt boten. Von Ausnahmen abgesehen überwogen nach dem Ersten Weltkrieg nicht nur die Photographie und die reine Reproduktion, es war vor allem das Verhältnis der Käufer zur Postkarte offenbar distanzierter und unsicherer geworden. Es waren keineswegs allein die schlechte Wirtschaftslage und das ausbleibende Exportgeschäft, die Käuferwünsche und Fabrikantenphantasie lähmten. Die Euphorie der

sogenannten Gründerjahre in Deutschland, der Belle Époque in Frankreich, der späten Victorianischen und der Edwardian Ära in Großbritannien, der Präsidentschaftsjahre William Mc Kinleys und Theodore Roosevelts in den USA war geschwunden. Fortschrittsglaube und daraus genährte, über die Jahrhundertwende anhaltende rauschhafte Fin-de-siècle-Mentalität waren durch das Erlebnis des Ersten Weltkriegs gebrochen. Skepsis und Kulturpessimismus beherrschten selbst dort die Gedanken, wo nicht unmittelbare Not alles Handeln lenkte. Gleichzeitig aber wurden die modernen Kommunikationsmittel weiterentwickelt: Die Zahl der Telephonanschlüsse wuchs rapide, andere bebilderte Druckerzeugnisse, vor allem die mittels der neuen Möglichkeiten zur photomechanischen Reproduktion aufkommenden neuen Typen von Illustrierten mit aktueller Bildberichterstattung, aber auch die verbilligten schwarzweiß- wie buntbebilderten Bücher zogen die Aufmerksamkeit auf sich und verdrängten die Postkarte bei großen Teilen der Bevölkerung zumindest als Objekt des Sammelns und damit des steten Wiederbetrachtens, gar nicht zu reden von Comic-Heften, farbigen Illustrierten und dem Fernsehen in der Zeit seit dem Zweiten Weltkrieg. Damit entfiel auch der Hang zu luxuriöser Ausstattung und Prachtentfaltung, wie man denn überhaupt für eine Weile gelernt hatte, bescheidener zu sein. Man gewöhnte sich daran, daß einem – wie dem Staat – auch im privaten Bereich nicht mehr alle Möglichkeiten offenstanden. Der Widerschein eines Bewußtseins der Fülle, in die man nur zu greifen brauche, in der Postkartendarstellung und ihrer technischen Ausführung war somit nicht mehr gefragt. Allerdings wurden für eine Weile auch neue Interessen geweckt: Die kaum übersehbare Menge an Filmpostkarten aus den «goldenen zwanziger Jahren» ist dafür ebenso ein Indikator wie die der Karten mit Schlagerstars, Popmusikern und Sportlern oder mit nostalgischen Reproduktionen älterer Karten in unseren Tagen. Schlagerstars, Popmusiker und Sportler erscheinen inzwischen aber auch auf Postern, Beilageblättern und aus Illustrierten auszuschneidenden mehr oder weniger großformatigen Bildern, so daß die kleine Bildpostkarte bei den echten «Fans» nur noch geringe Chancen hat.

Die Bildpostkartenherstellung

Nach der allgemeinen Zulassung der Bildpostkarte im Postverkehr war die sich ihrer Herstellung zuwendende Industrie rasch aufgeblüht. Papier-Adreßbücher der Zeit verzeichneten für Deutschland 1892 unter

dem Stichwort «Postkarten mit Städteansichten» bereits 18 Hersteller-
namen, darunter natürlich auch kleinere Betriebe. 1897 beschäftigten
sich bereits mehr als ein Dutzend hervorragender lithographischer An-
stalten in Berlin, Eisenach, Frankfurt a. M., Leipzig, München, Nürn-
berg, Stuttgart, Würzburg und anderen Orten ausschließlich mit der
Herstellung von Bildpostkarten. Außerdem stellten viele Betriebe Bild-
postkarten neben anderen Erzeugnissen wie Andachtsbildern, Oblaten,
Glückwunschkarten und -blättern für den Briefumschlag oder Reklame-
sammelbilder her. Für 1904 wurden gar insgesamt 280 Firmennamen,
darunter allein 55 in Berlin und 27 in Leipzig, genannt, bei denen man
Bildpostkarten beziehen konnte. Für Großbritannien verzeichnet An-
thony Byatts 1978 erschienenes Werk «Picture Postcards and their Pub-
lishers» 52 bedeutende und mehr als 200 weitere bemerkenswerte für
den britischen Markt tätige Postkartenverleger. Auch wenn das Buch
den Zeitraum von 1894 bis 1939 umfaßt, gehören doch fast alle genann-
ten Firmen bereits der Zeit vor dem Ersten Weltkrieg an, und nur we-
nige haben diesen überdauert. Ähnliches läßt sich für andere Länder be-
legen.

Ermöglicht wurde diese immense Flut von Bildpostkarten, mit der
ein stets aufs neue in Erstaunen versetztes Käuferpublikum überschüt-
tet wurde, durch Fortschritte in der Drucktechnik, wie wir sie uns heute
kaum vorstellen können. Der Druck weitaus der meisten Bildpostkarten
bis zum Ende des Ersten Weltkriegs basierte auf dem Verfahren der
Chromolithographie. Dabei konnte man sich zu Vorarbeiten photogra-
phischer Hilfsmittel bedienen. Wengleich die Photographie etwa seit
der Jahrhundertwende auch zunehmend selbständiges Reproduktions-
bzw. Herstellungsmittel von Bildpostkarten wurde, so blieb trotz all der
vielen anderen älteren oder neu erfundenen, mehr oder weniger kurz-
lebigen Druckverfahren die Chromolithographie vorerst die führende
Farbdrucktechnik. Das Verfahren selbst, bei dem für jede gewünschte
Farbe ein Farbstein hergestellt werden mußte, wurde letztlich zwar
schon 1816 erfunden, doch erforderte es beim Handdruck sehr viel Zeit.
Billig und somit für die Massenproduktion nutzbar geworden war es erst
durch die lithographische Schnellpresse. Diese war zwar schon 1869 in
Paris auf den Markt gekommen, war jedoch erst zum Jahrhundertende
so weit entwickelt und in so großen Stückzahlen auf dem Markt, daß die
Investition für solche Maschinen selbst kleineren Betrieben möglich
war. Damit verbunden war, daß man den Auflagedruck mit der Ma-
schine nicht von den Originalsteinen, sondern durch Umdruck von die-
sen auf größere Maschinensteine herstellte. Das hatte den Vorteil, daß
zum noch schnelleren Druck dieselbe Postkarte mehrmals oder ver-

schiedene Karten für einen Druckvorgang nebeneinander auf den Maschinenstein umgedruckt werden konnten, so daß beim Auflagedruck mit jedem Druckgang sogleich mehrere Postkarten, gleiche oder verschiedene, fertiggestellt wurden. Auch druckte man gegen Ende des Jahrhunderts nicht mehr ausschließlich vom Stein, sondern nach entsprechenden Verfahren zunehmend von billigeren Zink- und Aluminiumplatten. Erkennbar sind Chromolithographien an der Körnung des Farbauftrags, die einen engeren oder weiteren Abstand hat, um Farbnuancen zu erzielen. Das geübte Auge kann die Zahl der verwendeten Steine oder Platten ablesen, die für die Druckqualität – saubere technische Ausführung vorausgesetzt – entscheidend sind. Im Streben nach immer größerer Vollkommenheit druckte man schließlich bis zu 16 Farben über- bzw. nebeneinander.

Anders verhält es sich bei dem erst gegen Ende der 1880er Jahre mit Hilfe photographischer Verfahren gelungenen Drei- und Vierfarbendruck nach Rasteraufnahmen, bei denen das Bild aus nur drei oder vier Farben zusammengesetzt ist. Aus dem Übereinanderdruck erzielt man das farbige Bild, dessen Rasterung deutlich erkennbar ist. Für Postkarten spielte dieses Verfahren eine wichtige Rolle erst nach dem Ersten Weltkrieg.

Abgesehen von diesen Grundtechniken fanden jeweils die neuesten graphischen und drucktechnischen Verfahren für Bildpostkarten ihre erste, oft allerdings nur kurze Anwendung. Als ältere Techniken lebten Holzstich, Stahlstich und Radierung fort, dazu kam als ganz billiges Verfahren der Druck mit Gummistempeln. Neu waren vor allem die vielen auf photomechanischer Arbeitsweise basierenden Techniken, die sich oft in überstürzender Weise ablösten. Insgesamt war gerade die stürmische Entwicklung der auf der Photographie beruhenden Verfahren von größter Bedeutung, gestatteten sie doch durch immer schnellere und billigere Reproduktionen auch schwieriger Vorlagen die Rationalisierung der Herstellung immer höherer Auflagen. Man stellte Strichätzungen, Autotypien und die erwähnten Mehrfarbendrucke her und kollagierte Zeichnungen mit photographischen Vorlagen. Auch kamen reine Photokarten auf. Diese Bromsilberkarten wurden in Deutschland erstmals in den neunziger Jahren des vorigen Jahrhunderts im Großbetrieb hergestellt von der «Neue Photographische Gesellschaft» in Berlin. Die Möglichkeit dazu bot die Erfindung von Schnellkopiermaschinen, denn es handelte sich tatsächlich um echte Photoabzüge. Das Bromsilberpapier dazu wurde auf der Rolle zu in der Regel 70 cm Breite und 1000 m Länge geliefert, das war um 1900 ungefähr eine Tagesmenge. Kolorierungen mit lasierenden Wasserfarben, durchweg vorgenommen mit

Schablonen, wurden vielfach in Heimarbeit von Frauen ausgeführt. Die gleichen Papiere, allerdings schon auf Postkartenformat zugeschnitten und mit Postkartenaufdruck versehen, wurden auch Photoamateuren und Berufsphotographen zur Herstellung eigener Postkarten angeboten.

Mit einer immer vollkommeneren Drucktechnik ließ man es allerdings nicht bewenden. Man bedruckte schließlich nicht mehr nur Papier, sondern auch Metallfolien und Stoff – vornehmlich Seide –, Leder und Holz. Die erste Holzpostkarte scheint 1897 bei Zeller in Straßburg verlegt worden zu sein. Die ersten Seidenpostkarten dürften 1903 von R. T. Morgan & Co. in London herausgebracht worden sein, hergestellt in der berühmten Seidenbilderweberei von Stevens in Coventry. Hinzu kam die Veränderung der Oberfläche der Druckträger durch samtiges Aufrauhn vor und der Überzug mit Firnissen und Lacken oder durchsichtigen glänzenden Folien nach dem Druck. Man wandte Prägeverfahren und Applikationen von Seide, Plüsch und Metallfolien, Sand, Mineralstaub, Metallteilchen oder Glaskügelchen an. Die zuletzt genannten Stoffe wurden endgültig 1929 von der Post zum Schutz der Postbediensteten verboten, auch wenn erste Verbote schon 1901 – offenbar fruchtlos – ausgesprochen wurden. Prägen und Applizieren waren dabei sehr alte Techniken, die schon im 17. und 18. Jahrhundert für Devotionalien und Wunschblätter verwendet wurden. Automatische Stanz- und Klebmaschinen ermöglichten die Übernahme derartiger Ausschmückungstechniken auch für die Postkarte.

Ähnlich haben Karten mit verstellbaren Rädchen für Datumsangaben, mit Transparenteffekten oder Klappmechanismen und Hebelzügen ältere Vorbilder. Zu den Karten mit Klappmechanismen gehören auch die sogenannten Rucksack-, Hosenlatz- oder Briefklappenkarten mit kleinen herausziehbaren Leporellos von Ansichten oder Scherzszenen. All diese Karten ließen sich heute noch genau so herstellen, hätten sich inzwischen die Lohnkosten für den trotz aller Mechanisierung noch erheblichen Anteil von Handarbeit nicht so außerordentlich vervielfacht. Auch die Herstellung von Prägeplatten und die Einrichtung von Maschinen für ganz bestimmte, je nach der gewünschten Abbildung zu verändernden Applikationen oder Ausstanzungen erfordern hohen manuellen Aufwand, der heute viel zu teuer geworden ist. Ebenso mußten die aufwendigen Druckverfahren, so das der Chromolithographie, wegen ihrer Lohnintensität dem weniger qualitätvollen Vierfarbendrucker weichen. Allein die Herstellung von Karten mit bestimmten Düften – Veilchen-, Rosen-, Frühlingsduft, damals der letzte Schrei – würde auch heute keine wesentlichen Probleme verursachen, hätte sich nicht die Begeisterung für derlei Überraschungen ein wenig gelegt.

So sind denn all die faszinierenden Neuheiten, mit denen die Postkartenproduzenten im In- und Ausland um Marktanteile stritten, Erfindungen der Zeit etwa zwischen 1895 und 1914. Wirtschaftlich vertretbare Materialien und Herstellungsverfahren überlebten und wurden nach dem Ersten Weltkrieg weiter verwendet, sofern sie dem Käufergeschmack noch entsprachen; wirklich Neues kam nicht mehr hinzu. Verändert wurde das Format: Zwischen den beiden Weltkriegen wurde das sogenannte Weltpostkartenformat von durchschnittlich $10,5 \times 14,8$ cm (= Format DIN A6) entwickelt, das sich in Deutschland in den 1930er und 1940er Jahren langsam durchsetzte und inzwischen wegen des Zwangs zur Mechanisierung der Postbearbeitung in den Postämtern allgemein vorgeschrieben ist. Gewandelt haben sich die Druckverfahren: Üblich sind neben Photokarten bis auf wenige Ausnahmen nur noch die Vier-farben-Offsetdrucke, sieht man von den Karten mit kleineren Auflagen ab, die von besonderen Interessenten zu nichtkommerziellen Zwecken herausgegeben und gelegentlich in einfacheren und noch billigeren Verfahren hergestellt werden. In gewissem Umfang neu sind lediglich die seit einigen Jahren erhältlichen Karten mit eingepreßten Schallplatten und mit 3-D- bzw. Wandeleffekt durch Verwendung gerillter Kunststoffbeschichtungen. Allerdings sind solche Neuerungen nicht mehr in Deutschland entwickelt worden, auch wenn jene Wandelkarten beispielsweise auf Prinzipien beruhen, die die europäische und somit auch die deutsche Malerei, die populäre zumal, spätestens seit der Renaissance kennt. Diese Karten wurden durchweg in den USA entwickelt und vielfach in Japan oder Hongkong nach amerikanischem Design gedruckt.

Um die Jahrhundertwende war Deutschland zur Heimat der neuen Postkartenindustrie geworden und hatte aufgrund der unübertroffenen Druckqualität und der vielen Novitäten bis zum Ersten Weltkrieg eine international führende Rolle.

Die Bildpostkarte, für die das Design auch vom Besteller vorgegeben werden konnte, war zum gefragten Exportartikel geworden. Genaue Exportzahlen liegen zwar nicht vor, doch schätzten Zeitgenossen, daß etwa 50% der deutschen Produktion in den Export gingen. Exportiert wurden allerdings nicht allein Bildpostkarten – und mit ihnen zusammen andere populäre Druckerzeugnisse wie Bilderbögen, Oblaten, Sammelbilder u. ä. –, sondern auch Druckmaschinen und, nicht zu vergessen, auf allerdings wenig redliche Weise die Bildentwürfe selbst, denn der Gebrauchsmusterschutz war nur auf nationaler Ebene durchsetzbar, weltweit existierte er für Druckerzeugnisse noch nicht. Insbesondere US-amerikanische Hersteller gingen daher dazu über, Karten auf ihren

eigenen – importierten, nachgebauten oder neu entwickelten – Maschinen selbst zu drucken. Schutzzollmaßnahmen der Importländer folgten seit etwa 1906. Besonders betroffen davon waren die reinen Ansichtskarten, etwa vom Typ «Grüß aus. . .», die als Auftragsproduktion nach vorgegebenem Entwurf enorme Exportziffern erzielt hatten, da ja vom kleinsten Dorf bis zur größten Stadt ein ungeheurer Bedarf an solchen Karten bestand. Sie waren die ersten, die mit hohen Einfuhrzöllen belegt wurden, da man meinte, sie könnten ebenso gut im Lande selbst hergestellt werden. Besonders schädigend wirkte sich das neue US-amerikanische Zollgesetz vom August 1909 aus, das das zuvor gültige Gesetz von 1897 ersetzte und u. a. zur Folge hatte, daß auf Ansichtskarten doppelt soviel Zoll wie auf andere Bildpostkarten erhoben wurde, im Durchschnitt fast 60% des Wertes. Andererseits waren gerade diese Zollgesetze mit verantwortlich für den unglaublichen Ausstoß an «Neuheiten», die nicht die Ansichtskarten betrafen und für die man stets ins Feld führen konnte, daß sie im Importland nicht hergestellt werden könnten. Nahezu sämtliche «Neuheiten» auf dem Postkartenmarkt hatten damals in Deutschland ihren Ursprung. In Deutschland versorgte man gleichsam den Geschmack der Welt, und es ist schon erstaunlich, wie dieser Geschmack rund um die Welt nahezu gleich war, so daß dieselben Designs nur mit veränderten Textendrucken in der jeweiligen Landessprache weltweit exportiert werden konnten. Aber auch auf spezielle Markterfordernisse stellte man sich ein. Viele der berühmt-berüchtigten «französischen» Karten mit mehr oder weniger handfester Erotik, nach denen vor allem Paris-Besucher verlangten, waren nach gelieferten Vorlagen in Deutschland hergestellt, auch wenn sie dort selbst keinen ernstzunehmenden Absatz finden konnten.

Auf diese Weise wuchs die Postkartenindustrie bis zur Katastrophe des Ersten Weltkriegs allenthalben in nur schwer noch nachvollziehbarem Ausmaß: In Deutschland, um die Marktanteile zu behaupten, in den anderen großen Industrieländern, insbesondere in Großbritannien, Frankreich und den USA, um eigene Marktanteile am Postkartensammel- und sendewahn zu erreichen und die importierende Konkurrenz aus dem Feld zu schlagen.

Vergleichszahlen sind nur schwer beizubringen, da sie in der Regel auf unterschiedlichen Erhebungsmodalitäten basieren. Die Zahlen der Post selbst beziehen sich natürlich nur auf die versandten Karten, und das ohne Unterschied, ob mit oder ohne Bild, und die Industriestatistik wird in den einzelnen Ländern unterschiedlich gehandhabt und ist darüber hinaus auch auf Schätzungen angewiesen. Die hier genannten Zahlen mögen somit auch nur Größenordnungen vor Augen führen: Für

1899, also noch am Beginn des Postkartenfiebers, weist die Produktionsstatistik folgende Zahlen aus:

- ▷ In Deutschland werden 88 Millionen Karten produziert, das sind bei 50 Millionen Einwohnern 176 Karten/100 Einwohner
- ▷ In England werden 14 Millionen Karten produziert, das sind bei 38,5 Millionen Einwohnern 36 Karten/100 Einwohner
- ▷ In Belgien werden 12 Millionen Karten produziert, das sind bei 6,2 Millionen Einwohnern 194 Karten/100 Einwohner
- ▷ In Frankreich werden 8 Millionen Karten produziert, das sind bei 38 Millionen Einwohnern 21 Karten/100 Einwohner.

Dabei ist in Rechnung zu stellen, daß aus Deutschland wie auch aus dem hochindustrialisierten Belgien ein hoher Anteil der Produktion exportiert wurde. Die anderen Länder aber holten rasch auf: Bereits im März 1906 bezifferte der amerikanische «Postcard Dealer» den jährlichen Bildpostkartenverbrauch und damit -verkauf in Deutschland mit rund 1,161 Milliarden Karten, in den USA mit 770,5 Millionen und in Großbritannien mit 734,5 Millionen. In den USA wuchs diese Zahl bis 1913 auf über 968 Millionen Karten an, das sind bei circa 90 Millionen Einwohnern also rund 1076 Karten je 100 Einwohner pro Jahr. Im selben Jahr beförderte die Deutsche Reichspost nahezu 2 Milliarden Karten, bei rund 65 Millionen Einwohnern also rund 3000 Karten je 100 Einwohner. Und auch aus Frankreich liegt noch eine Zahl für das Jahr 1910 vor, in dem man dort 123 Millionen Karten herstellte, gut 300 Stück je 100 Einwohner.

Was das für den Postbetrieb bedeutete, mögen einige weitere Zahlen veranschaulichen: Von den gut 10 Millionen Ansichtskarten, die in der Woche vom 9. bis zum 16. August 1900 im Deutschen Reich befördert wurden – das war bereits außerhalb der damaligen Hauptreisezeit! –, entfielen allein auf den Oberpostdirektionsbezirk Berlin 1 188 000 Karten, das waren täglich fast 170 000 Stück oder, bei einem Mindestgewicht von 1,5 g je Karte, mehr als 5 Zentner. In New York rechnete man 1906 damit, daß jeder der vielen aus Europa eintreffenden Postdampfer 50 000–60 000 Postkarten mitbrächte, und 1909 hatte das Hauptpostamt von Baltimore allein während der Weihnachtszeit mehr als eine Million Postkarten zu bewältigen. Ein großes Geschäft also: Für die Hersteller, die Händler und, nicht zu vergessen, die Post selbst. Was den Handel mit Bildpostkarten betrifft, sei nur das Beispiel des Harzer Brockenhauses erwähnt. Von diesem beliebten Ausflugsziel wurden im Sommer 1899 808 000 Postkarten verschickt, das Zehnfache des Jahres-

ergebnisses von 1893. Kein Wunder, daß im Jahr zuvor der Wirt das Angebot abgelehnt hatte, den Postkartenverkauf gegen eine Jahrespacht von 20 000 Mark abzutreten, sondern lieber weiterhin in eigener Regie verkaufen wollte, zumal die Entwicklung rasant steigenden Umsatz verhiß.

Postkartenästhetik

Die geistigen und formalen Grundlagen für die bebilderten Darstellungen auf Postkarten lassen sich weit zurückverfolgen. Zu den Vorläufern sind die Glückwunschlätter zu zählen, die zu den verschiedensten Gelegenheiten in mannigfaltigster Form angeboten wurden, und die biedermeierlichen Liebes-, Freundschafts- und Erinnerungskärtchen, die vor allem in Wien und Prag, darüber hinaus aber in allen wichtigen Städten mit nur einigermaßen regem Druckereigewerbe und entsprechender Absatz Erwartung entstanden. Ja, es gehört eigentlich alles an populärer Druckgraphik dazu, das bis zum Auftritt der Bildpostkarte hergestellt worden war: Die so beliebten Bilderbögen, von denen viele Themen direkt auf die Postkarte übergingen, dazu auch der weite Kreis der Jahrmärktegraphik – Ankündigungs- und Werbezettel, Plakate, Bänkelsänger- und Guckkastenbilder, Schautafeln und verkäufliche Bilderblätter –, auch Karikaturen und politische Flugblätter, ferner sogenannte Glanzbilder oder Oblaten, wie sie in Stammbüchern und Sammelalben eingeklebt wurden, Prägedrucke und Stanzspitzenbildchen, die vor allem für die Heiligenverehrung sehr geschätzt wurden, dazu Visitenkarten, Menükarten, Tanzkarten, Bonboneinwickelpapiere, Zigarrenkisten- und Tabakpaketaufkleber, überhaupt sämtliche Erzeugnisse der sogenannten Luxuspapierherstellung, auch die Portraitphotographie, die im Visitenkartenformat für Familienalben bereits eine große Rolle spielte, schließlich aber auch das weite Feld der in Kupferstich, Radierung, Stahlstich und Lithographie ausgeführten Ansichtsgraphik, der schon seit mindestens zwei Jahrhunderten auch als Reiseandenken eine hohe Bedeutung zugekommen war und die infolgedessen im 19. Jahrhundert auch auf Briefköpfen ihren Platz gefunden hatte.

Auf all das konnten Bildpostkartenproduzenten und Bildpostkartenentwerfer zurückgreifen, und sie taten das, wo immer sich ihnen Gelegenheit bot, sowohl vom Anlaß her als auch von der Bildmotivik. Das heißt also, wenn früher Ansichtsgraphiken und Bilderbögen mit Ansichten für Reisende feilgeboten wurden, so standen jetzt entsprechende Postkarten zur Verfügung. Bildpostkarten ersetzten die älteren Typen