

FOTOGESCHICHTE

Timm Starl, Eva Tropper (Hg.)

Zeigen, grüßen, senden

Aspekte der fotografisch illustrierten Postkarte



Eva Tropper Bild/Störung

Beschriebene Postkarten um 1900 [5]

Roberto Zaugg Zwischen Europäisierung und Afrikanisierung. Zur visuellen Konstruktion der Kapverden auf kolonialen Postkarten [17]

Sándor Békési »Puszta-Idyll«. Zur Konstruktion und Tradition eines Landschaftsmotivs [29]

Rudolf Jaworski Augenblicke des Politischen. Die Entstehung der Tschechoslowakischen Republik auf alten Fotopostkarten [39]

Timm Starl »... freue ich mich Sie und Ihre Freunde begrüßen zu dürfen«.

Einladungskarten zu Fotoausstellungen [45]

Rezensionen [56]

Forschung [69]

Bücher [72]

Cubata de indigenas.



Anonym: »Cubata de indigenas«, S. Vicente, Union Bazar, Postkarte, frankiert und abgestempelt nach 1910 auf S. Vicente [Privatsammlung Roberto Zaugg].

ZEIGEN, GRÜSSEN, SENDEN EDITORIAL

Die Rede ist von der illustrierten Postkarte, also einem dünnen Karton in den Maßen von zumeist 9 × 14 bis 10,5 × 15 cm, der eine Bild- und eine Anschriftenseite aufweist. Herausgehoben haben wir jene mit fotografischen Abbildungen versehenen Karten, die seit dem letzten Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts in Umlauf gekommen sind.

Illustrierte Postkarten werden hergestellt, um für etwas zu werben – sie sollen den Betrachter des Bildes für dessen Inhalt einnehmen: für eine Ortschaft, eine Gegend, eine Region, ein Ausflugsziel, eine Lokalität, ein Bauwerk, eine Person, eine politische Ansicht, ein Produkt, eine Novität, ein Kunstwerk, ein besonderes Ereignis, ein markantes Datum, ein Gedenken, ein Projekt, eine Veranstaltung. Genrekarten propagieren bestimmte Rollenbilder und Verhaltensweisen. Auch die Glückwunschkarten werden nicht zuletzt verschickt, um den Absender, der sich an den Anlass rechtzeitig erinnert, ins rechte Licht zu rücken.

Weil Reklame darauf abzielt, möglichst viele Personen zu erreichen, werden Massenaufgaben und eine große Reichweite angestrebt. Die Voraussetzungen wurden unter anderem in den 1880er Jahren mit der sogenannten »Kilometerphotographie« geschaffen. Diese erlaubt die Ausarbeitung von Positivabzügen auf vollautomatischen Kopiermaschinen. Im selben Jahrzehnt kam die Autotypie auf, die zusammen mit anderen Reproduktionstechniken wie dem Lichtdruck die Wiedergabe von fotografischen Aufnahmen erlaubte. Die Postkarte löste nach und nach – und endgültig mit dem Ersten Weltkrieg – die Visit- und Cabinetfotos ab, bei denen das Positiv zur Stabilisierung auf einen stärkeren Untersatzkarton geklebt werden musste. Damit war ein leichter und handlicher Bildträger für fotografische Wiedergaben auf den

Plan getreten, der zudem schriftliche Mitteilungen aufnehmen und zum verbilligten Tarif per Post versandt werden konnte. Diese Multifunktionalität, in der Zeigen, Grüßen und Senden in eins fallen, verhalf dem Medium zu seiner erstaunlichen Karriere.

Seit den 1990er Jahren lässt sich ein neues Interesse an der Postkarte beobachten. Nachdem sie zunächst vornehmlich ein Anliegen einer engagierten Sammlergilde gewesen war, später von Stadt- und Heimatmuseen zur Darstellung historischer Topografie eingesetzt wurde und seit den 1970er Jahren manchen Ethnologen und Alltagshistorikern als Quellenmaterial gedient hatte, ansonsten jedoch vorwiegend zu Illustrationszwecken Verwendung fand, um historische Texte bildlich auszuschnücken, haben sich in jüngster Zeit Kunst- und KulturwissenschaftlerInnen für das populäre Medium interessiert.

So fragen wahrnehmungsgeschichtliche Ansätze danach, welche Rolle Postkarten in der symbolischen Konstruktion von Landschaft spielen und gespielt haben. Als Bildträger, die zwischen dem Öffentlichen und dem Privaten vermitteln, haben Postkarten Wahrnehmungsgewohnheiten geformt und Landschaftsimagen erzeugt, die der »tatsächlichen« Landschaft zusehends vorgängig geworden sind. Eine politisch interessierte Kulturwissenschaft hat sich die Frage gestellt, welche Funktion Post- und Propagandakarten in nationalen Identitätsbildungsprozessen übernommen haben, insofern sie die jeweilige Rhetorik des Nationalen nicht nur auf visueller Ebene mitgeformt, sondern auch sprachlich verhandelt und ins Private hineingetragen haben. Darüber hinaus sind Postkarten auch von den post-colonial-studies als Quelle entdeckt worden. Denn koloniale Postkarten, die oft ausdrücklich für einen europäischen Markt produziert worden sind,

waren ein ideales Medium, um die bedrohliche Fremde in vertraute Bilderordnungen zu überführen und damit zu einem Objekt der Aneignung und Kontrolle zu machen. Eine Analyse kann diese Mechanismen offen legen und die latente Eurozentrik des Mediums zum Thema machen. Solche Ansätze, die zwischen Ethnologie, Geschichtswissenschaft und Visual Culture Studies situiert sind, haben maßgebend zu einer Neubewertung des lange als »muffig« und »banal« verschrienen Mediums beigetragen.

Doch auch die Kunstgeschichte, die sich von allen Disziplinen am längsten dagegen gewehrt hat, die Postkarte als Gegenstand ernst zu nehmen, hat inzwischen ihre Relevanz anerkannt. So ist unlängst das Interesse der historischen Avantgarden an Postkarten thematisiert worden. Die Frage, in welcher Weise populäre Bilder zu Impulsgebern oder »Vorläufern« moderner Kunst geworden sind, scheint uns allerdings die überkommene Hierarchie von *high* und *low* weiterzuschreiben. Denn die populäre Bildwelt erfährt bei einem solchen Forschungsansatz zwar Beachtung, aber gewissermaßen in rückwärts gewandter Ableitung eines späteren, als eigentlich relevant erachteten Phänomens. Die Voraussetzungen, die zu ihrer Konstituierung geführt haben, bleiben dabei im Dunkeln.

Im Gegensatz dazu wollen wir die Aufmerksamkeit auf die Postkarte selbst richten, auf ihre mediale Eigenlogik, die zwischen Bild und Text, zwischen Fotografen, Verlegern und Verkäufern, Absendern und Sammlern ausverhandelt wird. Die in diesem Heft versammelten Aufsätze können das riesige Feld und die inhaltliche Spannweite der Produktion und des Gebrauchs seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert natürlich bei weitem nicht abdecken. Sehr wohl aber zeigen sie exemplarisch, welche Fragen sich an das Medium Postkarte stellen lassen. Bei der Auswahl der Beiträge ging es uns um möglichst unterschiedliche Motivgruppen und zugleich um differente Perspektiven im Blick auf diese.

Sándor Békési verfolgt ein einziges Postkartenmotiv – nämlich »Ziehbrunnen mit Schilfhütte« im burgenländischen Seewinkel –, um mit Blick auf seine Genese festzustellen, dass es keineswegs »natürlich« zu-

stande gekommen ist. Statt Landschaft einfach abzubilden, so wird an diesem Beispiel deutlich, nehmen Postkartenbilder Teil an ihrer symbolischen »Herstellung« und touristischen Zurichtung.

Roberto Zaugg zeigt an unterschiedlichen Postkartenmotiven der kolonialen Kapverden, dass die »visuelle Konstruktion« des Archipels und seiner Bewohner keineswegs einheitlich und widerspruchsfrei erfolgt ist. Im Gegenteil wird deutlich, dass die Darstellung der Kapverden von unterschiedlichen Bildbedürfnissen und Kommunikationsabsichten getragen war, je nachdem, ob sich etwa ortsansässige Angehörige der Kolonialmacht oder Passagiere der transatlantischen Dampfer im Visier der Verleger befanden.

Rudolf Jaworski hat illustrierte Postkarten aus der Anfangszeit der Ersten Tschechoslowakischen Republik zusammengetragen und arbeitet die Relevanz der fotografischen Ästhetik im Zusammenhang mit dem politischen Neuanfang heraus. Vor der späteren Standardisierung der Postkartenproduktion zeigt sich für die frühe Phase der Republik eine große Spannweite der Motive zwischen Knipsperfotos und professionellen Inszenierungen.

Timm Starl stellt eine ungewöhnliche Sammlung von Einladungskarten zu Fotoausstellungen aus den letzten drei Jahrzehnten vor. Dieses bislang unbeachtete Genre wird historisch rekonstruiert und einer medienspezifischen Analyse unterzogen.

Eva Tropper fragt ausgehend von bekritzelten Postkartenmotiven der Jahrhundertwende nach dem materiellen Verhältnis von Bild und Schrift auf Postkarten. Dabei wird deutlich, dass sich die Genese des Mediums auch als eine Emanzipationsgeschichte des Bildes erzählen lässt, die Hand in Hand mit Prozessen einer zunehmenden Textverdrängung verlaufen ist – bis die Schrift die Bilder selbst besetzt hat und damit einen neuen, »respektlosen« Umgang mit ihnen zur kollektiven Praxis werden ließ.

In diesen sehr unterschiedlichen Ansätzen und Perspektivierungen soll das Medium Postkarte exemplarisch befragt werden und damit in seiner Komplexität Konturen gewinnen.



Offizielle Postkarte der Deutschen Reichspost zum Jahr 1900, Ganzsache mit Ersttagstempel, 9,2 × 14 cm (Privatbesitz)