

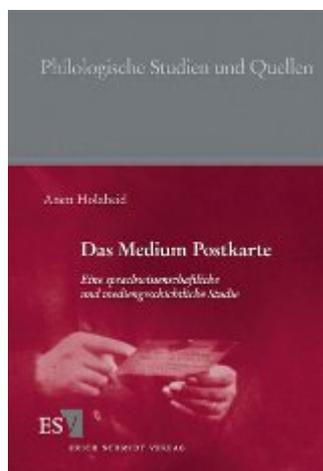
# rezensionen:kommunikation:medie n

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

## Anett Holzheid: Das Medium Postkarte

Redaktion · Mittwoch den 3. Juli 2013

Rezensiert von Christine Haug



Vor dem Hintergrund des fortschreitenden Industrialisierungs- und Modernisierungsprozesses in Deutschland im 19. Jahrhundert erlebten Kommunikation und Mobilität eine regelrechte Revolution. Mit Erfindung von **Telegraphie**, mit Expansion von Eisenbahn und Dampfschiffahrt, flankiert von Tourismus und Ausbau der innerstädtischen Verkehrs- und Kommunikationssysteme zeichnete sich um die Mitte des 19. Jahrhunderts ein Trend hin zur **Kurzkommunikation** ab, der bereits mit der **Telegraphie** in den 1830er Jahren angestoßen worden war, mit der Einführung der Postkarte allerdings seine eigentliche Entfaltung auch in der Privatkommunikation erlebte.

Es entstand die ‘Correspondenz-Postkarte’, die Kommunikation deutlich verkürzte und beschleunigte. In den Jahren zwischen 1865 bis 1870 in Deutschland und Österreich eingeführt, expandierte dieses Kommunikationsmedium seit 1874 im europäischen Raum und fand seinen Einsatz in über 20 Ländern (vgl. 10). Die Postkarte, wie sie seit 1872 ‘kurz’ genannt wurde, avancierte zu einem populären Übertragungsmedium für knappe Textbotschaften, spätestens in Verbindung mit dem Typus **Bildpostkarte** zu einem visuellen Kommunikations- und Speichermedium, das zu einer kulturgeschichtlich kaum zu unterschätzenden Ökonomisierung von Raum, Zeit und Kommunikation führte.

In der privaten Kommunikation galt die Postkarte allerdings schnell als ein in der bürgerlichen Briefkommunikation nicht opportunes Medium, das gegenüber dem Brief geringschätzt wurde. Es kollidierten somit tradierte bürgerliche Kommunikationsformen mit der Postkartenkommunikation, die Auswirkungen auf Adressaten und Empfänger sowie auf deren Medienumgang hatte und unter

anderem auch auf Sprachduktus und Textbotschaften einwirkte.

Die Untersuchung (zugleich Dissertation 2008 an der Universität Würzburg) stellt einerseits die Entstehung und Konzeption der Postkarte, andererseits eine sprach- und mediengeschichtliche Analyse dieses neuen Kommunikationsmediums für das 19. und 20. Jahrhundert in Aussicht. Sie erforscht den Prozess der kommunikativen Funktionalisierung und Habitualisierung der Postkarte als kleine Kommunikationsform und rekonstruiert die sozial- und kulturhistorisch relevanten Einflussfaktoren auf die Postkartenkorrespondenz sowie deren Spezifika. Die Postkarte als Medium ist ein in der Kommunikations- und Medienwissenschaft wie auch in der Buchwissenschaft noch immer arg vernachlässigtes Forschungsfeld. So gehört die erstmalige umfassende Beschäftigung mit der Postkartenkommunikation und der damit verbundenen Metakommunikationen (Diskurse über Postkarten) und der Postkartensprache zweifelsohne zu den besonderen Verdiensten dieser Arbeit, zumal die Verfasserin sich ein solides Quellenkorpus von ca. 10.000 Karten zusammengestellt hat (das im Anhang der Studie beigegeben wird).

Im Fokus der Untersuchung steht die Frage nach dem Funktionieren von Postkartenkommunikation. Weil es sich hauptsächlich um eine sprachwissenschaftliche Untersuchung mit starker textlinguistischer Perspektive handelt, verschiebt sich der Akzent auf die Postkarte in ihrer Eigenschaft als sprachlicher Träger. Somit bleiben die Produktionstechniken (Fotografie in Fotopostkarten) und der Postkartenmarkt (Xylografische Anstalten, Verleger, Groß- und Einzelhandel) Themenfelder, die nur am Rande aufgegriffen werden. Die Herausbildung der [Ansichtspostkarte](#) ist zudem konstitutiver Bestand der fortschreitenden Industrialisierung des Reisens und des Tourismus’.

Die medialen Bedingungen der Postkarte im Krieg werden aufgegriffen und es zeichnen sich weitergehende Forschungsperspektiven allein für den Untersuchungsgegenstand der Feldpostkarte ab. Die in Verbindung mit der Postkarte entstandene Sammlerszene, ihre Zusammensetzung und ihre eigenen Zeitschriften, die kommunikativen Aspekte der Sammelkultur bleiben dagegen ebenso außen vor wie die rechtlichen Rahmenbedingungen, beispielsweise Zensur und Verbot von Postkarten (hier insbesondere die erotische Fotopostkarte), aber auch die Frage des Leistungsschutzes im Postkartensegment.

Während die Frage nach der Habitualisierung der Kurzkommunikation in bürgerlichen Kreisen angeschnitten wird, bleibt ein weiterer wichtiger Aspekt dennoch unterrepräsentiert – nämlich der der postkartenrelevanten Ausübung bürgerlicher Tugenden außerhalb des privaten Raums, der hier eng an die gesellschaftliche Form des Vereins gebunden ist. Es entstanden spezielle Vereinspostkarten, die erstens als Werbemedium die Vereinsziele nach außen kommunizierten, zweitens über vereinseigene Veranstaltungen und Feste (Turnertreffen, Stiftungsfest, Hauptversammlungen) informierten und drittens vereinsorganisatorische Aufgaben (Einladung zur Zusammenkunft, Quittierung des Mitgliedsbeitrags, usw.) übernahmen. Die Verfasserin widmet diesem sozialgeschichtlich so bedeutsamen Themenfeld nur wenige Seiten; in diesem Kontext fehlt zugleich jeglicher Hinweis auf die Schutzvereine als produktivste Verlage von Bildpostkarten mit Werbeaufdruck und zusätzlicher Vereinsmarke.

Die Ausblendung dieser sozial- und kulturgeschichtlich, druck- und illustrationsgeschichtlich so wichtigen Aspekte wird von der Verfasserin nicht begründet, obgleich die bewusste Auslassung dieser Forschungsfelder aus zeit- und arbeitsökonomischen Gründen durchaus zu rechtfertigen gewesen wäre. Gleichwohl: Die Studie wendet sich einem zentralen Kommunikationsmedium des 19. und 20. Jahrhunderts zu, verankert das populäre Medium an der Schnittstelle linguistischer,

kommunikationshistorischer und medienkultureller Forschungsfelder und betritt damit völliges Neuland; es ist zu erwarten, dass diese Untersuchung weitere Impulse für eine tiefere wissenschaftliche Auseinandersetzung mit diesem populären Medium gibt.

Wichtige Anknüpfungspunkte allein für die Buch- und Verlagsgeschichtsschreibung werden jedenfalls geboten. Mit der Etablierung des Telefons erlebt die Postkartenkommunikation einen wichtigen Einschnitt. Auch dieser Medienwandel schlägt sich in der Verlagsgeschichtsschreibung nieder, wenn beispielsweise der Austausch zwischen Lektor und Autor, der Gesprächsinhalt über Auflagenhöhen, Buchausstattung, über die Wahl der Druckerei und Schriftgießerei nur noch vermutet werden kann.

*Links:*

- [Verlagsinformationen zum Buch](#)
- [Webpräsenz von Dr. Anett Holzheid an der Universität Siegen](#)
- [Webpräsenz von Prof. Dr. Christine Haug an der Ludwig-Maximilians-Universität München](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Mittwoch den 3. Juli 2013 um 11:37  
in der Kategorie: [Einzelrezension](#).

Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\)](#) Feed verfolgt werden.

Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.