

Jutta Assel / Georg Jäger

Erotik und Zensur

Die erotische
Postkarte
mit einer kurzen
Geschichte der
Postkarte bis
1933



Jutta Assel / Georg Jäger

Erotik und Zensur

**Die erotische Postkarte
mit einer kurzen Geschichte der Postkarte bis 1933**

TD
München 2021

Publiziert auf ART-Dok – Publikationsplattform Kunst- und Bildwissenschaften,
Universitätsbibliothek Heidelberg 2021.

Die Online-Version dieser Publikation ist dauerhaft frei verfügbar (Open Access).
doi: <https://doi.org/10.11588/artdok.00007495>

Dieses Werk ist unter der Creative Commons-Lizenz CC BY-NC-ND 4.0 veröffentlicht.

Impressum

Jutta Assel / Georg Jäger

Erotik und Zensur

Die erotische Postkarte
mit einer kurzen Geschichte der Postkarte bis 1933

Herausgeber: Thomas Dreher

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche
Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über dnb.dnb.de abrufbar.

Copyright © 2021 Jutta Assel/Georg Jäger

(Teil I: Jutta Assel / Georg Jäger; Teil II und Teil III: Jutta Assel)

This work may be copied in noncommercial contexts if proper credit is given to the authors
(Copyright defined in “Creative Commons Attribution-NoDerivs-NonCommercial 1.0”,
URL: <https://creativecommons.org/licenses/by-nd-nc/1.0/>).

Umschlaggestaltung: Walter Heindl

Verlag:

Thomas Dreher

Sachranger Strasse 31

81549 München

TDreher@onlinehome.de

Druck: epubli – ein Service der neopubli GmbH, Berlin

Cover-Illustration:

Lex Heinze. Frau Venus war bis dato leider, / Ohne die nöthigsten Unterkleider. /
Zeitgeistgemäß hier sieht man sie, / Die ungenierte: von Medici! Postkarte. Hersteller
unbekannt, Nr. 1613. Nicht gelaufen. Adressseite ungeteilt.

Editorische Notiz

Das Projekt „Erotik und Zensur“ von Jutta Assel und Georg Jäger besteht aus fünf Teilen. Teil I ist 2015 im Goethezeitportal unter dem Titel „Vorstudien und Dokumente zu einer Geschichte der Bildpostkarte bis 1933“ ohne Textillustrationen, aber mit „Dokumentarischem Anhang“ (Teil IV) und der Bibliographie (Teil V) publiziert worden. Die Teile II und III befanden sich im Nachlass von Jutta Assel - sie starb zu unserer Bestürzung am 11.11.2020. Die Gliederung des Bildteils (Teil III) war auch der Leitfaden des Textteils (Teil II) über die Erotik in der Bildpostkarte. Jutta Assel hat mehrere Kapitel des Teils II ausformuliert; die Vorbereitung weiterer geplanter Kapitel hat ihr Tod verhindert. Thomas Dreher hat die publizierten und im Nachlass gefundenen Teile in eine PDF-Fassung für das Goethezeitportal und für eine Buchfassung (Book on Demand) so integriert, dass es in der geplanten Form erkennbar wird. Möge es für weitere Studien zu diesem interessanten Thema nützlich sein!

Thomas Dreher

Inhaltsverzeichnis

Teil I Kurze Geschichte der Postkarte bis 1933	11
Von Jutta Assel und Georg Jäger	
I.1 Einführung der Postkarte und Bildpostkarte	11
I.2 Kommunikative Funktionen und Strukturmerkmale	
I.3 Die Bildpostkarte in ihren Varietäten	
Auswahl einiger Themen	19
I.3.1 Fürsten-Postkarten: Adel „zum Anfassen“	21
I.3.2 Vereins- und Wohlfahrtskarten: Bildungspolitische und weltanschauliche Propaganda	22
I.3.3 Heimat, deutsche Landschaften	24
I.3.4 Reklamekarten, Reklame auf Karten	25
I.3.5 Humor, Karikatur, Zerrbild: Antisemitische Karten	28
I.3.5.1 Der kleine Cohn	28
I.3.5.2 Hotel-, Restaurant- und Bäderwerbung: Das Geschäft mit dem Antisemitismus	30
I.3.6 Postkarten-Spezialitäten	31
I.4 Die Fotopostkarte	32
I.4.1 Neue Photographische Gesellschaft	34
I.5 Ausbildung eines Marktes für Bildpostkarten um 1900	36
I.5.1 Das Sammeln von Postkarten	40
I.5.2 Ausstellungen, Messen	40
I.5.3 Überproduktion, Preisverfall, Kartelle	42
I.5.4 Tourismus, „Schreibwut“, Sammelleidenschaft	42
I.5.5 Postkartengrüße	44
I.5.6 Führende deutsche Postkartenindustrie	44
I.6 Rechtliche Probleme, Verbote, Zensur	46
I.6.1 Urheberrecht und Musterschutz	46
I.6.1.1 Musterschutz	47
I.6.2. Pressgesetz	47
I.6.3 Das unzüchtige Bild	48
I.6.3.1 Lex Heinze	50
I.6.3.2 Der Fall Anders Zorn	52
I.6.3.3 Unzüchtige Abbildungen und Darstellungen	53
I.6.3.4 Erotische/pornografische Bildpostkarten und deren Verfolgung	54
I.6.3.5 Pornografiehandel	57
I.6.4 Zentralpolizeistelle zur Bekämpfung unzüchtiger Schriften, Abbildungen und Inserate	60
I.6.5 Pornografie auf Postkarten? Zur Übergänglichkeit von Foto und Fotopostkarte sowie zur Historizität der Begriffe "erotisch" und "pornografisch"	62

Teil II Die erotische Postkarte 1895 bis 1930	65
von Jutta Assel	
II.1 Eine private Sammlung	65
II.2 "Frauensönheiten"	66
II.2.1 Der Erotik auf der Spur	66
II.2.2 Schöne Frauen	68
II.3 Ethnographische Karten und Orientalmalerei	70
II.3.1 Erotika maskiert als Ethnographika	70
II.3.2 Die Orientalmalerei als Synonym für erotische Malerei	71
II.4 Männer?	73
II.4.1 Die fehlenden Männer	73
II.5 Erotik auf Postkarten	75
II.5.1 Um 1900: In Reizwäsche und halbnackt	
Mit Notizen zur Entstehung fotografischer Szenen und Einzeldarstellungen	75
II.5.2 Sie zieht sich aus - liegt im Bett - posiert für ihn	75
II.6 Erotische Foto- und Fotopostkartenware	77
II.6.1 Ein Fotograf und seine Modelle in den 1920er Jahren	77
II.6.2 Frivol? Stoff als zweite Haut, gewickelt, als Schleier	77
II.6.3 Frivol? Durch Verhüllen enthüllen	80
II.6.4 Der Als-Ob-Effekt: die pseudonackten Trikotmädchen und –damen	80
II.6.5 "Lebender Marmor": die Kunst der Menschenplastik	
Mit Notizen zur Entstehung der plastischen Skulpturen, ihren Modellen, Fotografen und ihrer Verbreitung	81
II.6.6 Der künstlerische Akt	83
Teil III Bildteil	87
(Jutta Assel)	
III.1 "Frauensönheiten": Auf den Spuren der Erotik (1895-1930)	88
III.1.1 Schöne Frauen	88
III.1.2 Der direkte Blick. Kontaktaufnahme - Aufforderung – Reiz	96
III.1.3 Kleine und junge Mädchen	105
III.1.4 Mädchen und Pferde	113
III.1.5 Frau in Hosen	116
III.1.6 Ländlich-sittlich	123
III.1.7 Varieté-Tänzerinnen, Sängerinnen, Schauspielerinnen u.a.m.	125
III.2 Ethnographische Karten und Orientalmalerei	136
III.2.1 Erotika maskiert als Ethnographika	136
III.2.2 Orientalmalerei als Synonym für erotische Malerei	140

III.3. Männer?	147
III.3.1 Die fehlenden Männer	147
III.3.2 Der immer anwesende Mann und Voyeur	152
III.4 Erotik auf Postkarten (1895-1930)	153
III.4.1 Um 1900: In Reizwäsche und fast nackt. Fetischist	153
III.4.2 Sie zieht sich aus - liegt im Bett - posiert für ihn	161
III.4.3 Frivol: Stoff als zweite Haut, gewickelt, als Schleier	164
III.4.4 Trikot-Postkarte	169
III.4.5 Lebender Marmor	172
III.4.6 Nacktes in der Salonkunst	174
III.4.6.1 Erotik im Salon	174
III.4.6.2 Frau am / im Wasser	182
III.4.7 Hüllenlos	190
III.4.7.1 Der Akt. Nackt	190
III.4.7.2 "Sapphische Liebe" - oder was Männer sich darunter vorstellen	198
III.4.7.3 Flagellation	199
III.4.8 Nacktheit in der Bildenden Kunst	203
III.4.8.1 Nacktes in der "hohen Kunst"	203
III.4.8.2 Akademische Akte	206
III.4.8.3 Magdalena, (lüsterne) Lesende	207
III.5 Paare	211
III.5.1 Vom Blick zum Kuss	211
III.5.2 Das imaginierte Glück	217
III.6 Begehren und Zensur	220
III.6.1 Beispiele pornografischer Postkarten	220
III.6.2 Lex Heinze	223
Teil IV Dokumentarischer Anhang	227
(Georg Jäger)	
Dokument 1. Otto Weise: Die Herstellungsarten der Postkarten-Ansichten. I. Lithographie (1898)	227
Dokument 2. Otto Weise: Die Herstellungsarten der Postkarten-Ansichten. II. Buntdruck (1898)	228
Dokument 3. Die Herstellungsarten der Postkarten-Ansichten. IV. Aquarelldruck und Handmalerei (1899)	229
Dokument 4. Die Herstellungsarten der Postkarten-Ansichten. V. Photogravüre (1899)	230
Dokument 5. Die Herstellungsarten der Postkarten-Ansichten. VIII. Autotypie (1899)	231
Dokument 6. Gustav Jährg: Wesen und Wert des Lichtdrucks. I. Was ist Lichtdruck? (1905)	232
Dokument 7. Verschiedene Herstellungsarten der Ansichtskarten. I. Erhabene und einfarbige (1905)	233

Dokument 8. Verschiedene Herstellungsarten der Ansichtskarten. II. Mehrfarbige und bunte (1905)	235
Dokument 9. Erzeugung von Hochglanz auf Bromsilber- und Lichtdruckkarten (1906)	237
Dokument 10. Rud. Lutz: Erinnerungstafel sportlicher Ereignisse (1840 bis 1900)	241
Anhang 1. Eingetragene Gebrauchsmuster für Postkarten. Auswahl aus den Jahren 1906-1908	247
Teil V Literatur	247
(Jutta Assel/Georg Jäger)	
Postkarte: Dokumentation und Forschung	247
Postkartengröße	256
Fachzeitschriften und Jahrbücher	257
Internet	258
Weitere Literatur	259
Nachtrag	262

Teil I Kurze Geschichte der Postkarte bis 1933

von JUTTA ASSEL und GEORG JÄGER

I.1 Einführung der Postkarte und Bildpostkarte

Nachdem 1865 die Idee des Geheimen Postrates Dr. Heinrich Stephan, eine einfache Leichtkarton-Karte (für Mitteilungen), welche gegen Taxe durch die Post expediert werden sollte, in deutschen Staaten nicht realisiert worden war, führte 1869 die österreichische Postverwaltung eine "Correspondenz-Karte"¹ ein, die sofort massenhaft gekauft wurde. 1870 folgten die Postverwaltungen des Norddeutschen Bundes, Bayern u. a. ebenfalls mit Karten ausschließlich für den Schriftverkehr (Vorderseite für die Adresse, Rückseite für Mitteilungen). Der deutsch-französische Krieg 1870/71 wirkte "als Push-Situation, denn aufgrund der Nutzung von Feldpostkarten wurde die Akzeptanz für das neue Medium in allen deutschen Bevölkerungsschichten erwirkt."² 1871 ff. ergriffen zahlreiche Länder die Idee dieser neuen, bald preiswerteren Postsache auf. Konnten anfangs die Karten nur im eigenen Land versandt werden, war es seit Gründung des Weltpostvereins 1875 möglich, Postkarten auch in andere Länder zu verschicken.

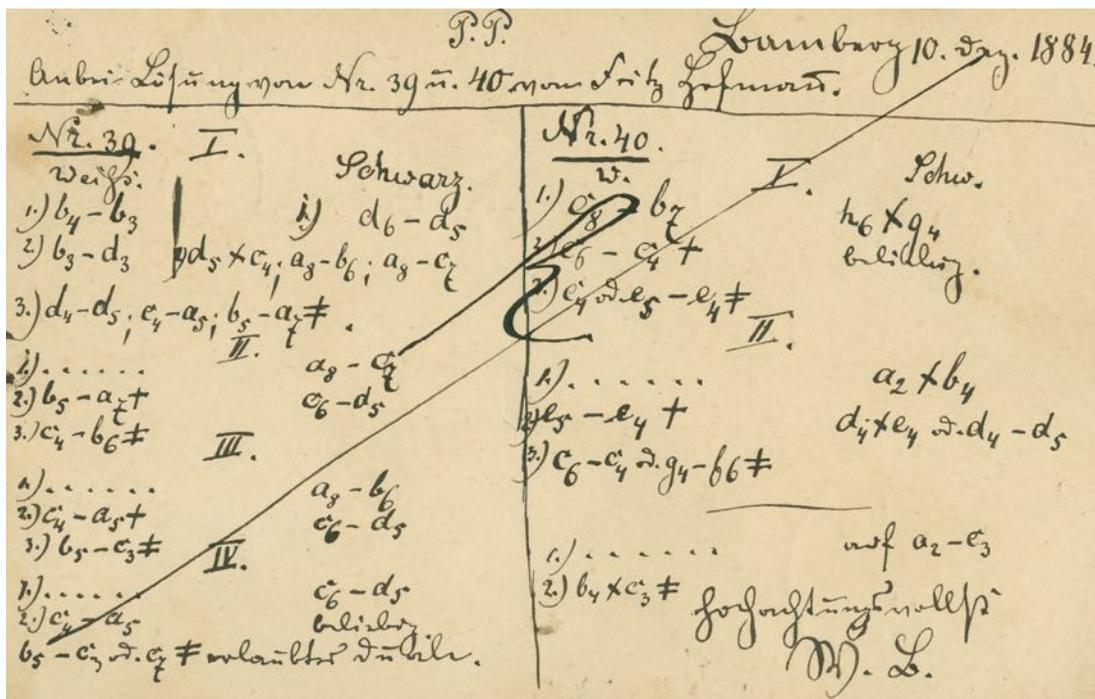
Lag anfangs das Monopol für Herstellung und Vertrieb der Karten bei den Postverwaltungen, wurde bald alles – einschließlich des Verkaufs – privatwirtschaftlich übernommen. Besonders nach dem Aufkommen von Bild-Postkarten, die – anfangs nur geduldet – seit 1885 offiziell zugelassen waren, mussten sich altbekannte Druckereien und artistische Anstalten das nun stark boomende Geschäft mit zahlreichen neugegründeten Postkartenverlagen, fotografischen Ateliers und spezialisierten Zulieferfirmen teilen, welche sich zunehmend auf die industrielle Produktion von Postkarten verstanden.



Königreich Bayern. Postkarte. Gelaufen. Datiert u. Poststempel 1884. Eine Postkarte des Königreichs Bayern ist als Inkunable abgebildet bei Bénard / Guignard 2010, S. 11.

¹ Zur Korrespondenzkarte siehe Starl / Tropper 2014, S. 11-13 und 136f. Hier auch Beispiele für das Anbringen von Bildelementen auf Korrespondenzkarten.

² Holzheid 2011, S. 152.



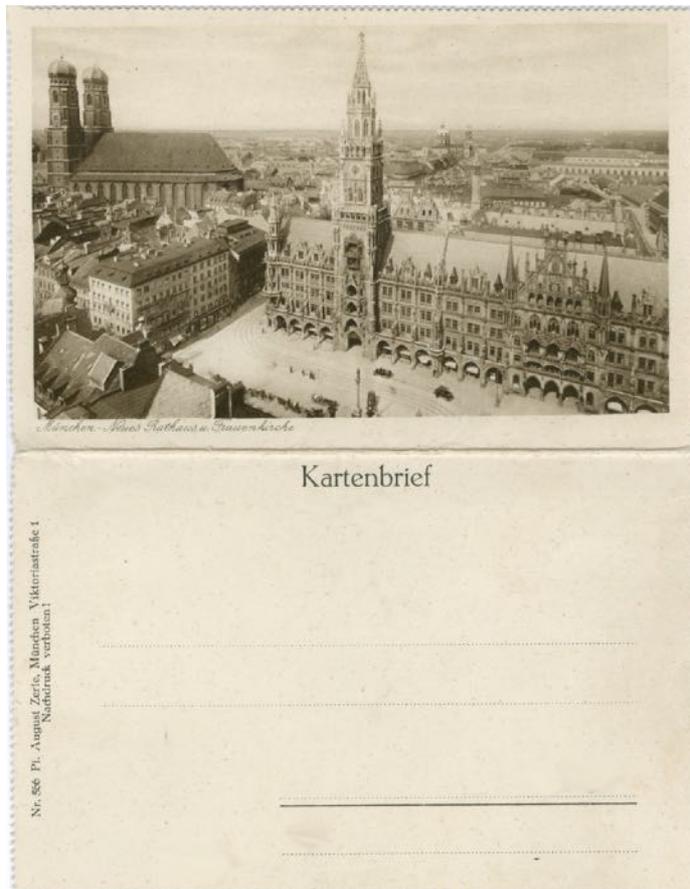
Königreich Bayern. Postkarte. Gelaufen. Datiert u. Poststempel 1884. Verso ohne Bild, beschrieben mit Lösung von zwei Schachaufgaben.

Die Postkarte als Massen- und Kommunikationsmittel wurde möglich durch technische Entwicklungen im Druckgewerbe (z. B. Schnellpressen für den Steindruck) und im foto(chemo)grafischen Bereich (z. B. die Fototypie, die Fotolithografie) oder die sog. "Kilometerfotografie" mit Bromsilberpapier im Rotationsdruck. Die Popularität der Postkarte resultierte aber auch aus dem zunehmenden "Grüß aus..."-Tourismus sowie aus der Tatsache, dass die Karten – oft betitelt bzw. mit Vers oder Kommentar versehene – Botschaften zu transportieren vermochte, welche ein ungeübter Schreiber dank dieser vorgefertigten Bild-Text-Kombinationen leichter vermitteln konnte bzw. welche gewandte Schreiber nur in dieser verschlüsselten Form offen dem verständnisbereiten Adressaten senden konnten. Obwohl öffentlich verschickt, konnte durch die Wahl eines bestimmten Motivs zwischen Absender und Adressaten eine (geheime) Verständigung / Ortung / Vergewisserung stattfinden. Eine Zwischenform von Postkarte und Brief stellte der "Kartenbrief" dar, bei der die Mitteilung nicht einsehbar war.

Die große Zeit der Bildpostkarte begann 1890/95; ihre "goldene Ära" dauerte bis zum Ersten Weltkrieg, eine Nachblüte gab es in den 1920er Jahren. Zunächst überwogen Ansichtskarten, die meist als einfarbige Lichtdrucke (Fototypien) auf mattem Papier nach Fotografien hergestellt wurden, manchmal in Kombination mit dem chromolithografischen Verfahren. Diese Technik wurde häufig auch für Glückwunsch- und andere Motiv- oder Themenkarten angewandt (z.B. Liebespaar, schöne Frauen, Humor, Illustration), die sich manchmal zur prächtigeren Ausstattung zusätzlicher Verzierungen wie Gold- und Silberdruck, Prägung, Stanzung, Applikation (Glimmer, Seide, "Flitter- und Glasperlenputz" u.a.) und anderer Gestaltungsmittel bedienten. Dergleichen gehörte zum Luxuspapier-Sektor oder wurde verwendet hauptsächlich im Bereich der (populären) Volkskunst, deren Grafik auch Schablonenkolorierung zeigt.³ Diese, die einfache Bildpostkarte bereichernde Auszierung der Luxusware wurde

³ Siehe Pieske 1983 zu Glimmerkarten S. 96f., Seidenkarten S. 97f. - Haack 1988: Die Ausstattungstechniken, S. 43-46. - Holzheid 2011, S. 307f. zu Aufwertungs- und Veredelungsstrategien um 1900, die mit einem "Materialmix aus haptischen (z.B. Applikation von Textilien, Perlen) und olfaktorischen Zusätzen (Blütenduft wie Lavendel, Veilchen, Flieder)" arbeiten sowie mit Sonderformaten und unterschiedlichen Trägermaterialien experimentieren. Vgl. die Gebrauchsmuster im dokumentarischen Anhang.

fast ausschließlich von Frauen und Kindern in Heimarbeit oder in Fabriksälen zu geringem Stücklohn ausgeführt.



Kartenbrief. München -
Neues Rathaus u. Frauen-
kirche. Nr. 566.
Pi. August Zerle, Mün-
chen Viktoriastraße 1.
Nachdruck verboten.

Zunächst war eine ganze Seite der Postkarte für die postalische Anschrift vorgesehen, auf der Kehrseite war Platz für ein Bild. Wenn das Bild die Seite ausfüllte, musste der Absender seine Mitteilung in das Bild hinein, an dessen Rand oder um das Bild herum schreiben, was die Bildseite 'verschandelte'. Darum nehmen manche Bilder nur eine halbe Seite ein, oder es wird unterhalb des Bildes, an dessen rechtem Rand oder beim Aufdruck "Gruß aus ..." bzw. in kleinen ausgesparten Leerstellen Platz für einige handschriftliche Worte frei gelassen (siehe Bildbelege). Seit 1903 (Frankreich) bzw. 1905 (Deutschland) galt offiziell die Regelung:⁴ Bildpostkarten hatten auf der Vorderseite Platz für Adresse, Postwertzeichen und Mitteilungen; verso das Bild in diversen künstlerischen Techniken (z. B. Lithografie, Holzschnitt, Radierung) für die kommerziell unbedeutenden Künstlerpostkarten bzw. in Fototypie (Lichtdruck), Foto- und Similigravur, (Chromo)-Lithografie, Zinkografie, Autotypie, Vierfarbendruck, Fotografie, Typografie u. a. für die Massenproduktionen. Es gab "kein Druckverfahren, das nicht auch für die Bildpostkarten-Herstellung herangezogen worden wäre."⁵ Die Reproduktionstechniken wurden von den konkurrierenden Firmen stetig weiterentwickelt, dienten

⁴ Zur Einführung der geteilten Anschriftseite siehe den Artikel "Ansichtskarte" in *Wikipedia*. Geschichte der "'divided back' cards" bei Holt 1971, S. 38-41; Byatt 1978, *The Introduction of the Divided Back*, S. 20f. Offiziell zugelassen vom Weltpostverein wurde die geteilte Adressseite erst Juni 1906.

⁵ Pieske 1983, S. 94. Für die verschiedenen Reproduktionsverfahren siehe die zeitgenössische Fachliteratur, z.B. Albert 1927. Als Professor an der Graphischen Lehr- und Versuchsanstalt (Bundeslehranstalt) in Wien war Albert mit den Entwicklungen bestens vertraut. Über die 1888 gegründete "Höhere Graphische Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt" siehe den Eintrag in *Wikipedia*. - Zu zeitgenössischen Erklärungen der Reproduktionsverfahren siehe den dokumentarischen Anhang.

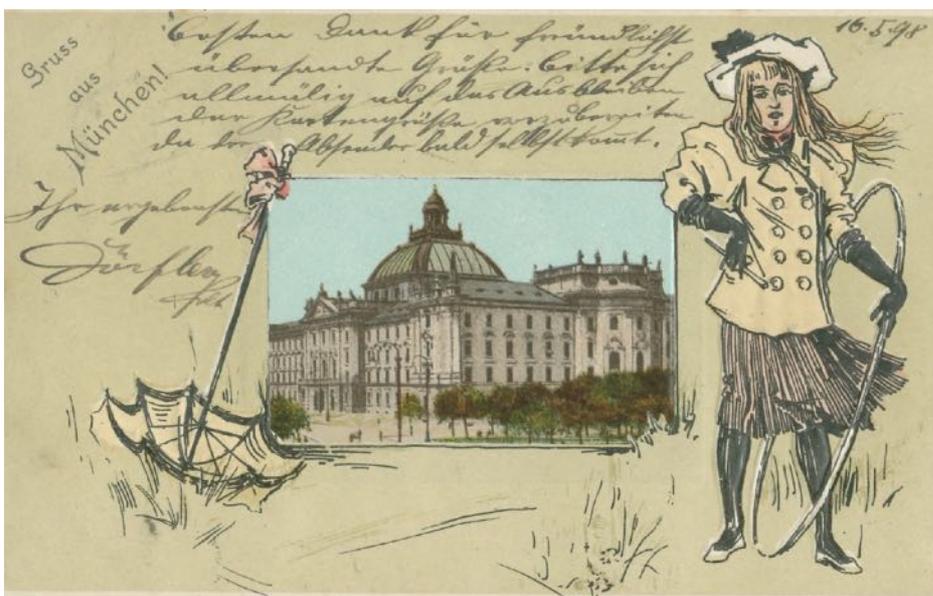
wechselnden Moden und der Diversifizierung von Produktlinien. Die Entwürfe lieferten Künstler bzw. Fotografen, welche teilweise frei arbeiteten und ihre Produkte – manchmal über Agenten – anboten, teilweise fest an eine Firma gebunden waren.



Schloss Friedrichstein. Gruss aus Wildungen. [abgeschnitten] Jonas Dresden. Gelaufen. Datiert und Poststempel 1899.

Die Motivpostkarten wurden häufig in Serien zu 6 oder 12 Stück hergestellt und in beschrifteten Mäppchen vertrieben. Die Motive konnten auch angeboten werden in weiteren Formaten - von der Visiten- und Kabinettgröße bis zum Wandbild mit oder ohne Rahmen. Zur Varietät tragen die verschiedenen Versionen bei: Fotos und Schwarz-weiß-Drucke gibt es auch mit Hand- oder Schablonenkolorierung bzw. als Buntdrucke. Dadurch erhöht sich die Verbreitung der Motive weit über die Zahlen postalisch gelaufener Karten hinaus.

Da Bildpostkarten zu einem Massenprodukt wurden, bildeten sich entwerfende und reproduzierende Künstler heraus, die vor allem für dieses Industrie und verwandte Produkte wie Sammelbilder oder Illustrationen in Büchern und Zeitschriften arbeiteten. Für zwei Maler, Paul Hey (1867-1952) und Ernst Kutzer (1880-1965), liegen Werkverzeichnisse vor.⁶



Gruss aus München! Gelaufen. Datiert und Poststempel 1898. Adressseite ungeteilt. - Foto des Justizpalastes, kaschiert. Mädchen und Schirm geprägt.

⁶ Raffelsbauer 2007; Shindo 2003. Siehe auch Ernst Kutzer, Gedächtnis-Ausstellung 1980.

I.2 Kommunikative Funktionen und Strukturmerkmale

Medien- und sprachgeschichtliche Forschungen arbeiten die kommunikativen Funktionen und Strukturmerkmale der Postkarte sowie ihre mediengeschichtliche Verortung heraus.⁷ Heinrich Stephan, der die Einführung der Postkarte vorschlug, erkannte, dass die damalige Briefform - wie er 1865 schrieb - "für eine erhebliche Anzahl von Mittheilungen nicht die genügende Einfachheit und Kürze [gewährte]. Die Einfachheit nicht, weil Auswahl und Falten des Briefbogens, Anwendung des Couverts, des Verschlusses, Aufkleben der Marke u.s.w. Umständlichkeiten verursachen; und die Kürze nicht, weil, wenn einmal ein förmlicher Brief geschrieben wird, die Convenienz erheischt, sich nicht auf die nackte Mittheilung zu beschränken."⁸ Der Korrespondenzstil der Postkarten⁹ favorisiert kurze, knappe, alltagssprachliche Mitteilungen, ohne die Förmlichkeiten bzw. "Stil-Konventionen"¹⁰ der brieflichen Korrespondenz. Auf vielen Postkarten konzentriert sich die Mitteilung "auf Grüße und Äußerungen von Belanglosigkeiten."¹¹ Zu diesen Belanglosigkeiten zählen im Falle der Urlaubskarten Mitteilungen über die geglückte Reise, über Ankunft und Abfahrt, das Wetter, das Essen, die Unterbringung, Urlaubserlebnisse, vor allem Grüße und beste Wünsche an den Empfänger. Damit "übernahmen Postkarten in vielerlei Hinsicht Funktionen, die heute durch das Telefon [oder Handy] abgelöst sind."¹²



Miss Camille Clifford [drei Bilder] Rotary Photo C.C. Verso: Rotary_2902. Gelaufen.

Im Unterschied zum Brief sind beschriebene und postalisch gelaufene Bildpostkarten "Text-Bild-Kommunikate", bei denen eine "Text-Bild-Relation" den Kommunikationsprozess

⁷ Umfassend Holzheid 2011.

⁸ Zit. n. Gold / Heuberger (1999), S. 13f. - Über die Postkarte als "ökonomisches Medium" (produktionsseitig Aufwandseffizienz, "Textproduktionsentlastung sowie rezeptionsseitig "schnelle und mühelose Dekodierung") vgl. Holzheid 2011, S. 136f. Über das "postkartenkonstitutive Phänomen der Entformalisierung von Kommunikation" S. 147, über "die Tendenz zur Formularisierung und Entformalisierung in Abgrenzung zum Brief" S. 148. - Über die "Postkarte als verbalsprachliches Medium" umfassend Holzheid 2011, insbesondere Kap. IV 3 über Postkartenstilistik, Textumfang, Adressierung, Grußelemente u.a.m.

⁹ Diekmannshenke 2002, S. 99.

¹⁰ Diekmannshenke 2008, S. 87.

¹¹ Iris Hax, in: Gold / Heuberger 1999, S. 112.

¹² Iris Hax, in: Gold / Heuberger 1999, S. 112.

bestimmt.¹³ Dabei kann das Postkartenbild "eine wichtige Rolle bei der Konstruktion des gesamten Textsinns" spielen¹⁴ - dann nämlich, wenn der vom Absender formulierte Text expressis verbis auf das Bild Bezug nimmt oder einen solchen Bezug zum Verständnis erfordert. Bei den Ansichtskarten oder Gruß aus-Karten deutet schon der Name darauf hin, dass die bildliche Ansicht (z.B. des Urlaubsortes) den Text (der auf diesen Urlaub oder Urlaubsort Bezug nimmt) ergänzt oder umgekehrt. Für manche humoristischen oder satirischen Postkarten ist ein karikierender Bezug von Bild und Bildunterschrift konstituierend.¹⁵ Bei Illustrationen, deren Bezugstext meist in der Bildunterschrift genannt und häufig ausschnitthaft zitiert wird, ist das "kommunikative Spiel zwischen Bild und Text,"¹⁶ in dem sich der Sinn bildet, besonders komplex: An die Stelle des einfachen Bildes tritt die Beziehung der ihrerseits interpretierenden Illustration zu ihrem dem Schreiber und Adressaten der Postkarte mehr oder weniger bekannten literarischen Bezugstext.¹⁷ In der Mehrzahl der Fälle scheint der Bezug zwischen Bild und dem vom Absender hinzugefügten Text jedoch nur lose zu sein,¹⁸ wie sich bei Motiven zeigt, die auf vielfältige Weise kommunikativ anschlussfähig sind, wie z.B. Blumen-, Mädchen- und Frauen- oder Kinderbilder.



[Ohne Titel] Es rücken näher sich und näher / Im Sprechen nach und nach die Zwei, / Obgleich doch weit und breit kein Späher / Und auf der Bank ist Platz für Drei. 747. Gelaufen. Poststempel 1905. Adressseite ungeteilt. - Fototypie, koloriert. Die Bildseite ist beschrieben unter Berücksichtigung der Komposition, z.B. dem Wegverlauf folgend.

¹³ Diekmannshenke 2008, S. 87.

¹⁴ Diekmannshenke 2008, S. 91.

¹⁵ Nach Diekmannshenke (2008, S. 95) zeichnen sich Humorpostkarten "vielfach durch eine gezielte Nutzung der Bild-Text-Korrelation" aus.

¹⁶ Diekmannshenke 2008, S. 98.

¹⁷ Vgl. die zahlreichen unterschiedlichen Illustrationen literarischer Texte im *Goethezeitportal*.

¹⁸ Holzheid 2011, S. 286 spricht von den "insgesamt selten ausgeprägten Strategien einer expliziten Bezugnahme des Sendertextes auf das Bild". Dazu das gesamte Kapitel "Explizite Sendertext-Bild-Relationen", S. 285 ff.

Die Bildpostkarte changiert, je nach Verwendungszweck auf Seiten des Schreibers wie des Empfängers, "zwischen privater Mitteilung und nach außen gerichteter Botschaft."¹⁹ Diese "Zwischenposition" machte das Medium besonders interessant für Propaganda aller Art.²⁰ Die Postkarte liefert "wichtige Informationen über die politischen Einstellungen und Meinungen ihrer Benutzer und ermöglicht Einblicke in die Mentalitätsgeschichte."²¹ Im Fall der Kriegspropaganda gibt schon die Wahl des Motivs die Einstellung des Absenders zu erkennen - eine Einstellung, die er mit dem Verschicken der Bildpostkarte nicht nur für den Empfänger, sondern auch für Dritte wie den Postboten und jeden öffentlich macht, der die Karte zu sehen bekommt. Noch deutlicher ist diese "Zwischenposition" an den Postkarten der deutschnationalen Schutzvereine zu beobachten. Ihre Botschaften in Text und Bild machen sich Absender zu eigen, die zusätzlich zur Briefmarke eine Vereinsmarke kaufen und auf der Adressseite einkleben. Die Bezeichnung politischer und propagandistischer Bildpostkarten als "Bekennnismedium"²² trifft diesen Sachverhalt. Auf die, wenngleich beschränkte, Öffentlichkeit der Postkarte reagierten Schreiber, die ihre Mitteilung vor fremden Augen schützen wollten, mit unterschiedlichen Strategien:²³ Sie nutzten Geheimschriften, schrieben in Spiegelschrift oder Stenografie, mit Geheimtinte u.a.m.; sie versteckten private Mitteilungen unter der Briefmarke und gebrauchten die Briefmarkensprache, bei der die Anordnung der Briefmarke(n) einen geheimen Sinn erhält, zur "Intimisierung der Postkartenbotschaften."²⁴



[Ohne Titel] Signet: K, eingeschrieben KHG. 1401/2. Gelaufen. Poststempel 1906. - Übereinander liegende horizontale und vertikale Schriftzeilen auf der Korrespondenzseite.

Mit anderen Medien ist die Postkarte in einem Medienverbund verknüpft, wobei sie anderen Medien funktional äquivalent, neben-, vor- oder nachgeordnet sein kann. So nutzten die antisemitischen und propagandistischen Postkarten den gleichen Motivschatz wie die Presse, insbesondere die Satirezeitschriften und Witzblätter. Deren Verlage (*Simplicissimus* und *Die Jugend* in München, *Der wahre Jakob* in Stuttgart, *Lustige Blätter* und *Ulk* in Berlin) gaben

¹⁹ Gold / Heuberger 1999, S. 18. Dazu Holzheid 2011, Kap. III. 4.2 Offene Versendung und Privatheit.

²⁰ So Gold / Heuberger 1999, S. 18 für die antisemitische Propaganda.

²¹ Diekmannshenke 2008, S. 98. - May (1998) hat eine umfängliche Untersuchung der im Wilhelminismus herrschenden Mentalität vorgelegt und sich dabei auf Ansichtskarten als Quelle gestützt.

²² Hagenow 2000, S. 173. Vgl. Weigel / Lukan / Peyfuss 1983, S. 39: „Gehandhabt wurde das Propagandamittel der Postkarte vom einzelnen, der die Karte adressieren und verschicken musste und sich auf diese Art ausweisen konnte, wie man heute Autokleber verwendet oder *badges*, *stickers* und *buttons* trägt.“

²³ Holzheid 2011, S. 140 über "Geheimschreibekunst". - Beispielhaft siehe die sechsteilige Serie des Liedes "Grüsst mir das blonde Kind am Rhein!" mit Geheimschrift und Mitteilung unter der Briefmarke. *Goethezeitportal*, URL: <http://www.goethezeitportal.de/index.php?id=6799>

²⁴ Holzheid 2011, Kap. VI 7.2 Briefmarkensymbolik.

einzelne Motive zusätzlich als satirische Postkarten heraus.²⁵ Auf Grund dieser Übernahmen gelangten auch Bilder bekannter und beliebter Künstler auf Postkarten. In einer Werbung für "Jugend"-Postkarten liest man 1912:²⁶

30 Serien "Jugend"-Postkarten sind bis jetzt erschienen; jede Karte bringt in hervorragendem Vierfarbendruck aus den vorliegenden 15 Jahrgäng[en] der "Jugend" ein Meisterwerk der bekanntesten Mitarbeiter unserer Wochenschrift. Bei Erwerbung sämtlicher Serien hat jeder "Jugend"-Leser u. Freund für **18 Mark** ein kleines Prachtwerk in losen Karten, auch machen die einzelnen Serien jedem Beschenkten viele Freude. Ausführliches Künstlerverzeichnis u. Probserien liefert für 60 Pfg. jede Buch-, Kunst- u. Papierhandlg. Bei Voreinsendung des Betrages auch der unterzeichnete Verlag. G. Hirth's Verlag, G.m.b.H. München, Lessingstrasse 1.

Die Serien beinhalteten je 6 Bilder eines Künstlers, darunter Ferdinand Freiherr von Reznicek. Mit "Reznicek-Postkarten" warb auch der Verlag Albert Langen in München. Die zweite Serie dieser Postkarten des *Simplicissimus*²⁷ umfasste ausschließlich "Bade- und Reisebilder in Heliogravüre mit Handkolorierung". "Rechtzeitig zur Reisesaison" erschienen, waren diese Karten dazu bestimmt, aus Bädern und Sommerfrischen verschickt zu werden. Bei Beginn des Ersten Weltkriegs, als es einen "hohen Bedarf an neuen Bildern" gab, wurden besonders viele Abbildungen nach der Veröffentlichung in der Presse zu Postkarten verarbeitet.²⁸



[Ohne Titel] Signatur: Reznicek. Verso: *Simplicissimus*-Karte Serie II. No.6 (links) und 8 (rechts). Beide nicht gelaufen.

²⁵ May 2012b, S. 28-32. Weiter Abb. 47, 124/25, 126-28, 129, 137-39.

²⁶ Nach einer Werbung für "Jugend"-Postkarten, Serie 1 bis 30. Zu den Kunstblättern der Münchner *Jugend* siehe Hirth 1909.

²⁷ Werbeanzeige im *Simplicissimus*, 1905.

²⁸ Brocks 2008, S. 46.

Die Postkarten mit Motiven aus der Literatur und Kunst bauten auf der reichen Illustrationskultur des 19. Jahrhunderts auf und überführten zentrale Bildmotive in das Zeitalter der Massenkultur - wie sich an der Verselbständigung der Goethes Roman "Wilhelm Meister" entnommenen Mignon-Gestalt studieren lässt. Sie wird auf wenige Eigenschaften und Attribute reduziert und zu einem fotogenen Frauentypus geformt, der den Bezug auf Goethes Text weitgehend verloren hat, dafür aber vielfältig verwendbar ist. Insonderheit bei den Propaganda- und Reklamekarten gibt es eine enge Beziehung zum Plakat.²⁹ Im Ersten Weltkrieg wurden "die meisten Plakate bildgleich als Postkarten verkauft."³⁰ Diese Publikationsweise in mehreren Formaten findet sich bei politischen bzw. propagandistischen Motiven auch später, wenn gleich nach 1918 in der Propaganda das Plakat dominierte.³¹ Mit dem Buch kann die Karte auf mehrere Art verbunden sein. So warben Buchverlage mit Postkarten, deren Motive dem beworbenen Werk entnommen waren. Postkartenkünstler wie Hey und Kutzer arbeiteten auch als Illustratoren für Buchverlage.³² Das Postkartenbuch macht sich das Buchformat zu eigen, doch können die herausgetrennten Postkarten als solche benutzt werden.

Der eigenständige Beitrag der Postkarte zum Medienverbund dürfte in ihrer "halbprivaten Form"³³ liegen, also in der persönlichen Anrede des Empfängers. Zuerst mit dem Telefon und dem Handy, gegenwärtig mit Mails und dem Kurznachrichtendienst SMS hat die Postkarte diese Alleinstellung und damit ihre Funktion im Medienverbund weitgehend eingebüßt.

I.3 Die Bildpostkarte in ihren Varietäten **Auswahl einiger Themen**

Die Bildpostkarten entfalteten sich in zahlreichen Unterarten, die sich überschneiden und darum unterschiedlich klassifizieren lassen.³⁴ Den Ansichtskarten im engeren Sinn oder "Topografie-Karten," die Örtlichkeiten abbilden und vorwiegend Grüße enthalten (vgl. "Gruß aus-Karten"), steht die Gruppe der Motivpostkarten gegenüber. Motive können unterschiedlichster Art sein. "Schiller's Jahrbuch für Postkarten-Sammler" von 1900 zählt beispielhaft folgende Sammelgebiete auf:³⁵

Land- und Städtekarten; Gebirgs- und Seekarten; Karten bekannter Orte; der eigenen Heimath; eines bestimmten Landes, desgleichen Gebirges (Beispiel: die beliebten Harz-Kartensammlungen); Inland-, Auslandkarten; Porträtkarten; sog. Künstlerkarten; Totalansichten; Karten von Lokalen (diese Sammlungen sind beim Hotel- und Gasthofpersonal oft anzutreffen); Genre-Karten; Reproduktionen von Gemälden und Skulpturen; Denkmäleransichten; Ausstellungs-, Fest- und Gelegenheitskarten; Lieberpostkarten; an Ort und Stelle selbst erstandene Objekte („Andenken“); sog. historische Postkarten; Witzkarten; Mondscheinkarten; Karten nur eines Verlages u.s.w. u.s.w. Als Abnormitäten, immerhin aber anzutreffende Arten wären hinzuzufügen:

²⁹ Siehe den Vergleich zum Plakat, dem "großen Bruder" der Ansichtskarte, bei May 1998, S. 75-79.

³⁰ May 1998, S. 79. - Doch kam erst mit Fritz Erlers "Mann mit dem Stahlhelm", ein Bildplakat zur sechsten Kriegsanleihe, Bewegung in die von der Propaganda vernachlässigte Bildplakatproduktion. Siehe Brocks 2008, S. 36-38.

³¹ Diekmannshenke 2006, S. 106.

³² Zu Hey siehe Raffelsbauer 2007. Verzeichnis der von Paul Hey illustrierten Bücher, Bd. 1, S. 368-374.- Kutzer illustrierte Bilder- und Kinderbücher, Fibeln und Schulbücher, vor allem Lesebücher, aber auch Sprachlehrbücher u.a.m. Siehe Shindo 2003, Kap. 4.

³³ Gold / Heuberger 1999, S. 19.

³⁴ Für die Klassifizierung von Postkarten vgl. Schwerin 1902, Systematik der illustrierten Postkarten, S. 25-33; Pieske 1983, S. 87f; May1998, S. 57. Hier auch Informationen zu den einzelnen Untergruppen und Spezialitäten. Des weiteren siehe die Artikel "Ansichtskarte" in der deutschen und "Carte postale" in der französischen *Wikipedia* ("Différentes catégories de cartes postales", "Catégories de formes" und "Catégories thématiques") sowie die Ratgeber für Sammler. - Für die Unterteilung der Kriegspostkarten vgl. zudem Weigel / Lukan / Peyfuss 1983, S. 39 ff. (zwei große Themenbereiche: "Selbstbildnis und Feindbild", "Der Krieg ein Leben").

³⁵ Paul Zetsche: Spezial-Sammlungen. In: *Schiller's Jahrbuch für Postkarten-Sammler*, S. 36-40. Hier S. 38.

„Karten nur mit Bleistift beschrieben“; „mit selbstgereimten Versen“; „ohne Text, nur mit Absenderadresse versehen“; „mit der Briefmarkenphotographie des Absenders beklebt“; „nur von Verbandsmitgliedern“; „nur von Damen“; „nur von Herren“.

Ansichtskarten ließen sich zu einem "Ansichtskarten-Reisealbum" oder, mit Notizen zur Reise und ihren Erlebnissen, zu einem "Ansichtskarten-Tagebuch" zusammen stellen.³⁶ Eigene Gruppen bilden die Gelegenheitskarten mit den Glückwunschkarten³⁷ (zu Weihnachten, Neujahr, Ostern, Pfingsten; zum Geburts- und Namenstag, zur Konfirmation, zum Schulanfang usw.), Beileids- und Trauerkarten sowie die Spruchkarten, deren Sprüche oft typografisch aufwendig gestaltet sind. Als eigenes Sammelgebiet haben sich die großenteils gemalten "Kitschpostkarten von anno dazumal", d.h. aus der Zeit um 1900, herausgebildet: Herz- und Schmerz, Liebe und Leidenschaft, Engel und Elfen,³⁸ Hochzeitsreigen, Trivialkunst und "Kleinkunst" der Zeit (u.a. mit Hans Zatzka, bekannt für seine Schlafzimmerbilder³⁹), Gemälde aus den Pariser Salons, Illustrationen zu populären Liedern und Schlagern wie z.B. "Du, Du liegst mir im Herzen," "Mein Herz, das ist ein Bienenhaus" u.a.m. Hierher gehört der Motivkreis "Römische Liebe",⁴⁰ der Liebesszenen in der Antike, mit antiker Kleidung, Architektur etc. darstellt. Grundsätzlich liegt diese Rubrizierung jedoch quer zur Ordnung nach Motiven, kann also auch Glückwunsch- und Festtagskarten, Kriegskarten usw. umfassen. Von den "Künstlerpostkarten", deren Bilder namentlich ausgewiesene zeitgenössische Künstler, oft Salonmaler, Illustratoren und (Witz)Zeichner zu Urhebern hatten, unterscheiden sich die von modernen und avantgardistischen Künstlern seit der Jahrhundertwende gestalteten Karten, die oft als Originalgraphiken und in bewusst kleiner Auflage erschienen (z.B. Wiener Werkstätte) oder - gezeichnete, gemalte oder auch montierte - Unikate sind.⁴¹



München. Mit einem Münchener Kind ist's Küssen keine Sünd. Verso: K. Sanguinetti, München. Ges. gesch. Nicht gelaufen. - Fototypie, koloriert. Bild des Hofbräuhauses, gerahmt von einer Collage mit 22 sich küssenden Paaren sowie einer gezeichneten Taube.

³⁶ Zetsche, ebd., S. 38-40. Vgl. Weidmann 1996, "Alte Postkarten nach Themen und Kategorien", S. 45-135.

³⁷ Vgl. Glückwünsche auf Postkarten, 1978, sowie beispielhaft Oelwein 2008, mit Weihnachtskarten bis 1930, sowie May 2008 für Pfingstpostkarten und May 2009d für Osterpostkarten. Reiches Material an Glückwunschkarten findet sich gedruckt in der Zeitschrift *Ak Express* und online im *Goethezeitportal* sowie in zahlreichen im Literaturverzeichnis gelisteten Monographien zur Postkartengeschichte und den Anleitungen zum Sammeln von Postkarten.

³⁸ May 2009 a. Reiche Auswahl von Kitschpostkarten bei Vogel 2014.

³⁹ Brückner 1973, S. 102-113.

⁴⁰ Beliefert wird dieses Marktsegment von mehreren Firmen, u.a. von Arthur Rehn & Co. in Berlin und Lederer & Popper in Leipzig sowie Wiener (Sigle: F. H. & S., Wien IX. Bezirk) und Prager Firmen (Sigle: D. K. & Co. P.; J. K. P.). Als Maler zeichnen u.a. Adolf Liebscher, Josef Kränzle, T. Kroj, E. B. Magdič, Josef Mathauser und E. Schneider.

⁴¹ Besonders bekannt wurden Postkarten aus dem Kreis der Brücke und des Blauen Reiters. In der Literaturliste siehe die einschlägigen Publikationen zu Kirchner, Franz Marc, Mucha, Radziwill, Schmidt-Rottluff. Vgl. insgesamt Hedinger 1992; Weiss / Britsch 1989; Wietek 1977.

Welche Postkarten und welche Motive auf Postkarten in den letzten Jahrzehnten gesammelt, ausgestellt, dokumentiert und erforscht wurden, geht aus der Literaturliste hervor. Der Motivkomplex Erster Weltkrieg, Kriegspostkarten, Kriegspropaganda, Bildpropaganda, Feldpostkarten, Politische Postkarten bildet das bei weitem am besten dokumentarisch aufgearbeitete und unter verschiedenen Fragestellungen untersuchte Forschungsobjekt.⁴² Postkarten zum jüdischen Leben und mit antisemitischen Motiven ziehen seit ca. 2000 verstärkt die Aufmerksamkeit auf sich.⁴³ Historisches Interesse findet des weiteren das Deutsche bzw. Wilhelminische Kaiserreich, mithin die Glanzzeit der Bildpostkarte, der preußischen König Friedrich II. und der bayerischen König Ludwig II., Novemberrevolution und Russische Revolution, Studentika u.a.

Zahlreiche Ausstellungen und Veröffentlichungen gelten den nach unterschiedlichen Gesichtspunkten gebildeten Unterarten der Postkarte (Ansichts- und Gruss aus Postkarten, Bild-, Foto-, Spruchkarten, Feldpostkarten, Geschäfts-, Werbe- bzw. Reklame-, Humor-, Spott- und Witzpostkarten, Künstler-Postkarten, antisemitischen, erotischen und pornografischen Postkarten, Klapp-, Zieh-, Transparent-Postkarten⁴⁴ etc.), den Glückwunschkarten zu den jährlich sich wiederholenden Festen, insbesondere den Weihnachts-, Neujahrs-⁴⁵ und Osterkarten, sowie den Anlasskarten⁴⁶ (Geburtstag, Hochzeit usw.).

Die vielen weiteren Motive, die in Sammlungen von Postkarten dokumentiert werden, sind systematisch kaum zu ordnen; sie umfassen u.a. deutsche und österreichische Flotte bzw. (Kriegs)Marine, Luftfahrt und Luftschiffe, Eisenbahn und Bahnhöfe, Krankenhaus, bäuerliches und dörfliches Leben, Jahrmärkte und Volksfeste, Trachten, Leierkasten und Bänkelsang, alte Gaststätten, Fischerei, Rosen u.v.m. Selbst Technikmotive oder Ansichten von Brickettfabriken und Braunkohlenwerken werden auf Postkarten publiziert. In eigenen Publikationen zu Postkarten nur spärlich vertreten sind historische Persönlichkeiten (Luther, Scharnhorst), Schriftsteller (Eichendorff, Goethe, Heine, Kleist, Schiller) und Komponisten (Schubert). In den meisten Fällen ist es die "illustrierende und dokumentarische Funktion"⁴⁷ im allgemeinen bzw. die "bilddokumentarische Zeugnis kraft"⁴⁸ im besonderen, die Bildpostkarten interessant macht.

I.3.1 Fürsten-Postkarten: Adel "zum Anfassen"

Einen eigenen Motivbereich bilden Fotopostkarten, welche die Mitglieder der regierenden Adelsfamilien im Porträt vorstellen. Besonders beliebt ist die Kaiserfamilie,⁴⁹ wie folgende Beispiele belegen (in Klammern Verlag und Verlagsort): Das deutsche Kaiserhaus, Montage von über 20 Personen in der Art eines Gruppenbildes mit dem Kaiser und der Kaiserin in der Mitte; Die kronprinzliche Familie (Gustav Liersch, Berlin); 'Muttermilch'. Unsere

⁴² Siehe in der Literaturliste: Alzheimer 2009; Ansichtskarten Karl Stehle; Binder 1983; Brocks 2008; Brouland 2013; *Der Erste Weltkrieg in deutschen Bildpostkarten*; Flemming 2004; Gabriele 2009; Geerdes 1998; Hildebrandt 2007; Jaworski 2015; Kaiser Führer, Republik; Kopp 1915; Kreis 2013; Lebeck / Schütte 1980; Linhart 2005; May 2013c; Milliard / Paré 1987; Pietsch 1988; Sturani 2005; Tomasoni / Nuvoli 2004; Tomenendal 2008; Vincent 1988; Weigel / Lukan / Peyfuss 1983; Zeinar 2013; Zühlke 2000.

⁴³ Siehe in der Literaturliste: Aizenberg 2013; Gold / Heuberger 1999 (umfassend); May 2005a; Peters 2008; Purin 2001; Pierret / Silvain 2009; Reuter 2005; Silvain / Kotek 2005.

⁴⁴ Stumpff 2012b.

⁴⁵ Zu den Neujahrskarten gehören die Neujahrsentschuldigungs- oder Enthebungskarten. Siehe im *Goethezeitportal* die entsprechende Seite, URL: <http://www.goethezeitportal.de/index.php?id=6679>

⁴⁶ Haack 1988 beispielhaft und umfassend für Geburtstagskarten.

⁴⁷ Diekmannshenke 2002, S. 96. - Über das Verhältnis von Authentizität und Fiktionalität in Kriegsphotografien handelt umfassend Brocks 2008, S. 53 ff.

⁴⁸ Iris Hax, in Gold / Heuberger 1999, S. 97.

⁴⁹ Zu "Selbstpräsentationen des Preußischen Herrscherhauses und seiner Angehörigen" vgl. Diekmannshenke 2006, S. 103. - May 1998, S. 119 ff., das Kapitel "Adel 'zum Anfassen'" S. 329-335 sowie Kaiser Wilhelm I. und Kaiser Friedrich III. S. 425-433.

Kronprinzessin mit ihren beiden Söhnchen (Gustav Liersch, Berlin); Unsere Kronprinzessin mit ihrem jüngsten Söhnchen (Gustav Liersch, Berlin); Die drei Söhne unseres Kronprinzenpaares als Gruppenbild, gemeinsam und einzeln beim Spielen, vorzugsweise im Seebad Zoppot am Strand (Gustav Liersch, Berlin); Die Söhne unseres Kronprinzenpaares Prinz Wilhelm und Louis Ferdinand. Wir bringen der Großmama ein Ständchen (NPG, Berlin); Kronprinzliche Familie am Weihnachtsabend (Gustav Liersch, Berlin); Prinzessin Victoria Luise mit Prinz Wilhelm von Preussen am Weihnachtsbaum (Gustav Liersch, Berlin) u.v.m. Auch einzelne Begebenheiten werden fotografisch festgehalten und verbreitet: Ankunft der Kronprinzessin aus Teneriffa mit Dampfer 'Sierra Morena' des Norddeutschen Lloyd, Bremen in Bremerhaven (Pieck, Potsdam). Mit anderen regierenden Familien des Deutschen Reichs verhält es sich ähnlich. Die (Hof)Fotografen dieser Karten werden ausgewiesen, die Personen im Bild sind sorgfältig arrangiert.

Diese Karten, die selten verschickt, in der Regel gesammelt wurden, sind Teil einer Medienkampagne: Sie machten die Hoheiten nicht nur weitesten Kreisen im Porträt bekannt, sondern sollten sie in ihrem Familienleben als Menschen wie Du und Ich zeigen und Sympathien wecken. Im Ersten Weltkrieg wird der Schulterschluss der Regierenden mit den Regierten und umgekehrt noch deutlicher; so entbietet eine "Kriegs-Wohlfahrtskarte zum Besten der Kriegshilfe" den Deutschen Neujahrsgruß mit dem Bild der Söhne des Kronprinzenpaares in Feldgrau (Gustav Liersch, Berlin). Selbst der Kaiser bedient sich bei der Ansprache an sein Volk der Postkarte. Der Weihnachtsgruß Seiner Majestät des Kaisers an das Deutsche Volk 1916 zeigt auf der Bildseite das Porträt des Kaisers mit einem faksimilierten handschriftlichen Eintrag (Rotophot, Berlin). Umgekehrt wurden Kaiser Wilhelm I. - wie vorher schon Bismarck - vorgedruckte Geburtstagsgrüße geschickt.⁵⁰ Sucht man eine funktionale Parallele zu diesen Bildpostkarten in der aktuellen Medienwelt, so dürften sie Frauenzeitschriften bzw. der Yellow-Press ähneln, die - wie das *Goldene Blatt* - das Leben bekannter Personen aus dem Medien- und Showgeschäft, aber auch des Adels, in Bild und Text vorstellen, so dass der Leser sich darin spiegeln kann.

I.3.2 Vereins- und Wohlfahrtskarten: Bildungspolitische und weltanschauliche Propaganda

Politische und weltanschauliche Propagandakarten werden von den unterschiedlichsten politischen und ideologischen Gruppierungen und Vereinen⁵¹ eingesetzt; Postkartenserien⁵² gaben heraus beispielsweise der *Verein für das Deutschtum im Ausland* mit Sitz in Berlin, der auch eine Serie "Volksliederkarten"⁵³ verlegte, sowie der *Deutsche Wehrverein*, gleichfalls mit Sitz in Berlin, später in Dresden.⁵⁴ Kartenserien verlegten ebenso *Der Deutsche Schulverein*, der *Bund der Deutschen in Niederösterreich* und der *Deutsche Wehrausschuss. Verein zur Pflege deutschen Volkstums in Sprache und Sitte*, alle drei mit Sitz in Wien, *Der Bund der Deutschen*

⁵⁰ Weigel / Lukan / Peyfuss 1983, S. 41. - Zu Bismarcks 80. Geburtstag 1895 bot die Postkartenindustrie Geburtstagskarten an, "bei denen Anrede und Adresse eingedruckt waren, so dass die Anhänger des Reichsgründers nur den eigenen Namen einzusetzen brauchten". Die Menge der einlaufenden Karten zwang die Post, in Friedrichsruh, dem Alterssitz Bismarcks, ein Sonderpostamt einzurichten. May 2012b, S.24.

⁵¹ Zu den Vereinen (Krieger-, Sänger-, Turner- und Sport-, Schul- und Schutzvereine u.a.m.) siehe May 1998, S. 242 ff.; Jaworski 2006, S. 63 ff.; Haslinger 2009.

⁵² Zur Postkartenproduktion der Schutzvereine siehe Krause / Schantl 2001. Hier auch Nachweise der Künstler.

⁵³ Hergestellt von Klambt G.m.b.H. & Co. in Charlottenburg.

⁵⁴ Auf der Weihnachtskarte Nr. 311 des Vereins für das Deutschtum im Ausland, verschickt nach dem Ersten Weltkrieg, findet sich die Angabe: "Verlag des Vereins für das Deutschtum im Ausland, Wirtschaftsunternehmen G.m.b.H., Dresden".

in Böhmen mit Sitz in Prag,⁵⁵ der Verein Südmark in Graz⁵⁶ sowie "Ostmark". Bund deutscher Österreicher in Linz. Der Verein Freie Schule in Wien edierte die Postkartenserie *Bilder und Worte freier deutscher Männer* (Fichte, Goethe, Kant, Lessing u.a.) und wandte sich damit gegen die kulturkonservativen, patriotischen und teilweise nationalistischen Bestrebungen der oben genannten Vereine. Mehrere Serien dieser Propagandakarten hatten, auf der Adressseite linksseitig gegenüber dem Briefmarkenfeld, ein eigenes Feld für die "Bundes-" oder "Wehrschatzmarke", einer Spende. Wie ersichtlich, machten sich vor allem Vereine zur Wahrung der bildungs- und kulturpolitischen Interessen des Grenzland- und Auslandsdeutschtums im "Nationalitätenkampf"⁵⁷ Postkarten zu Nutze. Bildpostkarten vermittelten "kollektive Identifikationsangebote"⁵⁸ für die deutsche Bevölkerung. Führend war der *Deutsche Schulverein*,⁵⁹ der mit ca. 1550 Motivkarten die umfangreichste Serie im Untersuchungszeitraum herausgab, überwiegend hergestellt in der Kunstdruckerei von Josef Eberle in Wien, mit dem Aufdruck: "Pflicht eines jeden Deutschen ist, Mitglied des Deutschen Schulvereines zu sein."⁶⁰ Der Mitgliedsbeitrag betrug jährlich zwei Kronen.

Auch Verlage, Versicherungen und einzelne Persönlichkeiten betrieben 'Gesinnungs-' und 'Kulturpropaganda' mit Postkartenserien. Der Türmer-Verlag Greiner & Pfeiffer in Stuttgart verlegte unter dem Titel *Deutsche Innerlichkeit* "Spruchkarten mit Lebensworten aus Friedrich Lienhards Werken"; die Werbestelle Stuttgart der Allianz und Stuttgarter Lebensversicherungsbank verantwortete die Kartenfolge *Deutsche Männer - Deutsche Worte*. Als politisches Agitationsmittel ist die Ansichtspostkarte im deutschsprachigen Bereich wohl zum ersten Mal bei den Wiener Gemeinderatswahlen 1900 eingesetzt worden.⁶¹

Wohlfahrtspostkarten erschienen vor, besonders aber im und nach dem Ersten Weltkrieg. Als Herausgeber fungierten beispielsweise die *Deutsche Bahnhofsmmission* oder der *Wohlfahrts-Ausschuss der K. Haupt- und Residenzstadt München (Fürsorge für die Angehörigen der Kriegsteilnehmer)*. "Kolonialkriegerdank" nannten sich die Postkarten des *Eingetragenen Vereins ehemaliger Kolonialkrieger der Armee, Marine, der Schutz- und Polizeitruppen sowie deren Hinterbliebenen* in Berlin; als Schutzherr fungierten Herzog Johann Albrecht zu Mecklenburg und als Ehrenpräsidenten Herzog Adolf Friedrich zu Mecklenburg und Freiherr von Gayl, General der Infanterie und Mitglied des Herrenhauses.⁶²

⁵⁵ Der *Bund der Deutschen in Böhmen* wirbt auf seinen Karten 1913 mit der Angabe: "950 Ortsgruppen mit über 100.000 Mitgliedern." Und später: "Rund 1200 Ortsgruppen mit mehr als 120.000 Mitgliedern." - Zu Identifikationsangeboten auf deutschen wie tschechischen Bildpostkarten siehe Jaworski 2006. Beispielhaft die nationalpolitische Umdeutung Rübezahls, einer Sagengestalt des Riesengebirges, auf einer Postkarte S. 25f.

⁵⁶ Der 1889 gegründete Verein *Südmark* gehörte "zu den wirkungsgeschichtlich bedeutsamsten Organisationen" mit rund 300.000 österreichischen Mitgliedern 1910, die in ihrem Verein "eine deutsche Schutz-, Interessen- und Selbsthilfeorganisation" sahen, "die über wirtschaftliche und kulturelle Aktionen politisches Zusammengehörigkeitsbewußtsein der deutschen Bevölkerung vermitteln sollte." Ab 1907 forderte der Verein von seinen Mitgliedern "arische Abkunft". Staudinger (1988), S. 130f. - Weit über 400 Karten.

⁵⁷ Dazu Haslinger (2009). Darin insbesondere Dedryvère 2009.

⁵⁸ Dazu Jaworski 2006. Deutlich wird hier auch, dass im Nationalitätenkonflikt auf der anderen Seite der Grenze, als Reaktion auf die deutsche Propaganda und spiegelbildlich zu ihr, vergleichbare Bestrebungen entstanden.

⁵⁹ Dazu Drobesh (1995).

⁶⁰ Manche Karten tragen lediglich den Aufruf "Tretet dem Deutschen Schulverein [...] bei!" In späteren Karten heißt es: "Helft uns deutsche Schulen bauen, / Burgen im bedrohten Land!" Hier nach der Karte Nr. 1078.

⁶¹ Die "Ansichtspostkarte als Agitationsmittel" sei "gelegentlich der Wiener Gemeinderatswahlen ins Leben getreten". Internationale Postkarten-Zeitung 1900, Nr. 6. Die Karten richteten sich gegen das Wiener Stadtoberhaupt, Karl Lueger.

⁶² So der Aufdruck der Karte Nr. 5, gelaufen 1915, mit "Landschaft aus Deutsch-Südwestafrika. Nach einem Gemälde von Prof. Peter Paul Müller", hergestellt bei F. A. Brockhaus in Leipzig.

I.3.3 Heimat, deutsche Landschaften

Mehrere Kartenreihen standen im Dienst der Heimat- und Heimatschutzbewegung,⁶³ so wie die "Sächsischen Heimatschutz-Postkarten", die im Auftrag des 1908 gegründeten "Landesvereins Sächsischer Heimatschutz"⁶⁴ im Verlag Bertha Zillessen in Bautzen erschienen. Andere Reihen nannten sich "Heimatbilder" oder "Heimatkarten",⁶⁵ auch gab es auf Landschaften oder "Landschaftskunst" spezialisierte Verlage. Indem sie der Heimat ein Gesicht gaben, nahmen Bildpostkarten teil an der medialen Konstruktion von Heimat.

Verlage mit regionalem Programm ließen sich oft in der Provinz nieder, wie z.B. der "Alpine Kunstverlag Eugen Richter" in Berchtesgaden-Königssee, der "Rübezahl-Kunstverlag Höckendorf & Co." und der "Schlesische Gebirgsverlag Alfred Männich", beide in Hirschberg in Schlesien,⁶⁶ der "Thüringerwaldverlag Richard Zieschank" in Ronneburg in Thüringen, oder die beiden "Fichtelgebirgsverlage" G. Kohler in Wunsiedel und J. Strammer" in Nürnberg. Markante Landschaften wie der Rhein (z.B. *Rheinlieder*, Künstlerkarten-Verlag von Karl Rud. Bremer & Co., Köln; *Leben am Rhein* und *Rheingold-Serie* im Verlag Hoursch & Bechstedt, Köln), der Harz, die Sächsische Schweiz, das Riesengebirge (z.B. "Schlesische Gebirgsbilder" des Kunstverlags Fritz Springer in Hirschberg-Cunnersdorf), die Lüneburger Heide oder der Spreewald (z.B. "Spreewaldbilder" vom Verlag Walter Meixner in Leipzig) wurden in Postkartenserien vorgestellt. Das dichte Netz von lokalen Ansichtskartenverlagen mag der Harz illustrieren. Es zeichnen an folgenden Orten im oder am Harz die nachfolgend genannten Firmen auf Bildpostkarten.⁶⁷

Alexisbad: Paul Schwiesau | *Altenau*: Verlag G. Baumann | *Bad Harzburg*: Kunstverlag Carl Friedrich Fangmeier; Verlag Simon; Verlag von Rud. Stolle; Verlag Otto Zeumer | *Bad Lauterberg*: Verlag Herm. Limbarth | *Bad Sachsa*: Verlag "Fotohaus Jordan" | *Blankenburg*: Kunstverlag U. Bornemann; Verlag Carl Greve, Photographie u. Verlag; Verlag Fritz Hoefer, Buchhandlung; Verlag Photo-Zentrale Jul Werner, Photogr. | *Braunlage*: Herbert Kiesewetter; Kunstanstalt Hans Rudolphi | *Brocken*: Verlag Rud. Schade, Fürstl. Stolb. Lieferant, mit der "Brocken-Postkarte", der "Officiellen Ansichtskarte" vom Brocken | *Burg Regenstein*: Verlag Oskar Richter | *Friedrichroda*: Verlag Georg Krautwurst, Buchhandlung | *Friedrichsbrunn*: Verlag Fr. Jahn jun. | *Gernrode*: Carl Mittag, Buch- und Kunstverlag | *Goslar*: Verlag C. Armbster, mit Filiale in Oker; Phot. Kunst-Anst. Herm. Stumm | *Halberstadt*: Eigenverlag Frau Charlotte von Brudersdorff; Verlagsanstalt "Kosmos"; R. Lederbogen; Verlag Valentin Volkmar | *Herzberg*: Verlag Carl Fahlbusch | *Nordhausen*: O. Ohm, Photogr. | *Schierke*: Verlag A. Stenner | *Stolberg*: Verlag Fürstl. Stolbergsche Kammer | *Thale* mit Rosstrappe: Otto Krug, Berghotel Rosstrappe; Franz Lohse; Verlag Franz Scholz | *Wernigerode*: Verlag Dr. A. Defner; Verlag Fr. Gottsched, der bei Louis Koch, Halberstadt, drucken ließ; Postkartenverlag E. Riehn | *Zellerfeld*: Carl Fischer | *Zorge*: Verlag Carl Rauschenbach.

Die meisten Landschafts- und Architekturbilder sind, nur selten kolorierte, Fotografien. Erst mit Hilfe des Mediums der Fotografie konnten sich in den Tourismusorten zahlreiche kleine Anbieter von Bildpostkarten etablieren. Zusammen mit einer Vielzahl selbständiger

⁶³ Zur Heimatbewegung vgl. den Eintrag in *Wikipedia*, URL: <https://de.wikipedia.org/wiki/Heimatbewegung>

⁶⁴ Der noch heute bestehende "Landesverein Sächsischer Heimatschutz" gab heraus: *Mitteilungen für Heimatschutz, Volkskunde, Denkmalpflege und Naturschutz*. Aus dem Titel gehen die Tätigkeitsfelder des Vereins hervor. Siehe den Eintrag in *Wikipedia*, URL: https://de.wikipedia.org/wiki/Landesverein_Sächsischer_Heimatschutz

⁶⁵ Vgl. die "Rheinischen Heimatbilder" des Kunstverlages Hermann A. Peters in Bonn und die vom "Verkehrs- und Verschönerungsverein des Bezirks Kulmbach" edierten "Heimatkarten vom Kulmbacher Land".

⁶⁶ Einige Karten tragen das aufgedruckte Markenzeichen mit Palette: "Männich & Höckendorf / Hirschberg Schl.," was auf eine Fusion der beiden Firmen verweisen könnte.

⁶⁷ Auswahl, mit Angaben nach Kartenaufdruck. Da viele Karten nicht gelaufen sind, bleibt offen, in welchem Zeitraum die Firmen aktiv waren. - Ohne die großen Verlage außerhalb des Harzes, die auch diesen Markt bedienten, wie z.B. Louis Glaser in Leipzig oder Raphael Tuck & Sons, Niederlassung Berlin, mit der "Oilette"-Serie "Harz". Zahlreiche Harz-Karten stammen von Franz Jander in Berlin, vom Kunstverlag Julius Simonsen in Oldenburg und der Kunstanstalt Stengel in Dresden. Eine "Serie Goslar" brachte der Kunstverlag Hermann A. Peters in Bonn heraus.

Fotografen dominierten Klein- und Kleinstbetriebe die Postkartenherstellung.⁶⁸ Auf dieselbe Weise wurden alle deutschen Landschaften mit ihren charakteristischen Zügen im Bild vorge stellt, sie erhielten 'ein Gesicht' für das breite Publikum und wurden touristisch beworben.

I.3.4 Reklamekarten, Reklame auf Karten

Als Medium der Werbung wurde die Postkarte bereits vor 1900 entdeckt.⁶⁹ Die zuweilen kos tenlosen Reklamekarten dienten großenteils der Markenbildung und Produktwerbung. Die Re klame kann die ganze Bildseite (vgl. "Kathreiner-Karte") oder auch die ganze Adressseite ein nehmen (wie z.B. die Werbung für Van Houten's Chocolate), so dass die Karte postalisch nicht genutzt werden kann. Eine Karte von Van Houten knüpft an ein holländisches Interieur nach Gerard Dou mit dem folgenden Text an: "Was wäre der Haushalt ohne die Hausfrau? - und was ohne Van Houten's Cacao & Van Houten's Ess-Chocolate?"⁷⁰ Auch in anderen Fäl len nehmen die Werbetexte auf das Bild Bezug und umgekehrt - so die Werbekarte für "Dr. Hommel's Haematogen. Glänzend bewährtes Nähr- u. Kräftigungsmittel", die diesen Text auf der Adressseite trägt und auf der Bildseite eine Mutter zeigt, die einem Kind mit dem Löffel das Stärkungsmittel verabreicht. Bei Reklamen für Zigaretten lag es nahe, glücklich Rau chende ins Bild zu setzen.⁷¹

Bei einer einheitlichen Konzeption von Adress- und Bildseite, stellt die Bildseite auf die eine oder andere Weise das Produkt oder dessen Gebrauch bzw. Nutzung dar. So stellt die Werbe karte von Stadler & Geyer in München, ein Geschäft zur "Trockenlegung feuchter Gebäude", die Gasteigkirche in München vor und 2 Jahre nach der Trockenlegung im Bild einander ge genüber.⁷² Doch gibt es zahlreiche Fälle, bei denen Bild und Werbetext nichts miteinander zu tun haben, beispielsweise wenn eine Karte mit dem Konstantinbogen in Rom, aus dem Verlag Römmler & Jonas in Dresden, auf der Bildseite mit der Werbung bedruckt wird: "Ebermann's Mundwasser und Zahnpulver die besten Zahnmittel!". Einen rüden Umgang mit Kunstkarten dokumentiert die Prager Postkarte mit dem Gemälde "Dante in der Hölle" von Julius Schmid, das Dante und Vergil mit dem Liebespaar Paolo und Francesca darstellt. Die Karte ist auf der Adressseite ganzseitig mit der Werbung für ein Wiener Schlafzimmer-Spezialhaus (Möbel Ecke Burggasse und Stiftgasse) überdruckt.

Vereinzelt wird die Postkartenwerbung mit einem Gag oder einem aufmerksamkeitssteigern den Event verbunden. So verlegten die Express-Fahrradwerke in Neumarkt bei Nürnberg eine Klappkarte, "auf der ein Mann seinen Zylinderhut vor den Express-Fahrrädern zieht."⁷³ Die *Münchner Illustrierte Zeitung* ließ während des Münchner Jubiläums-Oktoberfestes 1910 die Karte "Ein Gruss aus den Lüften!" (mit dem Bild eines Karten abwerfenden Luftschiffes!) aus dem fliegenden Parseval-Ballon werfen. Eine anhängende Antwortkarte berechnigte den Fin der zum kostenfreien Bezug der ersten drei Oktober-Nummern.⁷⁴

Weniger umfängliche Anzeigen können im Schreibfeld der geteilten Adressseite oder auch auf der Bildseite platziert werden. So trägt ein Bild der "Venterwildspitze vom Ramoljoch aus in Tirol" am linken Bildrand der breitformatigen Karte den Werbetext: "Jede praktische

⁶⁸ Zur Zahl der Postkartenhersteller und den Betriebsgrößen siehe Brocks 2008, S. 45f.

⁶⁹ Holt 1971, Kap. 8: Advertisements, S. 117-128; Weiss / Stehle 1988; Williams 1988; Weidmann 1996, S. 64-71; May 2012b.

⁷⁰ Eine andere Werbekarte Van Houtens bildet das Gemälde "Der Stier" nach Paulus Potter ab und textet: "Paul Potter's 'Der Stier' ist berühmt, - der Van Houten's Cacao aber nicht weniger!"

⁷¹ Beispiele bei Weiss / Stehle 1988, S. 105f., Abb. 185-189.

⁷² Die Karte trägt auf der Adressseite den Stempel "Bayerische Gewerbeschau München 1912".

⁷³ Weiss / Stehle 1988, S. 96.

⁷⁴ Weiss / Stehle 1988, S. 29, Abb. 29. Unter August von Parseval entstanden zwischen 1909 und 1919 insges amt 22 nach ihm benannte Luftschiffe.

Hausfrau verwendet Schicht's vollkommen unschädliche BLEICHSEIFE."⁷⁵ Solche Werbesprüche nehmen also häufig - wie schon oben belegt - keinerlei Rücksicht auf das dargestellte Bild. So findet sich auf der Bildseite einer alten Kitschkarte (Farbbild im Rokokostil mit Werbeszene in einem Park und zwei Schwänen) mit ungeteilter Adressseite linksrandig der Aufdruck: "E. L. Andreazzi's Tinten-Siegellacke-Nachtlichter-Fabrik - Wien VIII."

Zahlreiche Firmen gaben eigene Karten, ja ganze Kartenserien heraus, so z.B. August Stukenbrok,⁷⁶ "Deutschlands größtes Spezialhaus für Fahrräder und Sportartikel" und bahnbrechender Versandhändler mit Sitz in Einbeck, mit seinen Faust- und Gretchenkarten. Kartenserien gibt es u.a. auch von der Auto- und Maschinenfabrik Dürrkopp.⁷⁷ Als Fortsetzungsgeschichte erschienen die Karten der "Schweine-Schlächtereier u. Wurst-Fabrik von C. G. Hartmann" in Frankfurt a.M. um 1900. Die Karten bebildern "den Lebenslauf eines Schweines vom Stall zum Wurstkessel in sechs Etappen" und wurden im Abstand von einem Monat an die Kunden verteilt.⁷⁸ Werbepostkarten zählten zu den üblichen Werbemitteln publikumsorientierter Firmen wie beispielsweise AEG, Bahlsen, Continental, Kupferberg, Osram, die Dortmunder Aktien-Brauerei sowie in München z.B. Brauereien wie Löwenbräu und Pschorr-Bräu, mehrere Zigarettenmarken usw.⁷⁹



Links: [Ohne Titel]
S.I.P. 3 Série N° 6
[Fotografie:] Reutlinger, Paris. Gelaufen.
Poststempel 1902.
Adressseite ungeteilt.

Rechts: Thoughts.
Use "Matchless" Metal Polish. British all through. Rotary Photo E. C. Nicht gelaufen. Werbekarte. Die "Matchless Metal Polish Company" wurde 1885 gegründet.



⁷⁵ Auf der noch ungeteilten Adressseite ist zusätzlich der Stempel angebracht: "Schicht's Sparsseite. Marke Hirsch." Auf der Fotopostkarte "Zermatt und Matterhorn" von Ernst Rennert, Aussig, findet sich an gleicher Stelle der Text: "Bitte versuchen Sie 'Schicht's Bleich-Seife'."

⁷⁶ Siehe die Serie mit Faust- und Gretchenmotiven im *Goethezeitportal*. URL: < <http://www.goethezeitportal.de/index.php?id=2547> >

⁷⁷ Die Karten enthalten "amüsante Sketche, burleske Szenen, wie sie bei Umgang mit Dürrkopp-Autos, -Nähmaschinen und -Milchzentrifugen vorkommen". Weiss / Stehle 1988, S. 40f., Abb. 45-48. Zu den großen prägenden französischen Serien S. 45-49: Edition Cinos (36 Karten, 1898), Cocorico (12 Karten mit den verkleinerten Titelseiten der satirischen Zeitschrift, 1898), Collection JOB (1903-1914, die letzte Serie 1914 mit 30 Karten), Byrrh (hervorgegangen aus einem Plakatwettbewerb 1906, 113 Karten). - Baudet 1978, S. 290-303 bildet 113 Reklamekarten für den Aperitif Byrrh ab. Alle Karten enthalten die Worte "BYRRH. Tonique hygiénique a base de Quinquina et de vins généreux".

⁷⁸ Weiss / Stehle 1988, S. 43, Abb. 50-52.

⁷⁹ Viele Beispiele bei Weiss / Stehle 1988. Kapitel "Wofür geworben wird. Branchen und Produkte", S. 95-115. Werbepostkarten der genannten Firmen S. 53-55, 66, 82, 96f., 101, 102.

Eng verbunden mit der Postkartenproduktion war die Zeitschriftenpresse, vor allem die populären Unterhaltungs-, Satire- und Witzblätter, wie auch das Verlagswesen insgesamt. Die "Ueber Land und Meer"-Postkarten waren als Großpostkarten gestaltet. Die Münchner *Jugend* gab "Jugend-Künstlerpostkarten"⁸⁰ und "Jugend-Postkarten," der *Simplicissimus* die "Simplicissimus-Postkarte" heraus. Oft verwerteten diese Karten das Bildmaterial der Zeitschrift oder griffen auf deren Kunstblätter zurück und warben allein schon durch ihr auf der Bildseite eingedrucktes Impressum für die jeweilige Zeitschrift. Doch wurden Postkarten auch gezielt zu Werbezwecken verwendet. So nutzte der Verlag Velhagen & Klasing Neujahrskarten für eine "Einladung zum Abonnement" seiner Monatshefte,⁸¹ auch der Verlag Callwey bewarb den *Kunstwart* und seine Drucke mit Postkarten. Das *Hannoversche Familienblatt* verbreitete auf Postkarten eine "Illustrationsprobe aus dem Familienblatt" (C. v. Bergen: Der erste Unterricht) und platzierte im Schreibfeld der Adressseite einen Werbetext für das Blatt sowie einen gereimten "Gruss aus dem Leserkreis." Der Verlag Hermann Hilger in Berlin bewarb die Sammlung "Die Welt in Photographien mit erläuternden Texten von Joseph Kürschner" auf Ansichtskarten,⁸² die auf der Bildseite die jeweilige Ansicht und im Schreibfeld der Adressseite den dazugehörigen Text enthielten. Bei dieser Kooperation von Buch- und Fotoverlag soll die Produktwerbung, wie sie mit jeder verschickten Karte erfolgt, zum Kauf und Sammeln der Karten und Alben anregen. Ein Verlag wie Hermann A. Wiechmann in München forderte auf jeder seiner Postkarten zum Bezug seiner Verzeichnisse von Büchern, Bildern und Postkarten auf. Zur Rückäußerung der Käufer bzw. zur Gewinnung von Kunden nutzten Verlage und Buchgemeinschaften gemeinhin Postkarten mit eingedruckter Adresse.

Gaststätten, Hotels und Hütten an beliebten Ausflugsstätten - auf Bergen, in / bei Burgen, Schlössern usw. - stellten eigene Postkarten zum Kauf oder als Geschenk für ihre Gäste und zur Werbung her. Gleiches gilt für Museen und Sammlungen,⁸³ Ausstellungen,⁸⁴ Kongresse, Messen, Rennen und Veranstaltungen aller Art.⁸⁵ In diesen Fällen wurde häufig auch mit Stempeln auf der Adressseite geworben. Kurvereine und -verwaltungen von Bädern und Kurorten gaben "offizielle Postkarten" heraus, so z.B. die Kurverwaltung Sondershausen, die auf das Schreibfeld der Adressseite drucken ließ: "Vier Wochen in unseren Wäldern und Du bist wieder Mensch!"⁸⁶

⁸⁰ Weiss / Stehle 1988, S. 50; Weidmann 1996, S. 50f.

⁸¹ Die Bildseite der "Neujahrskarte" zeigt das Gemälde von Karl Plückerbaum "Es waren zwei Königskinder ...". Die gleich gestaltete Karte mit demselben Bild war mit einem veränderten Text als "Künstlerpostkarte" in Gebrauch. Sie enthielt die "Einladung zum Abonnement" des mit September 1910 beginnenden Jubiläums-Jahrgangs von *Velhagen & Klasing's Monatsheften*.

⁸² Es liegt die Karte vor: "Partenkirchen u. Garmisch", hergestellt von der Neuen Photographischen Gesellschaft Berlin-Steglitz 1898. Zu dieser Zeit waren ca. 5.000 Ansichten vorrätig, die über den Buchhandel zu beziehen waren. Auf dem Schreibfeld der Rückseite war ein schmaler Streifen freigehalten mit dem vorgedruckten Text: "Zu freundlichem Gedenken am ... z. Zt. ...", so dass die Karte mit diesem persönlichen Eintrag auf die Post gegeben werden konnte.

⁸³ Beispiele für amtliche Postkarten von Sammlungen und Museen, vertrieben meist in Kooperation mit einschlägigen Verlagen: "Postkarte. Amtliche Ausgabe der Generaldirektion der Königlichen Sammlungen zu Dresden". Verlegt bei: Buchdruckerei der Wilhelm und Bertha v. Baensch Stiftung, Dresden. - "Postkarte im Auftrag der General-Verwaltung der Königlichen Museen zu Berlin." Verlegt von Julius Bard, Berlin, gestaltet von E. R. Weiss. - Auch die "Amtliche Ausgabe [der Postkarten] der Königlichen Gemälde-Galerie zu Cassel" wurde von Julius Bard verlegt. - Die "Offizielle Postkarte des Deutschen Museums München" erschien im Verlag J. Lindauersche Univ.-Buchhandlung (Schöpping), München.

⁸⁴ Weidmann 1996, S. 58f. mit Ausstellungspostkarten des Bauhauses und Werkbunds.

⁸⁵ Veranstaltungskarten bei Weidmann 1996, S. 61-63 u.a.

⁸⁶ Die Bildseite zeigt den Schlosshof in Sondershausen nach einer Original-Radierung von Curt Mücke.

I.3.5 Humor, Karikatur, Zerrbild: Antisemitische Karten

Witz-, Humor- oder Scherzkarten⁸⁷ zielen auf einen Effekt: Sie sollen zum (Ver)Lachen oder Schmunzeln reizen. In Bezug auf die Sujets sind die Humorkarten äußerst heterogen.



Maximiliansgrotte. Text: In dem Rucksack wohl versteckt / Trage ich was Freude weckt, / Schau hinein, welch ein Genuß, / aus der Maximiliansgrotte / ist's ein Ansichtsgruß. Verso: 8. Hans Wittmann, Krottensee. Nicht gelaufen. - Im Rucksack ein Leporello.

Einen eigenen Bereich bilden die antisemitischen Humorpostkarten.⁸⁸ Die Belustigung geht dabei stets auf Kosten der Juden und der ihnen zugeschriebenen Eigenschaften. Auf den Bildern tritt eine ganze Reihe jüdischer Gestalten auf, auf der einen Seite der zerlumpte (Ost)Jude als Schnorrer, Straßenhändler mit Bauchladen, Trödler, Kleider- und Viehhändler, auf der anderen der Spekulant, Schieber und Wucherer, der 'Bonze' und Börsianer, die satirisch als Neureiche dargestellt werden. Als jüdische Körpermerkmale⁸⁹ gelten u.a. Plattfüße und krumme Beine, Engbrüstigkeit und andere angeblichen Degenerationserscheinungen, vor allem aber die 'Hakennase', als Charaktereigenschaften 'Geilheit' und Geldgier, Betrugerei und 'Mauschelei'. Zur Karikatur vielfach genutzt werden die auf Tiere verweisenden jüdischen Nachnamen Bär, Hirsch und Löw.

I.3.5.1 Der kleine Cohn

Der Übergang von der humoristischen, zum Lachen und zum Spott anregenden, zur ausgrenzenden und diffamierenden rassistischen Karikatur lässt sich an der Motivgruppe "der kleine Cohn" studieren, die auf einen Schlager von 1902 mit dem Refrain zurückgeht: "Hab'n Sie nicht den kleinen Cohn geseh'n / Sah'n Sie ihn denn nicht vorübergeh'n? / In der Volkesmenge / Kam er in's Gedränge / Da hab'n Sie nun den Schreck - / Der Cohn ist weg!".⁹⁰ Auf den

⁸⁷ Humorkarten bei Weidmann 1996, S. 83-85 (Arthur Thiele), 88, 92-93, 107-108, 110-115, 125. - Brocks 2008, Soldatenwitz, S. 209-213.

⁸⁸ Gold / Heuberger 1999. Schäfer 2005. Peters 2008; auf die hier wiedergegebenen Postkarten wird mit der Atlasnummer Bezug genommen.

⁸⁹ Dazu Schäfer 2005, Kap. 5.3 Die Konstruktion des *jüdischen Körpers*, S. 71-82.

⁹⁰ Siehe den Artikel "Der kleine Cohn" in *Wikipedia*, URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Der_kleine_Cohn>. Aus diesem Artikel werden einige Sätze, die auf Georg Jäger zurückgehen, hier übernommen. - Schäfer 2005,

Postkartenbildern wird er dargestellt als extrem kleinwüchsig, krummbeinig, meist mickrig und schwächling, immer aber mit übergroßer Hakennase; er redet mit Händen,⁹¹ ist rastlos und umtriebiger, immer unterwegs, so dass er stets von neuem verloren geht, aber auch überall gesehen und wieder entdeckt werden kann. Mehrere Karten, die auf die unterstellte Geldgier der Juden anspielen, drehen sich um eine verlorene und wiedergefundene Mark. Eine mit "Cafe Bauer" betitelte Karte⁹² textet:

Hier »Unter'n Linden«, das war stark,
Verlor der kleine Cohn 'ne Mark.
Drum liess gleich buddeln unsere Stadt,
Bis man das Geld gefunden hat.
Nun jubelt er im Café laut,
Das Glück ihm aus den Augen schaut
Und alle Gäste gross und klein
Sich gleichfalls freuen ungemain.

Wie das hervorragendste körperliche "Identitätszeichen"⁹³ des Juden, die Hakennase zum Spott genutzt wird, verdeutlicht die Karte "Der kleine Cohn war nur scheintodt!"⁹⁴

Der Cohn war scheintodt nur, seid froh,
Der Cohn lebt wieder, das kam so:
Bekanntlich hatte Cohn nicht grade,
Was man so nennt, 'ne kleine Nase;
Die machte noch im Sarge Faxen,
Fing an, es ist zum Schrei'n, zu wachsen.
Und bald, da war sie riesengross,
Vom kleinen Cohn die grosse Nos'
Sie reicht bald an den Deckel 'ran,
So dass sie schon ihn heben kann,
Die Luft dringt rein und wie ihr, seht,
Das Cohnchen wieder aufersteht.

Wie die Reihentitel "Der kleine Cohn von der Wiege bis zum Grabe"⁹⁵ und "Der kleine Kohn in allen Lebenslagen"⁹⁶ belegen, wurde die Figur in allen nur erdenklichen Situationen und Umständen zur einseitigen bössartigen Belustigung genutzt, was zur Verbreitung und Verfestigung antisemitischer Klischees beigetragen hat. Beteiligt waren daran auch Firmen, die - ausweislich ihres Namens - in jüdischem Besitz waren, wie z.B. der namensgleiche Postkartenverlag der Brüder Kohn in Wien, I. Bezirk, (Sigle auf seinen Postkarten: B. K. W. I). Somit

S. 82, verortet die Figur des kleinen Cohn als "Grenzgänger" zwischen Humor, Propaganda und Agitation. Hierzu auch Kap. 3.2 Über die Grenzen des Humors, S. 71-82. - Die Dokumentation von Peters 2008 enthält über 50 Postkarten mit dem Motiv des kleinen Cohn. - Backhaus (1999).

⁹¹ Vgl. die Karte "Der Cohn ist da! Ich habe den kleinen Cohn gesehen!" (Atlasnummer 03/0167, datiert 1902, Verlag Max Marcus, Berlin), auf der es heisst: "Ich hab' heut' den kleinen Cohn geseh'n! / Das Suchen hat ein Ende! / Mit Cohn heut conversirte ich, / Er sprach mehr mit die Hände. / Können Sie das grosse Glück versteh'n? / Ich will's zusammenfassen: / »Wer Cohn und Neapel hat geseh'n, / Kann sich begraben lassen!«"

⁹² Atlasnummer: 03/0626, undatiert. Verlag V. S. & G. Saulsohn, Berlin. Dazu Karte 03/0577, undatiert: "Berlin, Unter den Linden. / Es wird gebuddelt! - Warum? - Der kleine Cohn hat 'ne Mark verloren." Verlag Max Marcus, Berlin.

⁹³ Schäfer, Kap. 5.3.1 Die *jüdische Nase* als Identitätszeichen, S. 219-229.

⁹⁴ Atlasnummer 03/0630, undatiert, Verlag J. Wollstein, Berlin.

⁹⁵ Atlasnummern 03/0627 ("Der kleine Cohn mit der Familie auf dem Töff-Töff") und 03/0628 ("Hier ruht der kleine Cohn").

⁹⁶ Atlasnummer 03/0632, undatiert; eine Postkarte der antisemitischen Wiener Zeitschrift "Kikeriki".

dürfte die Figur auch für souveräne Selbstironie und Selbstkritik⁹⁷ im aufgeklärten Judentum stehen.

I.3.5.2 Hotel-, Restaurant- und Bäder-Werbung: Das Geschäft mit dem Antisemitismus

Der Übergang von der Werbung zur Agitation mit Postkarten lässt sich an dem Hotel- und Bäder-Antisemitismus⁹⁸ studieren. Einige Hotels, Restaurants und Urlaubsorte entdeckten Ende des 19. Jahrhunderts mit Blick auf den weitverbreiteten Antisemitismus unter ihren Gästen den "Antisemitismus als Wirtschaftsfaktor" und machten mit der Werbung, "judenfrei" zu sein, "Judenfeindlichkeit zum Geschäftsprinzip".⁹⁹ Die Heliocolorkarten aus dem Verlag von Ottmar Zieher in München, Gruß aus-Karten zu Karlsbad und Marienbad, spielen mit antisemitischen Klischees - im folgenden Fall sind es 'Geilheit', 'Mauschelei', "Knofelduft" und "unlauter Wettbewerb" - und setzen damit die jüdischen Gäste dem Gelächter und Spott aus. Ein solcher Postkartengruß aus Karlsbad¹⁰⁰ nutzt die Sage vom Hirschsprung:

Herr Hirsch stand auf des Felsens Höh',
Da hört er mauscheln in der Näh',
Ein Knofelduft füllt seine Nüstern;
Jetzt schallt ein Kuss, dann Liebesflüstern.
Voll Neugier schaut er hin genau,
Er sieht Rebekka seine Frau
Und die hält fest, das Gott erbarm,
Sein Konkurrent Herr Schmul im Arm.
Voll Wut ruft Hirsch »mach Platz, ich sterb',
Das ist unlauter Wettbewerb.«
Von grausser Eifersucht erfüllt,
Schwingt er den Stecken rasch und wild,
Um rasend dann hinabzuspringen,
Das Liebespärichen umzubringen.
Doch eh' er noch die zwei konnt' morden,
War er ein echter Hirsch geworden.
Das ist die Mär' vom Hirschsprung
Nach alter Überlieferung.

Die Grenze zur Agitation, Ausgrenzung und Vertreibung der jüdischen Bevölkerung ist hingegen in einer Karte der Neuen Photographischen Gesellschaft (Sigle auf Karten: NPG) überschritten, die das Volkslied "Muß i denn, muß i denn - zum Städtle hinaus!" mit einem Bild illustriert, das darstellt, wie ein als Jude charakterisierter Mann (siehe oben) mit einem Fußtritt hinausbefördert wird.¹⁰¹

Der bekannteste Fall eines "judenfreien" Hotels und Gasthauses ist der Kölner Hof in Frankfurt am Main, zentral gelegen "gegenüber dem rechten Ausgang des Hauptbahnhofs", dessen Besitzer Hermann Laass zahlreiche diffamierende und hetzerische Postkarten in Umlauf

⁹⁷ Schäfer 2005, S. 72.

⁹⁸ Dipper 1999. Bajohr 2003. Vgl. den Artikel "Bäder-Antisemitismus" in *Wikipedia*. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Bäder-Antisemitismus>

⁹⁹ Claussen 1999. Rath: Lehrbuchfall "Borkum-Lied".

¹⁰⁰ Peters 2008, Atlasnummer 03/0784, undatiert. Auf die in dieser Dokumentation wiedergegebenen Postkarten wird mit der Atlasnummer Bezug genommen. - Charakteristisch auch der folgende Text: "Jodeln tun die Steir'märker, / Jüdeln Cohn und Maier stärker. / Schuhplattler ist Tyrolerfraid', / Plattfüssler tanzen »uns're Lait'«. Atlasnummer 03/0786, Gruss aus Karlsbad, Verlag Ottmar Zieher, München, undatiert.

¹⁰¹ Atlasnummer: 03/0901, undatiert. Das Motiv des Fußtritts, mit dem 'der Jude' aus einer Stadt, einem Hotel, einem Seebad usw. hinausbefördert wird, ist auf antisemitischen Postkarten weit verbreitet.

gebracht hat.¹⁰² Er verunglimpfte die Stadt Frankfurt auf Grund ihres hohen Anteils an Juden als "Neu-Jerusalem am fränkischen Jordan", stellte im Gastraum Hinweisschilder "Juden ist der Aufenthalt hier verboten" auf und schenkte Bier in Krügen mit der Aufschrift "Kauft nicht bei Juden"¹⁰³ aus. Andere Hotels und Gasthäuser taten es dem Kölner Hof nach. So verspricht das "Deutsche Wirtshaus" von Fritz Sommer in Berlin, Friedrichstraße 210, einen "judenreinen Aufenthalt" und ergänzt: "Sämtliche antisemitische Zeitschriften liegen aus."¹⁰⁴ In weiteren Werbepostkarten wird die Aufforderung hinzugefügt: "Wer seinem Volk ein Freund will sein, der kaufe nie bei Juden ein."¹⁰⁵ Unter den Seebädern war neben Zinnowitz auf Usedom die Insel Borkum eine Hochburg der Antisemiten¹⁰⁶ und tat sich mit antisemitischen Aktivitäten und entsprechenden Postkarten¹⁰⁷ hervor. Das judenfeindliche Borkum-Lied, das täglich von der Kapelle gespielt und von den Kurgästen mitgesungen sowie durch Postkarten verbreitet wurde, endet in der hier zitierten Fassung mit der folgenden Strophe:¹⁰⁸

Doch naht die Zeit, da wir von hier / Scheiden mit frohem Sinn, / So nimm von uns als letzten Gruß / Noch diese Worte hin: / »Borkum, der Nordsee schönste Zier, / Bleib du von Juden rein, / Doch wer dir naht mit platten Füßen, / Mit Nasen krumm und Haaren kraus, / Der soll nicht deinen Strand genießen, / Der muß hinaus! der muß hinaus! / »Hinaus!«

I.3.6 Postkarten-Spezialitäten

Unter den Spezialitäten finden sich Großkarten, welche die gängige Größe weit übersteigen oder sich aus mehreren Karten üblicher Größe zusammensetzen ("Puzzle-Karten"),¹⁰⁹ Leporello- und Panoramakarten sowie Postkartenbücher. "Die große Gruppe der Umschlagkarten, also der Karten, die wegen ihres Formats und vor allem wegen ihrer empfindlichen Ausstattung in einem Umschlag, ab 1880 sogar häufiger in einer Schachtel versandt werden mussten," wird von Pieske¹¹⁰ kategorisiert. Zu diesen aufwendigen Luxuspapieren gehören Zieh-

¹⁰² Steen (1999). Siehe die Karten bei Peters 2008, darunter die Atlasnummern 03/0040, datiert 1898, mit Foto des Gastraumes; 03/0041; 03/0052; 03/0086, datiert 1899; 03/0100, datiert 1899, mit dem beliebten Bildmotiv: Juden in Gestalt von Raben sitzen mauschelnd auf einem Ast; 03/0111, datiert 1900; 03/0118, datiert 1900; 03/0241, datiert 1904, dargestellt der schlafende deutsche Michel und die sieben Raben, die ihn ausplündern; 03/0330, datiert 1909, Foto des Gastraums mit Aufschrift: "Jüdischer Besuch verboten."; 03/0331, datiert 1909, Gastraum mit Aufschrift wie oben; 03/0357, datiert 1911, wie oben; 03/0374, datiert 1912; 03/0392, datiert 1914; 03/0620; 03/0645; 03/0719; 03/0759; 03/0778; 03/0779, "Juden ist der Eintritt verboten." 03/0780, Bild: Jude fliegt mit großem Fußtritt aus dem Lokal. - Zum Verbot, auf dem Bürgersteig vor dem Hotel Plakate mit der Aufschrift "Juden ist ein Aufenthalt hier nicht gestattet" aufzustellen, siehe Bajor2003, S. 46f.

¹⁰³ Jüdisches Museum, Frankfurt a.M. URL: <http://juedischesmuseum.de/148.98.html>

¹⁰⁴ Atlasnummer: 03/0054, datiert 1898.

¹⁰⁵ Atlasnummer: 03/0114, datiert 1900, mit zitiertem Stempel auf Adressseite. Ebenso 03/0237, datiert 1904.

¹⁰⁶ Bajor 2003, S. 73-88. In der Weimarer Republik mutierte Borkum "zeitweise zum antisemitischen Tollhaus, das reichsweit Aufsehen erregte." Für Zinnowitz siehe ebd., S. 69-73.

¹⁰⁷ Neben den im Folgenden angeführten Postkarten mit dem Borkum-Lied vgl. Atlasnummern 03/0273, "Und kommt selbst Jonas angeschwommen / Mit krummer Nas', im Walfischmaul / Er darf an Borkum's Strand nicht kommen, / Der Jüd ist faul, der Jüd ist faul!" 03/0643, "Der Sturm auf Borkum": "Seht, sie nah'n mit platten Füßen, / Uns ganz Borkum zu vermiesen; / Doch auch hier wie überhaupt / Kommt es anders, als man glaubt!", Druck W. Specht, Borkum; 03/0776, "Er muss hinaus!", Verlag Wolfram & Comp., Borkum-Bramen, mit Bild eines Juden, der mit großem Tritt hinausbefördert wird; 03/0810.

¹⁰⁸ Mehrfach abgedruckt und variiert auf Postkarten, vgl. Atlasnummer 03/0132, datiert 1901, Hotel zum Strande: "Juden werden hier nicht geduldet!" 03/0774, Verlag E. Adami, Emden: "Bedaure! Doch wer dir naht mit platten Füßen, — der muß hinaus! >Hinaus!< Zu den "Metamorphosen" des Borkum-Liedes und dem Justizskandal um das öffentliche Abspielen und Absingen des Liedes siehe Bajor 2003, S. 75-88.

¹⁰⁹ Beispiele solcher Puzzles bei Baudet 1978, S. 247f.; Koschek 2000, S. 387; Bénard / Guignard 2010, S. 96.

¹¹⁰ Pieske 1983, S. 270-273. Im Ersten Weltkrieg waren alle Ansichtskarten verboten, "deren Papier aus löslichen Schichten zusammengesetzt ist" (Zieh-, Schieb- und Drehkarten, Passepartout-Postkarten), da sie sich zum Anbringen oder Einfügen geheimer Botschaften eigneten. Preußischer K.M.E. vom 21.8.1915. Vgl. HStA München, MKr/13344. - Zu den Spezialitäten siehe Koschek 2000, Kap. 5: Materialien der Ansichtskarten,

Schieb- und Drehkarten sowie Auf- und Einklebungen, beispielsweise in erotischen Juxkarten, wie sie der Gebirgskartenverlag Peter Triem in München herstellte.¹¹¹ Die Gruß-Karten hatten ein ausklappbares Leporello unter dem Rock des Mädchens, in der Lederhose oder im Rucksack des Bergsteigers. "Lederhöschen-Ansichtskarten" gab es sogar mit Enzianfläschchen.¹¹² Zu den Spezialitäten zählen weiterhin Karten aus Metall (Aluminium), Zelluloid und Holz, aus Seide gewebte Postkarten, "cartes sonores" mit eingepprägter Schallplatte (erstmalig 1905), Stereoskop-Karten,¹¹³ Transparentkarten,¹¹⁴ Duftkarten¹¹⁵ u.a.m.

I.4 Die Fotopostkarte¹¹⁶

Die Anfänge der "echten" Fotopostkarte liegen um 1900, sowohl bei den Ansichtskarten als auch bei den Porträtkarten. In beiden Fällen waren es häufig lokale Fotografen, deren Produkte auch auf Karten verschickt werden konnten. Nicht wenige dieser Fotografen hatten es verstanden, durch Modernisierung ihrer Ateliers, Eingliederung neuer künstlerischer reproduktions- und drucktechnischer Bereiche und Werbekampagnen bei Kollegen um deren Fotomotive allmählich industriell arbeitende Postkartenbetriebe aufzubauen, die – an Stelle von Handabzügen vom Negativ – maschinelle Fotografien, Fototypien u.a. produzierten.

Die Aufnahmen der Reporter-Fotografen dokumentierten Ereignisse, registrierten die (politische, kriegerische etc.) Tagesrealität. Kreative Fotografen schufen Fantasiekarten durch kühne Montagen / Collagen.¹¹⁷ Die Studio-Fotografen verstanden sich als Künstler-Fotografen, schufen Porträt-Kompositionen und rekonstruierten für die stark nachgefragten Fotoszenen aus diversen Themenkomplexen (Kinder-, Liebespaar- und Familienszenen; Bauern-, Soldaten-, Literaturgenre u.a.) in ihren Ateliers mittels "lebender Bilder" Realität.

Der Studio-Fotograf,¹¹⁸ welcher nach gewählten – oder vom Auftraggeber vorgegebenen – Themen gestellte Szenen ablichtete (Einzelbilder oder Serien), verstand sich als Künstler,

Sonderformate und Sonderformen, sowie vor allem Bénard /Guignard 2010, S. 88 ff. mit Farbbildungen. Aus Seide gewebte Postkarten bietet 1900 Hugo Wünsch in Zittau an. Anzeige in: *Schiller's Jahrbuch für Postkarten-Sammler*, S. 126.

¹¹¹ Staatsarchiv München (künftig: StA München): LRA/Nr. 163818. Beispiele liegen in der Akte. Sie wurden im Nationalsozialismus als "geschmacklose Juxpostkarten" angesehen, die "gegen das Anstandsgefühl sowie gegen eine würdige Auffassung unserer Bergwelt und seiner Bewohner" verstoßen (Landrat des Kreises Tölz an Hans Huber, Alpiner Kunstverlag, 15. Mai 1939). Ein älteres Beispiel für die Applizierung eines Leporello auf eine herzförmige Karte bei Baudet 1978, S. 13.

¹¹² Solche Ansichtskarten wurden in Lenggries sowie in der Kolonialwarenhandlung von Centa Gierlinger in Mühl, Gemeinde Gaissach sichergestellt. Siehe die Schreiben der Gendarmerie-Station Lenggries und Bad Tölz, beide vom 22. Januar 1939. StA München: LRA/Nr. 163818 und Pol. Dir. 1110.

¹¹³ Vgl. Dieter Lorenz, in Gütgemann-Holtz 2009, S. 64-72.

¹¹⁴ Zu den Transparent-Ansichtskarten umfassend Stumpp 2012.

¹¹⁵ So ist im Ersten Weltkrieg die Karte "Der Stolz der Französin oder: Der Geruch in der Hose" von Richard König in Chemnitz verboten worden. Auf ihr ist eine plastisch gefüllte rote Hose appliziert, "offenbar mit Duftstoff gefüllt". Hauptstaatsarchiv München, Abt. IV Kriegsarchiv, Bilder- und Postkarten-Sammlung Nr. 1635. Die Abart der Duftkarten geht bis in die Zeit der Jahrhundertwende zurück. 1900 wurde eine Lebkuchenpostkarte mit Lebkuchenaroma aus dem Internationalen Postkarten-Verlag "Palette" in Nürnberg zur Weihnachtszeit beworben. Internationale Postkarten-Zeitung, 1900, Nr. 12, S. 96.

¹¹⁶ Teilweise übernommen von der Seite: Jutta Assel / Georg Jäger, Goethe-Motive auf Postkarten. Wilhelm Meisters Lehrjahre, Mignon und der Harfner. URL: <http://www.goethezeitportal.de/index.php?id=256>

¹¹⁷ Für einen Überblick siehe Chéroux / Eskildsen 2008, insbesondere Clément Chéroux: *Frankierte Fantasereien. Der visuelle Erfindungsreichtum der fotografischen Postkarte zu Beginn des 20. Jahrhunderts*, S. 10 f. mit anschließendem Bildteil. Vgl. auch Holt 1971, Fantasy, S. 156f. Speziell zum "composite portrait" siehe Carline 1971, S. 21; Nørgaard 1972, It's a man's world, S. 12 (männlicher Kopf mit Monokel, gebildet aus drei nackten Frauen); Baudet 1978, S. 256. Ein Goethekopf, der sich aus illustrierten Szenen seiner Dichtungen zusammensetzt, ist abgebildet bei Jäger 2010, S. 159.

¹¹⁸ Als Beispiel kann Louis Held dienen, siehe Renno 1984. Aufschlussreich die Liste der Utensilien im Atelier, S. 9. Held war aber auch ein Landschaftsfotograf und früher Fotoreporter der Ereignisse und des Lebens in Weimar. - Zum Atelierfotografen vgl. Brocks 2008, S. 54 ff.

denn er musste Ideen haben; neue, verkaufsträchtige Themen, Motive, Arrangements finden; er musste als Regisseur fungieren (d.h. die Szenen mit Modellen in seinem eng definierten Raum stellen / komponieren, die Posen, den Ausdruck der Modelle vorgeben, für richtigen Lichteinfall sorgen); er musste die Realität kopieren / abstrahieren / schönen (mittels gemalter Hintergrundleinwand oder Attrappen sowie textiler, künstlicher oder natürlicher Vordergrund- und Szenenausgestaltung; mittels Requisiten, Kostümen, Accessoires) oder einen 'historischen' Raum rekonstruieren; er musste ein Gespür für den Zeitgeist haben (u.a. bei der Wahl der Themen, Modelle und deren Kleidung, Make-up und Ausstrahlung).

Selten spielen die gestellten Foto-Szenen in der freien Natur, meist wurden sie im Studio vor gemalten Hintergründen arrangiert. Die Personen, die im Studio posierten, waren teils Amateure, teils Akademiemodelle, 'leichte Mädchen' oder Schauspielerinnen. So erlangte Reta Walter, Sängerin an der Komischen Oper in Berlin, als Darstellerin der Mignon große Popularität dank ihrer Postkartenserien.¹¹⁹ Die oft aufwändig kostümierten Darsteller müssen eine Geschichte möglichst 'sprechend' erzählen / gestalten, d.h. mit großem gestischen und mimischen Aufwand. Jede Szene / Komposition sollte vom Betrachter – manchmal mit Hilfe kleiner Texthinweise, Namensbezeichnungen, Verse – verstanden werden. Für Szenen nach literarischen bzw. musikalischen Vorlagen bedurfte es daher einer eingängigen, eventuell tradierten Ikonografie. Als Vorbilder kamen etwa Theater- und Opernaufführungen oder künstlerische Bildvorlagen in Frage. Wie mit Hilfe des Stummfilms, so lässt sich auch anhand der Fotopostkarten ein Archiv zeitgenössischer Körper-, Gebärden- und Augensprache erstellen.

Waren aus den Studio-Aufnahmen die gelungensten Kompositionen ausgewählt, wurden von den Fotografien Abzüge gemacht. Seit ca. 1900 war es technisch möglich, diese industriell herzustellen: sog. "Kilometerfotografien" mit Tausenden von Abzügen pro Stunde. Den Produktionsablauf der Kilometer-Fotografie beschreibt Karin Walter¹²⁰ wie folgt:

Am Anfang des Prozesses stand die 'Gelatiniermaschine', in der als erster Schritt eine Endlosrolle Rohpapier gleichmäßig mit Bromsilbergelatine überzogen wurde. Anschließend erfolgt die Belichtung des hochempfindlichen Papiers in der Dunkelkammer. Hier wurde das Endlospapier in eine 'Belichtungsmaschine' eingeführt. Bereits voll automatisiert, stoppte das Papier in regelmäßigen Abständen, der mit mehreren Glasnegativen bestückte Kopierrahmen senkte sich, elektrische Lampen gingen an und die Belichtung erfolgte. Mit diesem Verfahren wurde alle zwei bis vier Sekunden ein halber Meter Papier mit 20 Negativen belichtet. Anschließend durchlief die Papierrolle noch eine Reihe von Bädern mit Entwickler, Säure, Natron, Alaun und Wasser und wurde dann getrocknet.

Bei diesem Herstellungsverfahren benötigte man keine Druckplatte mehr, das Negativ wurde beim Kopieren nicht verschlissen.

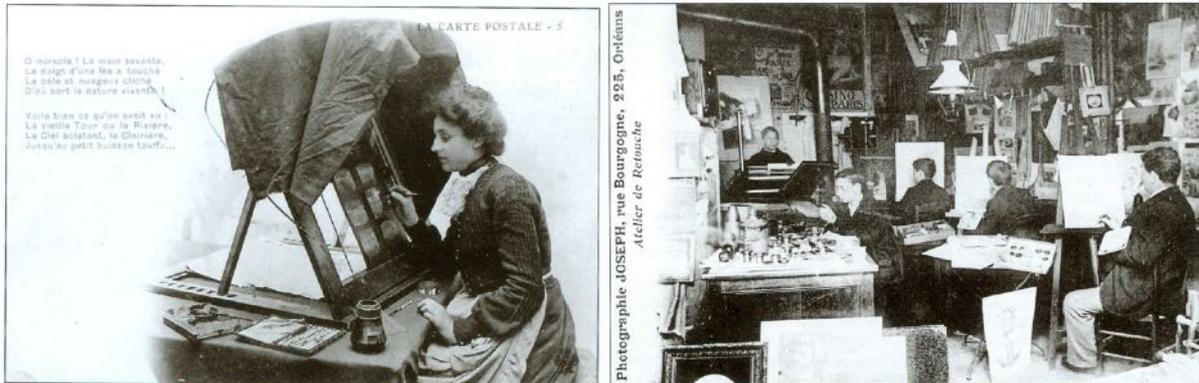
Teilweise nötige Retuschen sind auf den Fotopostkarten zuweilen noch erkennbar, so z.B. der getilgte "Stillhalter" – ein Gerät, das die für die damaligen langen Belichtungszeiten erforderliche 'erstarre' Pose des Modells sicherstellte. Die Abzüge konnten farblich verschieden sein: schwarzgraue, braune, grüne Tönungen waren möglich; in den 1920er Jahren gab es auch blau, rot, violett, orange eingefärbte Fotopostkarten. Farbe erhielten die Schwarzweiß-Postkarten jedoch auch partiell durch manuelle Nachbearbeitung: entweder durch freien Farbauftrag oder mittels Schablonenkolorierung bzw. im Airbrush-Verfahren (zur Erzielung zerlaufender 'weicher' Farbflächen) – letztere auch kombiniert. Die Signets der Verlage¹²¹ wurden meist (d.h. nicht bei den pornografischen Postkarten) in die Negative inkopiert und mit Bestellnummern versehen. Zur Fertigstellung der Fotopostkarten für den Vertrieb waren noch

¹¹⁹ Siehe die Dokumentationen "Reta Walter als Mignon" mit biografischen Notizen. URL: <http://www.goethezeitportal.de/index.php?id=4000>

¹²⁰ Walter in Gütgemann-Holtz 2009, S. 56. Siehe auch Walter 1995, S. 106-119; Walter 2001, S. 54.

¹²¹ Starl / Tropper 2014. Darin Timm Starl: Signets, Abkürzungen, Markennamen, S. 77-123.

diverse Arbeitsgänge notwendig: Abzüge auf dünnem Fotopapier mussten auf neutrale Postkartenformulare kaschiert werden; ggf. wurden Textbeifügungen eingedruckt (schwarz, weiß, golden); auch mussten die in großen Bögen gefertigten Karten zerschnitten und die Serien für den Verkauf zusammengestellt werden.



Retuschierung auf Glasplatten (links mit Tageslicht von hinten) und auf Abzügen (rechts). In: Bénard / Guignard 2010, S. 27f.



[Frau mit Blumen, Draperie links grün und rechts goldfarben] Beide verso: Lychno-
gravüre. Nicht gelaufen.

I.4.1 Neue Photographische Gesellschaft

Musterbeispiele für die technische Entwicklung in der Reproduktion von Fotografien und deren wirtschaftliche Nutzung bilden die "Neue Photographische Gesellschaft" (NPG, Berlin, gegründet 1894, Aktiengesellschaft 1899, 1921 Übernahme durch die Firma MIMOSA aus

Dresden)¹²² und die Rotophot-Gesellschaft (Berlin, ab 1912 "Rotophot Aktiengesellschaft für graphische Industrie"), gegründet 1900 mit dem Zweck der "Massenherstellung fotografischer Vervielfältigungen," samt der 1912 gegründeten Firmentochter, dem Verlag von Heinrich Ross (ursprünglich "Ross-Bromsilber Vertriebs G.m.b.H."). Unter der "Massenherstellung fotografischer Vervielfältigungen" war die Produktion von Bromsilberpostkarten im Rotationsdruck in hoher Auflage gemeint, in der die genannten Firmen konkurrierten.

Im Sommer 1893 wurde in New York durch den Fotografen Benjamin Falk und die Kaufleute Hector Rosenfeldt und Arthur Schwarz zwecks Einführung des fotografischen Rotationsdruckes in den USA die Firma "Falk Automatic Photograph Co." gegründet und im Juli 1894 von Schwarz die "Neue Photographische Gesellschaft" GmbH in Berlin, "welche die Rechte und Patente der obigen Co. für Deutschland erworben" hatte; der Betrieb "wurde im Januar 1895 noch mit den in Amerika gebauten Maschinen aufgenommen."¹²³ "Mit der Neuen Photographischen Gesellschaft ging es bis 1907 dreizehn Jahre lang rasant bergauf. Man investierte nahezu in sämtliche fotografische Artikel, scheute keine Konkurrenz und sah sich mit seinen Tochterunternehmen Rotary Photographic Co., Ltd. in London, Compagnia Rotografica in Mailand, Rotograph Company in New York und Photobrom, G.m.b.H. in Wien weltweit an der Spitze."¹²⁴ Die Firma hatte um 1910 bis zu 1.200 Beschäftigte; die Ansichtskartenherstellung umfasste über 15.000 Motive.¹²⁵

Heinrich Ross wurde zu dem "in Europa führenden Verleger von Künstlerpostkarten und Fotos mit Porträts bekannter Filmschauspieler und Filmszenen."¹²⁶ Die Rotophot-Gesellschaft engagierte sich auch in der Verbreitung und Wiedergabe von Fotos in Büchern und kooperierte in der Filmsterne-Reihe mit der Filmindustrie (Filmpromotion durch Fan- und Autogrammkarten). Technisch entwickelte sie den Kupfertiefdruck weiter, rief 1912 eine "Tiefdruck GmbH" mit deutschen Firmen ins Leben und begründete 1913 das interkontinentale "Tiefdrucksyndikat". Mitte der 1920er Jahre stellte die Firma komplett vom Steindruck auf den Offset- und Kupfertiefdruck um.



Von links nach rechts: [Ohne Titel] Rotophot 1567/1. Gelaufen. Poststempel 1908; [Ohne Titel] Rotophot 1567/2. Gelaufen. Poststempel unleserlich; [Ohne Titel] Rotophot 1567/5. Gelaufen. Poststempel unleserlich.

¹²² Pieske 1983, S. 95 f. zu Bromsilberkarten und der "Neuen Photographischen Gesellschaft". Für die Rotationsfotografie, ein anderer Name für den Bromsilberdruck oder die "Kilometerfotografie", und die "Neue Photographische Gesellschaft" siehe auch Heidtmann 1984, S. 148-157. Eine Monografie der NPG legen Gütgemann-Holz / Holtz 2009 vor.

¹²³ Wolfgang Holtz in Gütgemann-Holtz 2009, S. 27f.

¹²⁴ Wolfgang Holtz in Gütgemann-Holtz 2009, S. 31. Für die Zweigstellen im Ausland siehe auch S. 62.

¹²⁵ Wolfgang Holtz in Gütgemann-Holtz 2009, S. 28f.

¹²⁶ Die folgende Ausführungen nach Krenz, Rotophot-Gesellschaften.

Auf mehreren Wegen nutzte die Postkartenindustrie Möglichkeiten der Individualisierung ihrer Produkte. Passepartouts-Postkarten, wie sie u.a. die Firma Otto Wild & Co. in München herstellte, gingen an Jahrmarkts- und Schnell-Fotografen sowie an fotografische Bedarfsartikel-Handlungen.¹²⁷ Mit Hilfe eines eingeschickten Fotos ließen sich individuelle Bildpostkarten in beliebiger Zahl herzustellen. Die Münchner Kunstanstalt Carl Andelfinger & Co. inseriert 1899:¹²⁸ „Postkarten in wirklicher Fotografie mit Selbstporträt oder dem Bilde der Angehörigen, des eigenen Hauses, von Gelegenheitsaufnahmen etc., fertigen wir in denkbar bester Ausführung und in wenigen Tagen nach jedem eingesandten Bilde gegen vorherige Einsendung des Betrages oder gegen Nachnahme. Sie brauchen nur ein Bild (Fotografie, Gemälde, Zeichnung) zu schicken und die Anzahl der gewünschten Karten zu nennen.“ Preis 10 Stück à 20 Pfg., 50 Stück à 18 Pfg. Bromsilber-Entwicklungspapiere "ermöglichten erstmals auch die lohnende Herstellung kleiner Mengen von Fotopostkarten. So genannte 'lichtempfindliche Postkarten' - es handelte sich dabei um Celloidinpapiere im Postkartenformat - waren bereits ab 1893 im Handel."¹²⁹ Die NPG erkannte und nutzte das neue Geschäftsfeld. Auch andere Firmen machten vergleichbare Angebote, welche die Individualisierung des Massenmediums beförderten. Ein eigenes Hausiergewerbe bildeten die "Häuserfotografen": Sie "klingelten ohne Voranmeldung an den Türen und baten die Bewohner, aus den Fenstern zu blicken - jeder Fenstergucker war ein potentieller Kunde."¹³⁰ Auch gab es Blankokarten zu kaufen, die der Absender nach eigenen Wünschen gestalten konnte. Diese der Ansichtskartenkultur eigene Spannung zwischen Massenproduktion und Individualisierung oder Personalisierung hebt die Studie von Baranowska hervor.¹³¹

I.5 Ausbildung eines Marktes für Bildpostkarten um 1900

Um 1900 bildete sich ein eigener Markt für Bildpostkarten heraus.¹³² Zu erkennen ist dies an der Entstehung von Fachzeitschriften,¹³³ der Publikation von Fachliteratur, der Gründung von

¹²⁷ Bayer. HStA, Abt. IV Kriegsarchiv, Mkr/13344. Die Kunst- und Verlagsanstalten von Rudolf Mayer in München, Photocol und Graphia, begannen mit Sammelbildern und Sammelalben, um sich später auf Ansichtskarten und Passepartout-Ansichtskarten zu spezialisieren. Die Sammelbilder mit Ansichten wurden auf zwei Arten genutzt: Zum einen wurden die Ansichtskarten "komplett mit den vorhandenen Druckvorlagen der Sammelbilder und den Passepartouts" gedruckt, und zum anderen wurden "oft aufwendig gestaltete Passepartouts eigener oder fremder Herstellung" genutzt, in die man Sammelbilder einklebte. Dazu Stumpp 2005, S. 19f. mit Beispielen aufgedruckter und aufgeklebter Sammelbilder S. 20-23.

¹²⁸ Internationale Postkarten-Zeitung, 1899, Nr. 12, S. 97. Dazu die Anekdote im Jahrgang 1900, Nr. 1, S.3: Eine Angestellte der Firma erkennt in einer eingesandten Fotografie den entflohenen Vater ihres Kindes.

¹²⁹ Karin Walter, in Gütgemann-Holtz 2009, S. 61f. Celloidinpapier: "ein photographisches Papier, das mit einer Emulsion von Chlorsilber und andern Silbersalzen in Kollodium überzogen ist". Otto Lueger: Lexikon der gesamten Technik etc., Bd. 2, 1905, S. 427. Hier nach der Digitalisierung durch Zeno.org.

¹³⁰ Walter 2001, S. 58. Einzelanfertigungen von Fotopostkarten wurden durch die Bromsilberteknik möglich, weil hier "jedes fotografische Negativ direkt, ohne Zwischenschritt über eine Druckplatte, Verwendung findet." - Eine Zeitzeugin erinnert sich, „wie es unverhofft an die Tür geklopft hatte und ihre Familie gefragt worden war, ob sie eine Aufnahme wünsche. Nach der Einwilligung ging es so schnell, dass es nicht mal mehr gereicht hätte, ihre gerade vergossenen Tränen abzuwischen. In größeren Gebäudekomplexen verteilten die Häuserfotografen Handzettel an die Bewohner mit der Aufforderung, die Fenster zu öffnen und sich möglichst weit hinauszulehnen, der Fotograf stünde auf der Straße, schon für die Aufnahme bereit. Das Geschäft lief umso besser, je mehr Personen sich an den Fenstern zeigten, denn jede weitere vergrößerte die in Frage kommende Kundschaft. Wenige Tage später erhielt jeder und jede HausbewohnerIn einen Probeabzug und konnte dann die gewünschte Anzahl an Bildern bestellen.“ Walter 1995, S. 134.

¹³¹ "There are two extreme possibilities: the mass-produced postcard and the private one (frequently made only in a single copy)." Baranowska 1995, S. 173. Alben als "private monuments", S. 177. Heute treibt das Fotobuch diese Entwicklung voran.

¹³² Über Produktion, Distribution und Konsum der Bildpostkarten siehe Haack 1988, S. 39 ff.

¹³³ Eine chronologische Auflistung der (meist nur fragmentarisch erhaltenen) Fachzeitschriften findet sich in der Literaturliste dieses Beitrages. Dort finden sich die vollen Titel der zitierten Organe.

Vereinigungen auf Seiten der Hersteller, Händler und Sammler sowie der Ausstellungen bzw. Börsen für Sammler. Zur Chronologie siehe die "Erinnerungstafel sportlicher Ereignisse (1840-1900)" im dokumentarischen Anhang.

Die ab 1895 erscheinende Fachzeitschrift "Papier- und Schreibwaren-Zeitung" integriert die Postkarte, ohne sie eigens zu nennen, dem Papier-, Papierwaren- und Schreibwarenhandel. Ist dies ein zentrales "Organ für den Handel", so erstreckt sich das folgende, ab 1902 erscheinende "Centralblatt" auf die gesamte Postkartenindustrie: "Centralblatt für Papierverarbeitungs-Industrie und Papierhandel. Organ für die Veröffentlichungen der Sektion IV der Papierverarbeitungs-Berufsgenossenschaft, des Schutzverbandes für die Postkarten-Industrie, des Verbandes deutscher Postkarten-Grossisten u.a.". Zugleich ist das "Centralblatt" das Organ des "Schutzverbandes für die Postkarten-Industrie" und des "Verbandes deutscher Postkarten-Grossisten". Das übliche Geschäftsmodell wird wie folgt umrissen:¹³⁴

Der Verlag übergibt den Vertrieb in einem bestimmten Bezirk einem Agenten, der seinerseits den Weiterverkauf, sei es durch Reisende an Buch- und Papierhandlungen oder durch Händler oder Hausierer - vornehmlich aber durch Hausiererinnen - im Einzelverkauf an Private ausführen lässt. Dem Publikum werden die Karten zu 10 Pf. feilgeboten, die Hausierer und Händler zahlen sie dem Agenten mit 5 Pf., dieser dem Verlag mit 2 1/2 Pf. für das Stück.

Zunächst war Nürnberg, Sitz des Weltverbandes "Kosmopolit" und Verlagsort der "Internationalen Postkarten-Zeitung", ein zentraler Ort für Postkartensammler. Nach 1900 suchte der Berliner Verlag Otto Seiffert Nachf. zum zentralen Fachverlag der Branche zu werden. Er gab ab 1903 die "Mitteilungen aus aller Welt über Postkarten und über das graphische Gewerbe. Internationales Insertions-Organ für Postkarten" (mit Ausgaben auch in Englisch für den Import und Export) sowie das "Welt-Adressbuch für Postkarten-Hersteller, -Verleger, -Grossisten und Papierwarenhändler" in mehreren Auflagen heraus. Zentren der Postkartenindustrie waren Sachsen mit Leipzig und Dresden, Bayern mit München und Nürnberg sowie Berlin.

7. OKT. 1913
Kupferdruck der Rembrandt Intaglio Print Co Berlin W.9
Neueste und vornehmste Verfahren für Postkarten, Kunstblätter, Reclame und Vert.-Zettel.

XI. Jahrgang, Nr. 15. (Ausland- und Exportausgabe) September 1913. 2. Ausgabe.
Mitteilungen aus aller Welt über Postkarten und über das Graphische Gewerbe.
 Internationales Insertions-Organ für Postkarten.
 Verlag: Otto Seiffert Nachf. Berlin W. 35
 Agence à Paris: B. Seissow, 41 Villa Clapart, Paris-Levallois.

ROTOPHOT
 AKTIENGESELLSCHAFT FÜR GRAPHISCHE INDUSTRIE
 BERLIN · WIEN · PARIS · LONDON
BROMSILBER :: KUPFERDRUCK
 POSTKARTEN · PLAKATE · KUNSTBLÄTTER

Gravüren-Postkarten mit Goldschmuck. Spezialität des Berliner Verlag G. m. b. H. Berlin W. 9. Novitäten erschienen.

AMAG **Albrecht & Meißner** Aktiengesellschaft
 Berlin-Wilhelmsdorf-Gut
 Bromsilber-, Gravüren-, Chromo-, Celluloid-, Opal-Artikel
 Unsere Publikationen stehen gegen Entgelt von Referenzen über Vertriebsgebiete zu Diensten.

Bromersa-Postkarten, der beste Ersatz für Bromsilber, ca. 200 Sujets
Kupferdruck-Postkarten, klein - kleinert - mit Goldschmuck
 sind unerreicht in Ausführung und Preiswürdigkeit.
SERZ & CO., KUNSTANSTALT, NÜRNBERG.

Kunstverlag Max Herzberg,
 Berlin SW 68, Neuenburger Str. 37
 stellt auf der Leipziger Messe wieder aus:
nur BUGRA, Petersstr. 38, IV Treppen, Koje 83.

Sensationelle Schlager-Neuheiten
 Neue Serien-Postkarten in ff. Vierfarbendruck
Serie Ehrenberger: „Heisses Blut“
weil immer voran und doch zurückhaltend
Serie Wennerberg: „Unworbene Schönheit“
besonders reizvolle Badenorten
Serie Heilmann: „Strandnixe“
Serie Wennerberg: „Badefreuden“

Die in meinem Verlage erscheinenden:
BEZIEHUNG WENNERBERG
 27 farbige Postkarten, 20 einfarbige Postkarten
 in der Aufmachung für den „EXPORT“

In meiner Spezialabteilung für Bilder:
Galerie Moderner Bilder
 neue Bilder! neue Bilder!

No. 23. Heilmann: „Abschied“.	No. 27. Wennerberg: „Erwachen“.
„ 24. Ehrenberger: „Verruchte Liebe“.	„ 28. Wennerberg: „Sie“.
„ 25. Ehrenberger: „Venus im Pelz“.	„ 29. Kirchner-Lange: „Seifenblasen“.
„ 26. Wennerberg: „Im Sapore“.	

Vor kurzer Zeit erschienen:
 No. 1. Raphael Kirchner: „Dergroßte Amer“.
 „ 2. Kirchner: „Goldmann“.
 „ 3. Wennerberg: „Strandnixe“.
 „ 4. Wennerberg: „Spiel der Wellen“.
 „ 5. Raphael Kirchner: „Der rote Pflanz“.
 „ 6. Wennerberg: „Spiegelstein, ich bin jung und schön“.
 „ 7. Kreis: „Verdammte Sünden“.
 „ 8. Wennerberg: „Fischlingsliebe“.
 „ 9. Heilmann: „Häbys Aushäber“.
 „ 10. Wennerberg: „Der Herr wartet“.
 „ 11. Wennerberg: „In schwebender Erinnerung“.

No. 12. Heilmann: „Ein strammes Mädel“.
 „ 13. Heilmann: „Hexchen im Familienbad“.
 „ 14. Bayros: „Schwere Wahl“.
 „ 15. Wennerberg: „Lichensackel“.
 „ 16. Wennerberg: „Der silber Backfisch“.
 „ 17. Wennerberg: „Der neue Hut“.
 „ 18. Kirchner-Kirchner: „Liebesdienst“.
 „ 19. Heilmann: „Maler und sein Modell“.
 „ 20. Heilmann: „Im Atelier“.
 „ 21. Wennerberg: „Für ihn“.
 „ 22. Wennerberg: „Frohe Botschaft“.

Gravüren nach russischen Malern :: Tierbilder in Vierfarbendruck.

Große vorteilhafte Auswahl in
Gerahmte Bilder :: Stapelartikel

Wunderbare Kleinkunstbilder für Diale, Kinderzimmer, Boudoir-Herrenstube.

Ausserdem Ausstellung in Bildern u. Postkarten, nach der letzten Neubesetzung.
 Verlage „Jugend“, München — Verlag Albert Langen, München — Verlag „Lustige Bilder“,
 Auslieferungsteile dieser 3 Firmen. Dr. Eysler, Berlin. Auslieferungsteile dieser 3 Firmen.

Musterangebote stehen auf Wunsch zu Diensten :: Referenzen erbeten.

Links: Musterseite der "Mitteilungen aus aller Welt über Postkarten und über das Graphische Gewerbe", 1912. Rechts: Anzeige Kunstverlag Max Herzberg.

¹³⁴ Berliner Kriegsministerium, 11. Mai 1915. Bayerisches HStA, Abt. IV Kriegsarchiv, MKr/13344.

In Buchhandlungen wurden Bildpostkarten zu einem 'Brotartikel' des Sortiments,¹³⁵ in Papier- und Schreibwarenhandlungen zählten sie zum festen Bestand. Zur Präsentation im Schaufenster und im Laden gab es eigene Verkaufshilfen: Wandgehänge, Kassetten, Pyramiden, Staffeleien, Drehständer und das "Drehwerk" der Firma Jakob Trobitius in Nürnberg.¹³⁶ Den Papier- und Schreibwarenhandlungen wird empfohlen,¹³⁷

besonders gute und künstlerische Karten als Bilder einrahmen zu lassen und in dieser Form in das Schaufenster oder die Schaukästen zu stellen. Man kann auf diese Weise den Leuten zeigen, wie man auf billige Weise sich gute und elegante Wandbilder herstellen kann, die einen Schmuck für jede Wohnung bilden. Wenn man es versteht, in dieser Weise geschickt hergestellte Ansichtskartenbilder auszustellen, kann man immer ein flottes Geschäft in solchen für die Einrahmung geeigneten Karten und außerdem in den geeigneten Rahmen erzielen, welche letztere dann ein sehr lohnender Nebenartikel werden können. Glasergeschäfte erzielen in solchen gerahmten Ansichtskarten-Wandbildern schon längst einen guten Absatz.



Postkartenverkauf am Boulevard de l'Ermitage in Montmorency. L'Abeille. In: Bénard / Guignard 2010, S. 61.

Über Buchhandlungen, Papier- und Schreibwarenhandlungen hinaus verfügte die Postkartenindustrie über ein denkbar dichtes Vertriebsnetz: Detailgeschäfte aller Art, bis hin zu Milchgeschäften, Zeitungskioske und Bahnhöfe - hier auch mit Automaten -, Gasthöfe und Hotels, Vergnügungsstätten, Märkte usw.¹³⁸ Fliegende Händler suchten ihre Kundschaft auf Straßen,

¹³⁵ Jäger 2010, S. 157-159.

¹³⁶ "Nach einmaligem Aufzug dreht sich die Säule ununterbrochen 10 bis 12 Stunden lang." Internationale Postkarten-Zeitung, 1898, Nr. 4, S. 27. - Hugo Bössenroth, Berlin, brachte einen Ständer für Ansichtskarten mit bunten Farbenreflexen auf den Markt. Für Lichteffekte sorgten farbige Staniolstreifen. Internationale Postkarten-Zeitung, 1902, Nr. 5, S. 57f. - Bilder der Verkaufshilfen bei Bénard / Guignard, S. 56f. Hier auch eine ausführliche Dokumentation der Präsentation von Postkarten im Schaufenster und auf der Straße vor dem Laden sowie des Verkaufs im ambulanten und Straßenhandel, auf Bahnhöfen usw. Siehe das Kapitel "Les négociants, grossistes et détaillants", S. 47-66. - Für den historischen Zusammenhang der Schaufenstergestaltung um 1900, in der Ansichtskarten als 'Hingucker' fungierten, siehe König 2009.

¹³⁷ Die Schaufensterdekoration des Papier- und Schreibwarengeschäftes. In: Centralblatt für Papierverarbeitungs-Industrie und Papierhandel, VII. Jg., Nr. 43, 24. Oktober 1908, S. 613-617. Hier S. 616.

¹³⁸ Nicht anders in Frankreich: "La carte postale figure à la devanture du papetier et du libraire, mais aussi à la vitrine de l'épicière, du confiseur, comme à celle du coiffeur ou du marchand de couleurs, dans celle du bazar et

in Lokalen und Ausflugsstätten auf, Postkartenhausierer gingen von Wohnung zu Wohnung. Das Vertriebsnetz, das "the rage for picture postcards" ermöglichte, soll sogar das Publikum in den Gartenwirtschaften Berlins erreicht haben. Ein Postangestellter mit einem Postkasten auf dem Rücken - so stellt es ein Bild dar - verkauft Ansichtskarten, die sogleich beschriftet und eingeworfen werden.¹³⁹ Im Ersten Weltkrieg wurden Postkarten in Marketendereien, Kasinos und Kantinen, Lazaretten, Soldaten- und Marineheimen, Feldbuchhandlungen etc.,¹⁴⁰ ja - verbotener Weise - von Soldaten, die als Kartenhändler Geschäfte machten, an der Front in Schützengräben vertrieben.



"A Postcard Habit in Germany: the Postman as a walking Stationer and Letter-box", Illustrated London News, October 2, 1909. Nach der Abbildung bei Staff 1966 (Bildunterschrift zit. in Anm. 139).

de la mercerie, chez le marchand de confection ou chez la modiste. Dans les villages et les gros bourgs, la carte postale est aussi présente chez le buraliste ou modestement chez le cafetier." Bénard / Guignard 2010, S. 55.

¹³⁹ Staff 1966, mit Wiedergabe eines Bildes aus "Illustrated London News", 2. Oktober 1909: "A Postcard Habit in Germany: the Postman as a walking Stationer and Letter-Box". "The people of Berlin want to write postcards even when sitting in an open-air restaurant. The cards the postman sells are written there and then, and promptly posted in the letter-box which he carries on his back." Vgl auch S. 59.

¹⁴⁰ Vgl. die Korrespondenz des Verlegers Ludwig Riecker, München, mit den Militärbehörden. HStA München, Abt. 4 Kriegsarchiv, Akte M Kr / 13345/1.

I.5.1 Das Sammeln von Postkarten

Das Sammeln¹⁴¹ war eine wesentliche Voraussetzung der Entwicklung der Postkartenindustrie. Sehr früh etablierten sich spezielle Organe auf Sammlerseite:¹⁴² "Der Postkarten-Sammler. Organ des Centralverbandes für Ansichtskarten-Sammler", gegründet 1896, scheint nur zwei Jahrgänge bestanden zu haben, während der erstmals 1897 erscheinende und bis mindestens 1923 laufende "Philokartist. Internationale Postkarten-Zeitung", Zentralorgan des in Nürnberg ansässigen Weltverbandes "Kosmopolit", in drei Sprachen ein internationales Publikum erreichte. Der im Juni 1897 ins Leben gerufene Weltverband "Kosmopolit" hatte Anfang 1898 bereits 800, im Mai dieses Jahres, in dem sich eine "Damenabteilung" in Kremsmünster und eine Ortsgruppe in Berlin bildeten, 1.000 und Anfang 1899 ca. 2.000 Mitglieder.¹⁴³ Die Szene organisierte sich in großen Verbänden, vor allem aber in lokalen Vereinen oder Klubs zum Tauschen wie zum geselligen Miteinander. So entstanden in den Jahren 1898 und 1899 neben dem "I. Sächsischen Ansichtskartensammler-Verein" mit Sitz in Leipzig der "Postkarten-Klub München" und kleine Lokalvereine wie der "I. Hirschberger Postkarten-Sammler-Verein" in der schlesischen Kleinstadt. Auch Sammler von Karten bestimmter Länder oder Regionen organisierten sich, so die "Orientalisten" im "Internationalen Ansichtskartensammler-Verein Orient."¹⁴⁴ Für die Sammler erschienen neben den Fach- und Offertenblättern Handbücher, diverse Alben¹⁴⁵ und Adressbücher¹⁴⁶.

I.5.2 Ausstellungen, Messen

Ausstellungen, d.h. informative und repräsentative Schaustellungen der Postkartenindustrie wie auch Verkaufs-, Kauf- und Tauschbörsen für Sammler gehen gleichfalls noch auf das ausgehende 19. Jahrhundert zurück. Die Jahre 1898 und 1899 scheinen in Europa den Durchbruch im Ausstellungswesen zu markieren. 1898 finden im deutschsprachigen Raum folgende Ausstellungen statt: Internationale Plakat- und Ansichtskarten-Ausstellung in Nürnberg; Internationale Ausstellung illustrierter Postkarten, mit über 100 Ausstellern, veranstaltet vom Centralverein für das gesamte Buchgewerbe, in Leipzig; Ausstellung illustrierter Postkarten in Wien (etwa 100 Aussteller mit 6 bis 7.000 Ansichtskarten); Internationale Postkarten-Ausstellung zu München (etwa 9.000 Karten); I. Internationale Ausstellung illustrierter Postkarten

¹⁴¹ Über die Bildpostkarte als Sammelgegenstand siehe Haack 1988, S. 113 ff.

¹⁴² Dokumente zur Geschichte des Verbandes "Kosmopolit" und weiterer Sammlervereine bei Schmidt 1983.

¹⁴³ Internationale Postkarten-Zeitung, 1898, Nr. 1, S. 4. Ebd. 1898, Nr. 5 S. 36 und 1899, Nr. 1, S. 1f. Nach Schmidt 1983 hat die Mitgliederzahl des Verbandes "Kosmopolit" "in der ersten Blütezeit um die Jahrhundertwende 2200 nicht überschritten" (S. 240). Nach Schmidts Recherchen ist der Verband, der sich 1922 auch für andere Sammelgebiete geöffnet hatte, 1925 eingegangen; die letzte Spur datiert von 1931 (S. 208, 240).

¹⁴⁴ Zu dem 1899 gegründeten Verein "Orient" siehe Schmidt (1983), S. 38 und 268f. (246 Mitglieder im März 1900). Mit "Konsulaten", d.h. Repräsentanten des Vereins und Ansprechpartner der Sammler, aufgeführt werden Ägypten, Bulgarien, Griechenland, Rumänien, Serbien und die Türkei. Internationale Postkarten-Zeitung, 1899, S. 6 u. 47. Für Herstellung und Vertrieb von ethnografischen Fotos und Fotopostkarten mit arabischen Modellen spielten Ägypten und die französischen Kolonien eine große Rolle. Die für ihre ethnografischen Bildpostkarten mit Serien wie "Types d'Orient" bekannte Firma Lehnert & Landrock firmiert u.a. in Tunis und Kairo. Zu Rudolf Franz Lehnert (1878-1948) siehe den Artikel in *Wikipedia*, mit einer Galerie von Orientfotos. Für den Komplex des Frauenbildes in der kolonialen Fotopostkarte vgl. Belmenouar / Combier 2007 sowie die Kap. "Erotika maskiert als Ethnographika" und "Orientmalerei als Synonym für erotische Malerei" in vorliegendem Werk.

¹⁴⁵ Zu den Alben siehe Walter 2001, S. 48f. - Ein Ansicht-Postkarten-Album in Buchform ließ sich der Ansicht-Postkartenverlag C. Brandes in Stuttgart patentieren. Die Kästchen zum Hineinlegen von Postkarten bildeten "äusserlich elegante Bücher in Ganzleinen mit Goldprägung". Anzeige in: Internationale Postkarten-Zeitung, 1899, Nr. 1, S. 7.

¹⁴⁶ Die Internationale Postkarten-Zeitung, 1898, Nr. 6, enthält zwei Anzeigen: Weltadressbuch für Ansichtspostkartensammler", 1898, mit über 500 Tauschadressen, Preis 75 Pfg; Heinrich Kolbe: Grosses Weltadressbuch für Ansichtskartensammler, ca. 4.500 Adressen, Preis Mk. 2.-. Beide Titel im KVK nicht nachgewiesen.

und Albums, Regensburg.¹⁴⁷ "During 1899, international exhibitions of picture postcards took place in several continental cities. The first was held in Venice in August, later others took place in Nice and Ostend, then in Berlin [...] and another in Paris (Versailles), while a Cartophilic Congress was held in Prague."¹⁴⁸ Für den Leipziger Messeauftritt in der goldenen Epoche der Bildpostkarte kann das Jahr 1908 als repräsentativ gelten: Die Papiermesse im Rahmen der Leipziger Frühjahrsmesse stand - und das nicht zum ersten Mal - "im Zeichen der Postkarte", deren Firmen sich geschlossen in Fleischhauers Messpalast, Petersstraße 44, präsentierten. Über die aufwendigsten Messestände heißt es:¹⁴⁹

Die Neue Photographische Gesellschaft, A.-G., Steglitz-Berlin, empfing ihre Besucher in drei zusammenhängenden, überaus geschmackvoll dekorierten Zimmern des vierten Stockwerks. Die vielen Neuheiten in Brompostkarten, sowie größere und kleinere Kunstblätter, desgleichen die hervorragenden Mappenwerke und besonders zugkräftige Verwandlungs- und Zauberkarten gaben ein gutes Bild von der Leistungsfähigkeit und Schaffenskraft dieser bedeutenden Anstalt.

Gleichfalls im oberen Stockwerk hatte wie bisher die Rotophot-Gesellschaft für photographische Industrie, G.m.b.H., Berlin SW., ihre Erzeugnisse in vornehm ausgestatteten Zimmern zur Schau gebracht. Die hundert Serien umfassende Frühjahrs-Kollektion Bromsilberkarten brachte eine berückende Fülle reizender Motive, herrliche Frauenköpfe und -Figuren, liebliche Kindergenre-Bilder, daneben moderne Liebesserien und dergl. mehr. Es dürften sich hierunter wieder manche Schlager für den Postkartenmarkt befinden.

Tabelle 1
Verhältnis von Brief und Postkarte an der Beförderung durch die Reichspost
(Angaben in Millionen Stück)¹⁵⁰

<i>Jahr</i>	<i>Zahl der beförderten gewöhnlichen Briefe</i>	<i>Postkarten</i>	<i>Zusammen Briefe + Postkarten</i>	<i>Anteil der Postkarten (in Prozent)</i>
1875	498,2	61,9	560,1	11
1880	575,3	141,0	716,3	20
1885	736,0	230,5	966,5	24
1890	972,2	330,3	1.302,5	25
1895	1.226,0	443,8	1.669,8	27
1900	1.689,8	954,9	2.644,7	36

¹⁴⁷ Nach Ankündigungen und Berichten in der Internationalen Postkarten-Zeitung, 1898. Die Zeitschrift beginnt ihr Erscheinen mit der Feststellung: "Die Ansichtskarte hat die Welt erobert!"

¹⁴⁸ Staff 1966, S. 59. Siehe auch Baudet 1978: Les premiers salons cartophiles, S. 14. Nice 1899: "Première grande exposition de cartes postales illustrées de tous les pays et nations." Bereits ein Jahr früher fand eine Ausstellung in München statt: "As early as 1898, an International Exhibition of Illustrated Postcards was held in Munich, Germany, from 1st - 30th July." Byatt 1978, S.19.

¹⁴⁹ Bericht in: Centralblatt für Papierverarbeitungs-Industrie und Papierhandel, VII. Jg., Nr. 11, 14. März 1908, S. 141-144. Hier S.142. Die "Liste der Postkarten-Aussteller im Leipziger Messpalast von Rud. Fleischhauer" 1913 zeigt die Vielfalt der Firmen, die in den vier Stockwerken ausstellen. Mitteilungen aus aller Welt, XI. Jg. 1913, o.P.

¹⁵⁰ Leclerc 1986, S. 30. Zur "Ansichtskarten-Statistik" siehe auch Anlage 1.

Tabelle 2
Postkartenverbrauch 1912
(gelaufene Karten) ¹⁵¹

Deutschland	1 748 839 830
USA	914 762 650
Japan	903 866 825

I.5.3 Überproduktion, Preisverfall, Kartelle

Zu Einbrüchen, wahrscheinlich sogar zu einer Krise im Postkartengeschäft dürfte es erstmals im Geschäftsjahr 1908 gekommen sein, verursacht durch die rückläufige Konjunktur in Deutschland wie in den Auslandsmärkten, Überproduktion und Preisverfall. Die Fachpresse meldet im August dieses Jahres einen dauernden Rückgang des deutschen Exports von Ansichts-Postkarten.¹⁵² Nach dem Statistischen Reichsamt war im Laufe von 6 Monaten der Export von Ansichtskarten um ca. 150 Millionen zurückgegangen. Und zwar nicht nur nach Nordamerika, sondern nach fast allen Ländern. „Bei einer Gesamtausfuhr von ca. 500 000 000 Ansichtskarten in den Monaten Januar bis Juni 1908 muss die Minderausfuhr von 150 000 000 Karten als ein beunruhigendes Symptom für die Situation der Postkartenbranche betrachtet werden.“ Der "Schutzverband für die Postkarten-Industrie" forderte eine „energetische Beschränkung der Produktion“, um eine weitere Überfüllung des Marktes in Deutschland zu verhindern. Denn der Rückgang der Preise erfolgte „infolge der vielfach geradezu sinnlosen Überproduktion.“ Nach einem Bericht über die Jahresversammlung des Schutzverbandes¹⁵³ gab es bis 1. April 1908 in der Bromsilberbranche, "Mittelpunkt und Rückgrat des Postkartengeschäftes", feste Preise. Der Austritt der "Neuen Photographischen Gesellschaft" aus der Konvention habe zu bis zu 20 Prozent niedrigeren Preisen geführt. Durch neue Preiskartelle suchte die Postkarten-Industrie das Geschäft zu stabilisieren. Dem Verband "Photographischer Reproduktions-Anstalten", aus dem 1908 die "Neue Photographische Gesellschaft" ausgeschieden war, folgten die im August 1909 gegründete "Photographische Reproduktions-Anstalten-Gesellschaft m.b.H." und die 1912 ins Leben gerufene "Neue Bromsilber Convention GmbH", die 18 führende Hersteller in Deutschland und Österreich zu Mitgliedern zählte, "etwa zwei Drittel der Bromsilberkarten-Produktion kontrollierte und bis ca. 1930 existierte."¹⁵⁴

I.5.4 Tourismus, "Schreibwut", Sammelleidenschaft

Die führende Stellung des deutschsprachigen Raumes (mit Österreich und der Schweiz) bei der Postkartenproduktion geht auf die Sammelleidenschaft und die 'Schreibwut' der Deutschen zurück, die ausländischen Beobachtern auffielen. In Deutschland, so wird kolportiert, breitete sich die Sammelleidenschaft so stark aus, "that it became known as 'the plague of

¹⁵¹ "In obigen Zahlen sind die vielen Millionen Ansichts- und Genre-Postkarten, welche von Liebhabern, ohne dieselben der Post zur Beförderung zu übergeben, gesammelt werden, nicht enthalten." Mitteilungen aus aller Welt über Postkarten, XII. Jg., 1914, ohne Paginierung.

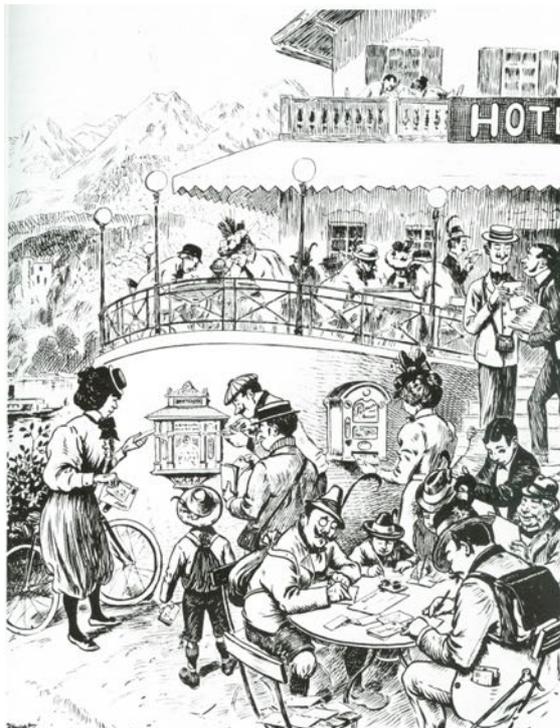
¹⁵² Centralblatt, VII. Jg., Nr. 33, 15. August 1908, S. 489f.

¹⁵³ Centralblatt, VII. Jg., Nr. 52, 24. Dezember 1908, S. 723f. Der Bericht der NPG über das Geschäftsjahr 1908 zeichnet ein anderes Bild: "Der Verband Photographischer Reproduktions-Anstalten, aus welchem wir am 1. April 1908 ausgeschieden waren, verzichtete bisher überhaupt auf eine Festsetzung der Verkaufspreise und es ist seit vorigem Jahre in diesem Artikel eine allgemeine Preisunterbietung eingetreten, deren Ende sich noch nicht absehen lässt." Wolfgang Holtz in Gütgemann-Holtz 2009, S. 32.

¹⁵⁴ Wolfgang Holtz, in Gütgemann-Holtz 2009, S. 32f. mit Zitaten aus Geschäftsberichten, sowie Fritz Franz Vogel, ebd., S. 86.

Germany'.¹⁵⁵) Eine humoristische Schilderung dieser 'Schreibwut' brachte der "Standard" (21. August 1899):¹⁵⁶

"The travelling Teuton seems to regard it as a solemn duty to distribute them [i.e. post-cards] from each stage of his journey, as if he were a runner in a paper chase. His first care on reaching some place of note is to lay in a stock, and alternate the sipping of beer with the addressing of postcards. Sometimes he may be seen conscientiously devoting to this task the hours of a railway journey. Would-be vendors beset the traveller on the tops of hills, and among the ruins of the lowlands, in the hotel, the café, and even the railway train. They are all over the country, from one end of the Fatherland to the other, - from the beech woods of Rügen on the North, to the southernmost summit in the Saxon Switzerland."



Ansichtskartenschreiber vor einem Hotel in Bayern. Rechts ein Ansichtskartenautomat. In: Leclerc 1986, S. 33.

Wie das Verschicken von Postkarten von den touristischen Hauptorten ausging und dieser Brauch sich bis Ende des 19. Jahrhunderts voll ausgebildet hatte, belegen folgende Zahlen: Es wurden verschickt: "vom Brocken 1893: 80 000, 1896: 119 000, 1899: 808 000 Stück; vom Niederwalddenkmal 1893: 13 900, 1886: 128 000, 1889: 216 000, 1899: 281 000 Stück; von der Schneekoppe im Riesengebirge 1898: 139 000, 1899: 202 000 Stück; von der Wartburg 1893: 64 000, 1896: 117 000, 1898: 146 000, 1899: 173 000 Stück; vom Kyffhäuserdenkmal

¹⁵⁵ Holt 1971, S. 35. Zur "Mode des Ansichtskartensammelns um 1900" siehe Leclerc 1986, S. 34-36. - Der angeblich "besonders gern von Backfischen und Jünglingen" betriebene "Postkarten-Sammel-Sport" wurde vielfach verspottet, so z.B.: "Macht man mit einer Gesellschaft einen Ausflug, so ist das Erste: 'Kellner, Postkarten mit Ansicht!'" Internationale Postkarten-Zeitung, 1898, Nr. 3, S. 17. - Über den "Ansichtskartensport", d.h. das Kaufen, Sammeln und Tauschen von Bildpostkarten siehe auch Holzheid 2011, S. 250 ff.

¹⁵⁶ Staff 1966, zit. S. 60. Hans Fallada, Damals bei uns daheim, Kap. Reisevorbereitungen: "Ansichtspostkarten mussten geschrieben werden, an jeden erdenklichen Bekannten und Verwandten. Sie waren ein Beweis, dass man in einer Sommerfrische gewesen war, und im übrigen schickte sich dieser Gruß aus Ferientagen." Vgl. die Illustration "Auch ein Genuß" aus den Münchner "Fliegenden Blättern" (20. Juli 1900) bei Jäger 2010, S. 160. Das Bild zeigt einen Radler, der zuhause sein Ansichtskartenalbum betrachtet. "Wenn ich radle, habe ich keine Gelegenheit, auf die Naturschönheiten zu achten; darum kaufe ich mir die Ansichtskarten, schicke sie mir *und genieße erst zu Hause meine Reise!*" Fallas Vater machte es umgekehrt, er suchte sich die Ansichtspostkarten der künftigen Sommerfrische in einem Berliner Spezialgeschäft aus.

1893: 14 000, 1896: 148 000, 1898: 168 000, 1899: 171 000 Stück; von der Bastei in der sächsischen Schweiz 1893: 51 000, 1896: 77 000, 1899: 142 000 Stück; von der Rudelsburg 1898: 57 000, 1899: 60 000 Stück. Der Inselsberg in Thüringen hatte 1899 53 000 abgesandte Ansichtskarten aufzuweisen, der Feldberg im Taunus 60 000, die Holsteinische Schweiz 45 000, das Heidelberger Schloss 40 000. Von den angeführten 11 Punkten sind 1899 allein über zwei Millionen Ansichtskarten zur Absendung gelangt.“¹⁵⁷

I.5.5 Postkartengrüße

Die Praxis der Postkartengrüße hat ein sehr breites Publikum erreicht, auch Schichten, die nicht gebildet und zu eigenen Formulierungen kaum fähig waren. Aber auch durchaus gebildeten Schreibern mochte nicht immer das rechte Zitat einfallen, anderen das Reimen schwer fallen, mit dem man beeindrucken konnte. Für sie kamen seit 1895 Broschüren¹⁵⁸ von 16 bis 72, häufig 32 Seiten¹⁵⁹ heraus, die gereimte und nichtgereimte, auch spaßige Grüße zum Gebrauch anboten. Neben den zahlreichen Postkarten mit literarischen Zitaten bzw. trivialen Versen und Motti, die meist auf der Bildseite eingedruckt waren, gab es Zusammenstellungen von geeigneten Zitaten der Klassiker und Verse im Stile berühmter Muster, wie hier nach Walther von der Vogelweide:¹⁶⁰

Sende dir von blum'ger Aue
Viel holde Grüsse tausendmal -
Tandaradei!
Dir, vielgeliebte schöne Fraue!

Ein erfolgreicher und repräsentativer Titel heißt etwa: "Wie schreibe ich meine Postkartengrüße? 100 Original-Hilfs-Verse zur Abfassung gereimter Ansicht-Postkarten bei allen Gelegenheiten; für jedermann, übersichtlich geordnet und mit einer Gebrauchsanweisung versehen" (3. Aufl. ca. 1905). Mit diesen Hilfsbüchern wurde eine Kulturtechnik der Postkartengrüße gesellschaftlich verankert. Für die Produktion von Bildpostkarten mit Versen oder Zitaten arbeiteten eigene Texter.

I.5.6 Führende deutsche Postkartenindustrie

Deutschland bzw. der deutschsprachige Raum war aus mehreren Ursachen der größte Produzent von Fotopostkarten.¹⁶¹ Hier hatten die größten und modernsten herstellenden Betriebe ihren Sitz. Die "Gruß aus-Karten" wurden in vielen Sprachen hier gedruckt und nach den Ländern exportiert, in denen sie verkauft und verschickt wurden. So stammen z.B. viele Karten mit Bildern aus Italien und seinen Altertümern von Verlagen in Deutschland und der Schweiz, z.B. von der "Neuen Photographischen Gesellschaft" in Berlin, den Verlagen Römmler &

¹⁵⁷ Internationale Postkarten-Zeitung, 1900, Nr. 5, S. 37. Weiteres Zahlenmaterial ebd., 1901, Nr. 1, S.3.

¹⁵⁸ Eine Zusammenstellung findet sich in der Literaturliste dieses Beitrags. Für den englischsprachigen Bereich siehe Carline 1971, S. 59 ff. "Publishers soon became aware that most people are glad of assistance when it comes to putting words together, and they produced all sorts of devices to meet the problem. By 1900 Messrs. Tuck's famous 'Write Away' series was on the market. In these cards, the title of the picture formed the beginning of a sentence, printed in imitation hand-writing, said to be that of Mr. Adolph Tuck himself." (S. 61, mit Beispiel S. 62)

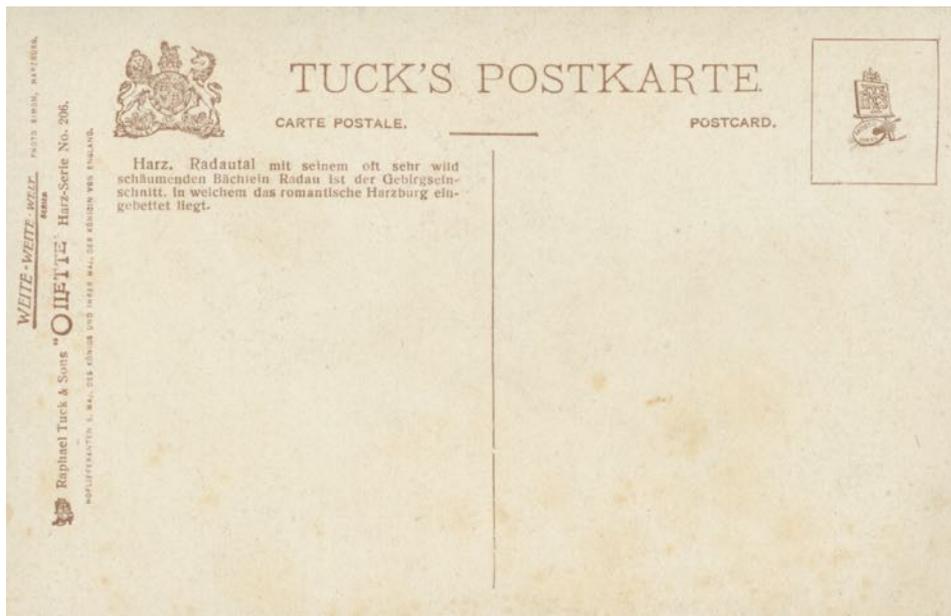
¹⁵⁹ Auf einem Falzbogen werden in der Regel 16 Druckseiten angeordnet. Darum sind Broschüren mit 16, 32 und 96 Seiten in der Mehrzahl.

¹⁶⁰ Ludwig Aub: Nach berühmten Mustern. 100 Postkartenverse im Stile deutscher Dichter. In: Internationale Postkarten-Zeitung, 1900, Nr. 6, S. 44. Vgl. Georg Luck: Wie deutsche Dichter Postkartengrüße schreiben würden. In: Ebd., 1900, Nr. 4, S. 29.

¹⁶¹ "Germany was undoubtedly the center of the picture postcard industry. Coloured picture postcards of places all over the world were printed in Berlin, and especially in Saxony und Bavaria. [...] Most British postcard publishers ordered their coloured picture postcards from Germany, but some firms employed German worksmen." Staff 1966, S. 58.

Jonas und Stengel & Co. in Dresden, Dr. Trenkler & Co. in Leipzig oder aus Zürich von Edition Brunner & Co., mit Filiale in Como, und Photoglob.

Deutsche Betriebe eröffneten Filialen im Ausland oder arbeiteten dort mit festen Partnern zusammen, wie aus dem Beispiel Großbritanniens hervorgeht. So hatten Meissner & Buch in Leipzig seit 1885 eine Filiale in London,¹⁶² die Osnabrücker Papierwaren-Fabrik (Berlin) besaß ein Zweiggeschäft in London (1903).¹⁶³ Die britische Firma Frederick Hartmann (London) "became a direct agent for the cards of Trenkler & Co., Fine Art Publishers, of Leipzig."¹⁶⁴ Die Firma Misch & Co. (Misch & Stock, London) gab "World's Galleries", eine Reihe von Kunstpostkarten, gemeinsam mit Stengel heraus: Die Serie "was published by the Dresden firm of Stengel, and so carries two numbers, a Misch series number first, with a Stengel number following in brackets."¹⁶⁵ Von Stengel kamen viele frühe englische Ansichtskarten. "A very large number of early English viewcards with undivided backs were produced by Stengel & Company of Dresden and Berlin. By the end of 1901 they could offer 10,000 different topographical cards covering most of Europe, the Middle East, Russia, Japan and Australia. Their principal works in Dresden employed 250 people, and produces 30 million postcards each year."¹⁶⁶ Eine vergleichbare Expansion der reichsdeutschen Postkartenindustrie lässt sich auch für andere Staaten beobachten. So verfolgte die 1897 gegründete und 1898 in eine Aktiengesellschaft umgewandelte Kunst- & Verlagsanstalt Photocol in München mit ihren Sammelbildern und Ansichtskarten von Anfang an eine "globale Geschäftsidee," die mit einer Vertretung in Berlin sowie den Filialen "Photocol Wien" und "Photocol Paris" umgesetzt wurde.¹⁶⁷



Harz, Radautal. Verso Signet. Raphael Tuck & Sons. "OILETTE" Harz-Serie No. 206. Photo Simon, Harzburg. Hoflieferanten S. Maj. des Königs und Ihrer Maj. der Königin von England. Im Briefmarkenfeld Signet: Bild mit RTS auf Staffelei, Palette mit Inschrift: Artistic Series. Nicht gelaufen.

Einheimische Firmen Großbritanniens wandten sich gegen diese Dominanz deutscher Firmen auf dem englischen Postkartenmarkt. Millar & Lang Ltd., Glasgow, die den Anspruch

¹⁶² Byatt 1978, S. 184f. "Meissner & Buch were famous for their chromo-lithographic printing, using delicate pastel shades of colour, and most artistic designs." (S. 184)

¹⁶³ Byatt 1978, S. 195.

¹⁶⁴ Byatt 1978, S. 110-112. Hartmann, ein Indigo-Händler, wurde von seinem deutschen Manager zum Postkartenhandel angeregt.

¹⁶⁵ Byatt 1978, S. 187 und 255.

¹⁶⁶ Byatt 1978, S. 255. Zu Stengel siehe Leuter 2005.

¹⁶⁷ Stumpp 2005. Die Aktiengesellschaft wurde ab 1902 liquidiert und die neue Kunstanstalt Graphia im gleichen Jahr ins Leben gerufen.

erhoben, "Largest Publishers of View Postcards in Britain" zu sein, "actively tried to discourage imports from Germany."¹⁶⁸ Schon vor dem Ersten Weltkrieg, der die deutschen Firmen vom Weltmarkt abschnitt, entstanden denn auch konkurrenzfähige Firmen in Großbritannien und Frankreich. So stieg Raphael Tuck & Sons Ltd., London,¹⁶⁹ zu einem weltweit führenden Unternehmen der Postkartenindustrie mit Filiale in Berlin auf, das mit einem großen Sortiment auf dem deutschen Markt konkurrierte. Auch in der Drucktechnik stand diese Firma nicht zurück, im Gegenteil. Die 1903 eingeführte "Oilette" wurde als "veritable miniature oil painting" gepriesen, Karten in dieser Technik galten als "aristocrats of picture postcards".¹⁷⁰ Auch in Frankreich entstand eine mächtige Postkartenindustrie, für welche die 1898 in Nancy gegründete Firma A. Bergeret & C^{ie} stehen kann. Sie druckte 1903 300.000 Karten pro Tag oder ca. 50 Millionen im Jahr; zwei Jahre später waren es schon 100 Millionen, "qui constitue une part importante de la production nationale qui atteint les 750 millions d'unités."¹⁷¹

Neben dem hohen Stand der Drucktechnik und den technologischen Entwicklungen waren es der hohe, in einigen Jahren sogar der weltweit höchste Absatz der Karten in Deutschland und die Sammlerszene, die sich hier früh und mächtig entwickelte.

I.6 Rechtliche Probleme, Verbote, Zensur

I.6.1 Urheberrecht und Musterschutz

Fotografien auf Postkarten waren zunächst urheberrechtlich kaum geschützt. Denn das "Gesetz betreffend den Schutz von Photographien gegen unbefugte Nachbildung vom 10. Januar 1876" bestimmte in § 4: "Die Nachbildung eines photographischen Werkes, wenn sie sich an einem Werke der Industrie, der Fabriken, Handwerke oder Manufakturen befindet,¹⁷² ist als eine verbotene nicht anzusehen." Nach einem Reichsgerichtsurteil vom 24. Februar 1898, galten Postkarten als "Werke der Industrie", "auf denen Fotografien ohne Urheberschutz reproduziert werden könnten."¹⁷³ Das hatte zur Folge, dass massenhaft Vorlagen in Form von Fotoabzügen oder Fotopostkarten, für die ein geschäftliches Interesse bestand, abfotografiert und neu als Postkarten vervielfältigt auf den Markt kamen. So erklärt sich auch die schlechte Qualität vieler Fotos auf Postkarten. Erst das "Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie" vom 9. Januar 1907 brachte einen besseren Rechtsschutz, allerdings mit einer geringen Schutzdauer: Bereits 10 Jahre nach Erscheinen des Werkes oder, falls das Werk zu Lebzeiten des Fotografen nicht veröffentlicht worden war, 25 Jahre nach seinem Tod endigte die Schutzfrist. Die späte Gesetzgebung und die im Vergleich zu Druckwerken oder Musikalien geringere Schutzdauer weisen darauf hin, wie schwer sich die Fotografie damit tat, als eigene und gleichberechtigte Kunstgattung anerkannt zu werden. Da die rechtlichen Regelungen in den für den Postkartenmarkt wichtigsten Staaten unterschiedlich waren, dürfte die Durchsetzung des Urheberrechts in der Praxis - bedenkt man die internationale Vernetzung der Postkartenindustrie - schwer gewesen sein.

¹⁶⁸ Byatt 1978, S. 186. "By 1904 they were able to produce one million views per week."

¹⁶⁹ Die Firma "represents leadership and creativity at a time of strong Continental competition." Byatt 1978, S. 287. In einem mehr als vierjährigen Briefwechsel mit der Post setzte Tuck 1899 die ganzseitige Bildpostkarte durch. Die bis dahin bestehende Beschränkung ist eine Ursache für die späte Entwicklung der Bildpostkartenindustrie in Großbritannien.

¹⁷⁰ Byatt 1978, S. 293. Über Tuck ausführlich S. 287-301. Vgl. den Artikel "Raphael Tuck & Sons" in der englischsprachigen *Wikipedia*. Das Design von Tucks Serie "Oilette" wurde kopiert von der "Künstler-Serie 'Wiro'" des Verlages C. F. Wiedemann in Roda in Sachsen-Anhalt, siehe Abb. S.45.

¹⁷¹ Bénard / Guignard 2010, S. 41f. Über die wichtigsten Firmen in Frankreich siehe S. 37f.

¹⁷² „Laut einer Aufzählung von 1896 kam die Verwendung von Fotografien als Dekor an ‚Industriewaaren ... unter anderem bei Etiquetten von Parfümerien, an Tischen, Albumdeckeln, Briefbeschwerern, auch Taschen- oder Halstüchern und dergl. vor.““ Walter 1995, S. 52.

¹⁷³ Walter 1995, S. 54; Walter 2001, S. 59. Zu unterschiedlichen rechtlichen Regelungen bei Landschafts- und Städtebildern, Personendarstellungen und Gemäldeproduktionen siehe Walter 1995, S. 63f.

I.6.1.1 Musterschutz

Manche Firmen nahmen das "Gesetz über den rechtlichen Schutz von Mustern und Modellen" vom 11. Januar 1876 in Anspruch,¹⁷⁴ nach dem die Bildpostkarte als Geschmacksmuster - d.h. als Vorbild "für die Formen von industriellen Erzeugnissen, die zugleich dazu bestimmt oder geeignet sind, den Geschmack oder das ästhetische Gefühl (Formen- und Farbensinn) zu befriedigen" - geschützt werden konnte. Schutzzfähig war jedoch nicht die Fotografie selbst, sondern nur die Art und Weise der Darstellung, also "die ein Foto umgebende Zeichnung oder ein neuartiger Entwurf, wie z.B. die Zusammenstellung mehrerer Bilder zu einem Tableau."¹⁷⁵ Die Karte wird zur Eintragung in das Musterregister angemeldet und ein Exemplar bei der Registerbehörde niedergelegt. "Die Anmeldung und Niederlegung muss erfolgen, bevor ein nach dem Muster gefertigtes Erzeugnis verbreitet wird."¹⁷⁶ Die neuen Eintragungen werden monatlich durch den "Deutschen Reichsanzeiger" bekannt gemacht. Der Schutzfrist beträgt wahlweise 1 bis 3 Jahre und kann auf Antrag bis auf 15 Jahre verlängert werden. Ähnliche gesetzliche Regelungen gab es in anderen europäischen Staaten und den USA. Über Ausmaß und Erfolg der Inanspruchnahme des Musterschutzgesetzes für Postkarten ist uns nichts bekannt.

I.6.2. Pressgesetz

Der erste Bereich, in dem die Postkarten-Industrie gegen geltendes Recht verstoßen konnte, ist eher formaler Natur. Das Gesetz über die Presse (Reichspressgesetz) vom 7. Mai 1874 bestimmte in § 6: "Auf jeder im Geltungsbereich dieses Gesetzes erscheinenden Druckschrift muss der Name und Wohnort des Druckers und, wenn sie für den Buchhandel, oder sonst zur Verbreitung bestimmt ist, der Name und Wohnort des Verlegers, oder – beim Selbstvertriebe der Druckschrift – des Verfassers oder Herausgebers genannt sein. An Stelle des Namens des Druckers oder Verlegers genügt die Angabe der in das Handelsregister eingetragenen Firma." Dieser Bestimmung unterlagen anfangs alle gedruckten Postkarten, wenngleich der Gesetzgeber bei der Formulierung dieses Paragraphen an sie noch nicht gedacht hatte. Ein Großteil der Bildpostkarten, gerade der großen Firmen, trägt nur ein Firmenzeichen,¹⁷⁷ vielfach enthalten Karten überhaupt keine Angaben über Verleger oder Drucker, und dies nicht nur im Bereich der erotischen Motive.

Warum dies so ist, darüber geben die Quellen zwei verschiedene Antworten. „Der Ansichtskarten-Industrie droht aus der rigorosen Durchführung des § 6 des Gesetzes über die Presse vom 7. Mai 1874 eine ernste Gefahr“, schreibt Fritz Hansen, der sich als Experte für rechtliche Fragen im graphischen Gewerbe ausgewiesen hatte, denn aus der vollen Firmenangabe entstehen "Schädigungen", "namentlich für den Export und damit für den Bestand der

¹⁷⁴ So ist Postkarten der Firma Georg Gerlach & Co. A.G., Berlin, aufgedruckt: "Zum Musterschutz als Postkarte offen hinterlegt b. Kgl. Amtsgericht. Nachahmung wird verfolgt." Auf Postkarten der Neuen Photographischen Gesellschaft A.G., Berlin, heißt es gleicherweise: "Als Postkarte offen hinterlegt zum Musterschutz-Register beim Amtsgericht Berlin." Als Beispiel eines kleinen Verlages diene L. Pernitzsch, Kunsthandlung in Leipzig, die ihre Postkarten zu Wagners Opern ("Richard Wagner's Heldengestalten nach Originalen von F. Leeke auf 24 Künstlerpostkarten") offen zum Musterschutz-Register beim Kgl. Amtsgericht Leipzig hinterlegte. Digitalisiert auf der Seite: Historische Bildpostkarten. - "offen hinterlegt". Auf manchen Karten steht "Geschmacksmusterschutz" oder nur: "Deponirt". Die Muster können offen oder versigelt hinterlegt werden; in die nicht versiegelten Muster kann jedermann Einsicht nehmen.

¹⁷⁵ Walter 1995, S. 69f.

¹⁷⁶ Siehe den Artikel "Musterschutz" in Meyers Großem Konversationslexikon, 6. Aufl. 1905-1909. Hier Bd. 14, S. 327f.

¹⁷⁷ Für den deutschen Bereich gibt es unseres Wissens kein zureichendes Handbuch, das die Firmensignets und Abkürzungen auflöst. Siehe die Liste von Timm Starl: Signets, Abkürzungen, Markennamen. In Starl / Tropper 2014, S. 77-123. Für Großbritannien Byatt 1978, S. 305-316.

Ansichtspostkartenfabriken."¹⁷⁸ Wisse doch ein jeder, "dass Karten mit deutschem Firmenaufdruck für den Exportmarkt namentlich in Frankreich und England unverkäuflich sind."¹⁷⁹ Eine andere Erklärung für das Fehlen von Klarnamen von Verleger oder Drucker geht von dem geschäftlichen Interesse der selbständigen Grossisten aus. Indem die Postkarten nur Firmensignets und nicht die Klarnamen der Verleger und ihre Anschrift trugen, sicherten sich die Grossisten, welche die Firmenzeichen kannten, das Geschäft mit den Einzelhändlern, die keine direkten Bestellungen aufzugeben in der Lage waren. Der Schutzverband für die Postkarten-Industrie, Landesverband Bayern, klärte in seinem Schreiben von 15. Oktober 1914 an das Bayer. Kriegs-Ministerium über den Handelsbrauch in diesem Sinne auf. Das für die Überwachung der Postkarten zuständige Militär verzichtete daraufhin auf die Nennung von Klarnamen, wie sie das Pressegesetz forderte, und legte sich ein Verzeichnis der Firmenzeichen an. Diese Sonderregelung für Postkarten wurde mit K.M.E. v. 20.4.1916 Nr. 15618a außer Kraft gesetzt.¹⁸⁰

Die Möglichkeit einer Abweichung von der strengen Forderung nach Klarnamen bot § 6 Abs. 2, des Pressegesetzes, wonach von der Vorschrift ausgenommen sind "die nur zu den Zwecken des Gewerbes und Verkehrs, des häuslichen und geselligen Lebens dienenden Druckschriften, als: Formulare, Preiszettel, Visitenkarten und dergleichen, sowie Stimmzettel für öffentliche Wahlen, sofern sie nichts weiter als Zweck, Zeit und Ort der Wahl und die Bezeichnung der zu wählenden Personen enthalten." Diese Ausnahmeregelung lässt sich auf gewöhnliche Ansichtskarten wie Gruß aus-Karten, Glückwunschkarten, Genrekarten usw. übertragen, da diese „an sich keinen Gedankeninhalt haben, bei welchen deshalb die Befürchtung des Missbrauchs der Pressfreiheit und die Gefahr des Pressdelikts eine geringe ist“.¹⁸¹ So entschied denn auch das Berliner Kammergericht am 22. April 1901.¹⁸²

Es fallen daher gewöhnliche Ansichtskarten unter die Ausnahme des § 6, Abs. 2, nicht aber Postkarten, welche einen politischen oder sozialen Inhalt haben. Auf letzteren muss also der Name des Druckers und Verlegers angegeben werden.

I.6.3 Das unzüchtige Bild

Seit der Renaissance, als die Aktmalerei mit zumeist mythologisch oder poetisch legitimierten Darstellungen als eigenes bildkünstlerisches Genre begründet wurde, liefen sexuelle Darstellungen Gefahr, inkriminiert, beschlagnahmt und ggf. auch vernichtet zu werden. Geduldet wurden sie am ehesten im höfischen oder privaten Bereich sowie in mehr oder weniger

¹⁷⁸ Fritz Hansen: Presspolizei und Ansichtskarte. In: Centralblatt für Papierverarbeitungs-Industrie und Papierhandel, VII. Jg., Nr. 25, 20. Juni 1908, S. 389f. Als gangbarer Ausweg wird eine „Eintragungsbehörde“ vorgeschlagen, die eine Nummer ausgibt, die auf der Karte zusammen mit einem Siegel der Eintragungsbehörde eingedruckt wird. Es werde festgesetzt, „dass als ‚Angabe der in das Handelsregister eingetragenen Firma‘ im Sinne des § 6 des Pressegesetzes auch der Vermerk über die erfolgte Eintragung der betreffenden Ansichtspostkarte in die Matrikel einer besonderen Eintragungsbehörde genügt. [...] Die Eintragung erfolgt unter fortlaufender Nummer nach Einlieferung eines Exemplars der betreffenden Karte gegen eine mäßige Gebühr und umfasst den Namen oder Firma des Druckers und Verlegers, sowie den Ort der Geschäftsniederlassung derselben. Als Beurkundung über die erfolgte Eintragung muss dann auf der Karte die Nummer, unter der die Eintragung geschah, vermerkt sein, unter Hinzufügung eines die Eintragungsbehörde kennzeichnenden Buchstabens.“ (S. 390) Das "Centralblatt" richtete mit Nr. 15 vom 11. April 1908 einen "Urheberrechts-Fragekasten" ein, in dem Hansen als Rechtsberater für die Papierindustrie tätig war.

¹⁷⁹ Fritz Hansen: Ein Urteil in der Postkartenfrage. In: Centralblatt für Papierverarbeitungs-Industrie und Papierhandel, VII. Jg., Nr. 28, 11. Juli 1908, S. 425f., mit Hinweis auf Strafmandate wegen Verstoßes gegen das Pressegesetz. Betroffen ist u.a. die Firma Robert Prager, Berlin, die jedoch in der Berufungsinanz freigesprochen wurde.

¹⁸⁰ HStA München, Abt. IV Kriegsarchiv, MKr/13344.

¹⁸¹ Rechtsanwalt Dr. Freytag: Unterliegen Ansichtspostkarten den Bestimmungen des § 6 des Preßgesetzes, wonach Druckschriften mit dem Namen des Druckers und Verlegers zu versehen sind? In: Centralblatt für Papierverarbeitungs-Industrie und Papierhandel, VII. Jg., Nr.47, 21. November 1908, S. 661f.

¹⁸² Ebd.

geschlossenen gesellschaftlichen Zirkeln gebildeter und wohlhabender Kreise. Mehrfach wurden erotische Szenen in zwei Versionen gemalt, "vor und nach der Bedeckung", d.h. in einer den lüsternen Blick herausfordernden frivolen und einer das Schamgefühl nicht verletzenden Fassung.¹⁸³ Noch die bibliophil getarnte Pornographie um 1900¹⁸⁴ nutzte den "Privatdruck," der so lange polizeilich nicht beanstandet werden konnte, als der geschlossene Kreis der Mitglieder einer Bibliophilenvereinigung nicht geöffnet wurde und die in kleiner Auflage hergestellten, oft schon in der Presse nummerierten Bücher somit nicht "in die Hände unreifer und unverständiger Leser"¹⁸⁵ gelangten. Die Obrigkeit konnte jedoch hart einschreiten, sobald sexuelle Materialien in größerem Umfang vervielfältigt und einem breiten Interessentenkreis zugänglich gemacht wurden.¹⁸⁶ Für die Bildpostkarte als Massenmedium traf dies zu: Sie war billig, wurde überall angeboten und war für jedermann erreichbar. Mit ihrer Hilfe ließen sich Bilder aller, eben auch sexueller Art, an ein disperses Publikum vertreiben.

Die folgende Skizze bezieht sich auf den Zeitraum dieser Darstellung, vom Kaiserreich bis zur Weimarer Republik. Ausgeschlossen bleibt der Erste Weltkrieg, in dem die Zensur über "Kriegskarten" - Bild- und Spruchkarten, die in irgendeiner Weise auf den Krieg selbst oder die Gesellschaft im Krieg Bezug nehmen - an das Militär bzw. die Verwaltung ging. Sie erfolgte in Preußen, Bayern und Württemberg durch die stellvertretenden Generalkommandos, im Königreich Sachsen durch das Ministerium des Innern und in München durch das Kriegsministerium. Erotische Motive spielten in der Kriegszensur nur eine untergeordnete Nebenrolle.

Die Bestimmung im Strafgesetzbuch für die Preußischen Staaten von 1851, § 151: "Wer unzüchtige Abbildungen oder Darstellungen verkauft, verteilt oder sonst verbreitet, oder an Orten, welche dem Publikum zugänglich sind, ausstellt oder anschlägt, wird mit Geldstrafe von 10 bis 100 Talern oder mit Gefängnis von 14 Tagen bis zu 6 Monaten bestraft," wird vom deutschen Reichsstrafgesetzbuch vom 15. Mai 1871 in § 184 "fast genau übernommen".¹⁸⁷ Verschärfungen brachte die Novelle vom 25. Juni 1900, ein parlamentarischer Kompromiss zwischen Befürwortern und Ablehnern einer Lex Heinze. Die Paragraphen 184 und 184 a lauteten nun:¹⁸⁸

§ 184.

Mit Gefängnis bis zu einem Jahre und mit Geldstrafe bis zu eintausend Mk. oder mit einer dieser Strafen wird bestraft, wer

¹⁸³ Ein Beispiel nach François Boucher in: Museum der erotischen Kunst, S. 46f. Bouchers erotische Wandgemälde aus dem Boudoir der Marquise de Pompadour wurden "Ende des 19. Jahrhunderts von britischen Zollbeamten verbrannt, die die 'gemeinen' Werke - nach Zurückweisung der Einfuhr durch die amerikanische Zollbehörde - konfisziert hatten." Ebd. S. 48. Vgl. die "Nackte" und "Bekleidete Maja" von Goya. Wegen der Nacktdarstellung wurde der Maler 1815 vor die spanische Inquisition zitiert.

¹⁸⁴ Die bibliophile Szene, die mit Vorliebe auf das "galante Zeitalter" zurückgriff, hatte eigene 'Klassiker' (Petronius, Aretino, John Cleland, Diderot, Crébillon Fils, Marquis de Sade u.a.) und ihre Illustratoren (Franz von Bayros, Félicien Rops, Michael von Zichy u.a.). Sie konnte sich, wo es sich nicht um Privatdrucke handelte, auf Verlage wie Insel und Georg Müller stützen. Inwieweit diese ästhetisch anspruchsvolle Pornographie der Gebildeten, die der zeitgenössischen Hochkultur zuzurechnen ist, einen geschlossenen Kommunikationsraum bildete, oder sich doch auch dem hier geschilderten Massenmarkt öffnete, bedarf der Untersuchung. Schillernde Gestalten wie Alfred Semerau und Carl Wilhelm Stern bieten sich für derartige Studien an. Zu Semerau siehe beispielhaft Wittmann 2000, zu Stern - in dessen Wiener Buchhandlung L. Rosner 1910 30.000 Exemplare erotischer Werke beschlagnahmt wurden - vgl. Fischer 2003, S.96ff. mit einer Liste der beschlagnahmten Bücher S. 176-185.

¹⁸⁵ Für das Argument des "beschränkten Adressatenkreises" siehe den Fall Semerau. Wittmann 2000, S. 108.

¹⁸⁶ Vgl. beispielsweise die Beham-Brüder in Nürnberg im 16. Jahrhundert. Barthel und Sebald Beham wurden wegen ihrer 'gottlosen', religions- und obrigkeitskritischen Äußerungen verfolgt; die Druckgraphik war ob ihrer derben Erotik und 'Vulgarität' anstößig. Die gottlosen Maler von Nürnberg, S. 65 ff. und passim.

¹⁸⁷ Wulffen 1931, S. 189.

¹⁸⁸ Zitiert nach Siemann 2001, S. 110f., wo sich auch eine Zusammenfassung der Lex Heinze-Kampagne findet.

1. unzüchtige Schriften, Abbildungen oder Darstellungen feilhält, verkauft, verteilt, an Orten, welche dem Publikum zugänglich sind, ausstellt oder anschlägt, oder sonst verbreitet, sie zum Zwecke der Verbreitung herstellt oder zu demselben Zwecke vorrätig hält, ankündigt oder anpreist;
2. unzüchtige Schriften, Abbildungen oder Darstellungen einer Person unter sechzehn Jahren gegen Entgelt überlässt oder anbietet;
3. Gegenstände, die zu unzüchtigem Gebrauche bestimmt sind, an Orten, welche dem Publikum zugänglich sind, ausstellt oder solche Gegenstände dem Publikum ankündigt oder anpreist;
4. Öffentliche Ankündigungen erlässt, welche dazu bestimmt sind, unzüchtigen Verkehr herbeizuführen.

Neben der Gefängnisstrafe kann auf Verlust der bürgerlichen Ehrenrechte, sowie auf Zulässigkeit von Polizei-Aufsicht erkannt werden.

§ 184 a.

Wer Schriften, Abbildungen oder Darstellungen, welche, ohne unzüchtig zu sein, das Schamgefühl gröblich verletzen, einer Person unter sechzehn Jahren gegen Entgelt überlässt oder anbietet, wird mit Gefängnis bis zu sechs Monaten oder mit Geldstrafe bis zu sechshundert Mk. bestraft.

I.6.3.1 Lex Heinze

Die weitergehenden Bestimmungen der - nach einem Zuhälter so benannten - Lex Heinze¹⁸⁹ von 1892 und 1900 wie auch § 300 im Entwurf eines allgemeinen deutschen Strafgesetzbuches vom 14. Mai 1927 scheiterten. Die Gesetzesnovelle von 1900 enthielt ursprünglich einen eigenen „Kunst- und Schaufensterparagrafen,“ durch den die Ausstellung von Bildern zu geschäftlichen Zwecken, "welche, ohne unzüchtig zu sein, das Schamgefühl gröblich verletzen,“ an öffentlichen Straßen, Plätzen oder an anderen Orten, die dem öffentlichen Verkehr dienen, unter Strafe stellen sollte.¹⁹⁰ Der § 300 der Novelle des Strafgesetzbuches von 1927 hat die Straftatbestände detailliert und umfassend festgehalten; er bedrohte mit Gefängnis bis zu zwei Jahren¹⁹¹

wer eine unzüchtige Schrift, Abbildung oder andere Darstellung feilhält, verkauft, verteilt oder sonst verbreitet oder sie zur Verbreitung herstellt, sich verschafft, vorrätig hält, ankündigt oder anpreist oder wer sie an einem allgemein zugänglichen Orte ausstellt, anschlägt oder vorführt; ebenso wer eine Schrift, Abbildung oder andere

¹⁸⁹ Dabei handelt es sich um einen Zuhälter, der gemeinsam mit seiner Frau 1887 einen Nachtwächter getötet und wegen "Körperverschwendung mit Todesfolge" vor einem Berliner Schwurgericht angeklagt und verurteilt wurde. Nach Meinung der Befürworter einer Gesetzesverschärfung gewährte der Prozess "einen erschreckenden Einblick in den Abgrund sittlicher Verkommenheit und in die durch die Verbreitung der Unsittlichkeit bewirkte moralische Verseuchung weiter Volksschichten" (Roeren 1910, S. 5); der Name Heinze wurde "zum Kürzel für 'Unsittlichkeit' im weitesten Sinn." Stolleis 2010, S. 220, mit einer Zusammenfassung der Kriminalgeschichte S. 220-222. Die Etappen der Gesetzesvorlage von 1892 bis 1900 referiert Mast 1986, S. 139-190.

¹⁹⁰ In der Regierungsvorlage von 1892, dem Ausgangspunkt der Auseinandersetzungen um § 184 a des Strafgesetzbuches, heißt es zur Begründung: Es gebe zahlreiche Abbildungen und Darstellungen, welche, ohne unzüchtig zu sein, „doch geeignet sind, durch Verletzung des Scham- und Sittlichkeitsgefühls Ärgernis zu erregen, wenn solche Abbildungen und Darstellungen in den Schaufenstern der Verkaufslokale, Zeitungsexpeditionen und dergleichen ausgelegt oder an den zur Anheftung von Veröffentlichungen dienenden Plätzen, Säulen und dergleichen angeschlagen werden. Dem Anblick derart ausgestellter Abbildungen und Darstellungen vermag sich das auf die Benutzung der öffentlichen Wege und Plätze angewiesene Publikum nicht zu entziehen.“ (Roeren 1910, S. 14) Zu den Einschränkungen, die eine missbräuchliche Ausdehnung auf Kunst und Wissenschaft ausschließen sollten, siehe den Antrag Graf Bernstorff und Genossen, der zu Beginn der dritten Lesung am 12. März 1900 vorgelegt wurde. Roeren 1910, S. 17f. sowie Mast 1986, Kap. 1.3.

¹⁹¹ Wulffen 1931, S. 190f. Zur gesetzlichen Lage in anderen Staaten siehe ebd., S. 192-198.

Darstellung, die unzüchtig oder doch geeignet ist, das Geschlechtsgefühl der Jugend zu überreizen oder irrezuleiten, einer Person unter 16 Jahren gegen Entgelt anbietet, überlässt oder vorführt; ebenso eine Person über 21 Jahre, die eine solche Schrift, Abbildung oder andere Darstellung einer Person unter 16 Jahren in der Absicht anbietet, überlässt oder vorführt, ihr Geschlechtsgefühl zu überreizen oder irrezuleiten.



Otto Seitz - Auftreten der Lex Heinze in ihren vorzüglichsten Leistungen in Freiheit vorgeführt von Herrn Röhren, Reichs-Sitten-Commissar mit beschränkter Haftung. Signiert: O[tto] S[eitz]. In: Münchener Litterarische Gesellschaft 1900, S. 7. - Als Kunstblatt der Münchner "Jugend" erschienen, siehe Hirth 1909, Nr. 2553. Hier auch einschlägige Satiren von Albert Weisgerber: Der Nuditäten-schnüffler (Nr. 3356), Die Kunst im Reichstage (Nr. 3369). - Hermann Roreren (1844-1920), Reichstagsabgeordneter des Zentrums; Initiator der Sittlichkeitsbewegung und Verfechter der Lex Heinze (weitere Bildkommentare zur Lex Heinze s. Kap. III.6.2).

Lex Heinze bezog sich nicht zuletzt auf "unzüchtige Darstellungen" auf Fotos oder Postkarten und machte, im Sinne einer "Solidarhaftung", alle Stufen von der Herstellung bis zum Vertrieb haftbar.¹⁹² Der Widerstand aus intellektuellen und künstlerischen, liberalen und sozialdemokratischen Kreisen gegen die Verschärfung des § 184 und 184a wandte sich insbesondere gegen das Konzept der "relativen Obszönität"¹⁹³ - relativ hinsichtlich sozialer Schichten und Bildungsstufen -, wodurch es möglich wurde, auch klassische Kunstwerke,¹⁹⁴ von der antiken

¹⁹² Siemann 2001, S. 95f.

¹⁹³ Detloff von Behr, Vorsteher der Deutschen Zentralpolizeistelle zur Bekämpfung unzüchtiger Bilder, Schriften und Inserate, hebt in seiner Handreichung für Polizei, Justiz und Presse, die "Relativität des Unzuchtbegriffes" hervor. Der Begriff des Unzüchtigen sei "ein relativer insofern, als es oft allein von den begleitenden Umständen abhängt, ob derselbe Gegenstand unzüchtigen Charakter hat oder nicht." Bei Kunstwerken "entscheiden neben dem Inhalt und der äußeren Ausgestaltung die sonstigen Umstände, unter denen die Ausstellung erfolgt, insbesondere ihr Ort, ihr Zweck, die Art der Verwendung und der Kreis der Personen, dem die Ausstellung zugänglich gemacht wird." Behr 1922, S. 39-42, nach Ludwig Ebermayer, Kommentator des Reichstrafgesetzbuches.

¹⁹⁴ Genannt werden immer wieder: "Venus von Milo", Michelangelos "David", Rubens "Gefesselte Andromeda", Canovas "Grazien" sowie an Motiven: Venus, Leda mit dem Schwan, Jupiter und Io, Susanna im Bade u.a.m. Siehe exemplarisch die Auslassung des Zentrumspolitikers Franz Xaver Lerno, "hoher Richter und eifriger Lex Heinzemann", über Böcklins "Spiel der Wellen" in der bayerischen Abgeordnetenversammlung. Falckenberg 1900,

Plastik an, und Werke der Hochkunst in populären, auch ungebildeten und niederen Schichten zugänglichen Reproduktionen als "obszön" in ihrer Rezeption und Wirkung einzustufen. "Konkret sah das etwa so aus: Bilder der nackten Venus im Museum waren Kunst; die gleichen Bilder, gedruckt auf Postkarten und verkauft, waren obszön, da sie nun angeblich rein der sexuellen Stimulation dienten."¹⁹⁵ Der Zentrumspolitiker Hermann Roeren hat den Unterschied im Reichstag wie folgt begründet:¹⁹⁶

Es ist etwas anderes, ob ich das Kunstwerk selbst in seiner künstlerischen Gestaltung in den Museen oder Galerien betrachte, oder ob ich die sogenannte Reproduktion, die photographische Wiedergabe eines solchen Kunstwerks in Kabinettsform oder in Visitenkarten-Format in den Schaufenstern oder gar auf den sogenannten Ansichts-Postkarten besehe.

Denn in der fotografischen Reproduktion trete „die künstlerische Ausführung zurück und in demselben Maße die Nacktheit als solche hervor, die dann nur dazu dient, die Sinnlichkeit und die Leidenschaftlichkeit zu erregen. Das gilt umso mehr, wenn Retoucheur und Zeichner bei der Reproduktion ihre Phantasie mitspielen lassen.“¹⁹⁷

I.6.3.2 Der Fall Anders Zorn

Ein Beispiel, wie von Polizei und Justiz nach dem Konzept "relativer Obszönität" verfahren wurde, bildet der Fall des schwedischen Malers Anders Zorn. Im Juni 1911 erfuhr Zorn aus der schwedischen Tagespresse, „dass die spezielle ‚Kunstpatrouille‘ der Berliner Polizei eine Anzahl ‚unsittlicher‘ Reproduktionen seiner Motive während einer Razzia beim dänischen Kunstverleger Paul Heckscher [...] in der Friedrichstraße beschlagnahmt hatte.“¹⁹⁸ Es handelte sich um ca. 2.000 Karten mit fünf Motiven, darunter Reproduktionen von Originalen, die in angesehenen Museen hingen: „Badende Mädchen“ (1888; Göteborgs Konstmuseum), „Am Siljan-See“ (1905, Nationalmuseum, Stockholm), „Auf dem Dachboden“ und „Das Erwachen“. Das Gemälde "Das Erwachen" war 1909 im Münchner Glaspalast ausgestellt und mit der Goldenen Medaille I. Klasse prämiert worden.¹⁹⁹ Unbeanstandet erschien die Reproduktion großformatig in der Zeitschrift "Jugend", deren Hefte das Dreifache einer Postkarte (30 statt 10 Pfennig) kosteten. Im selben Jahr "wurden Fotografien der Skulptur ‚Das Schneeglöckchen‘ des schwedischen Künstlers Per Hasselberg (Original aus Marmor, 1883) beschlagnahmt. Im Jahr darauf konfiszierte der Zoll in Leipzig ein Postpaket mit Reproduktionen von Carl Larssons Aquarell ‚Das Modell schreibt Ansichtskarten‘ (Original 1906)".²⁰⁰ Ob Originale oder deren Reproduktionen geeignet waren, das Schamgefühl "gröblich zu verletzen", hing vom jeweiligen Kommunikationskreis und der Art der Öffentlichkeit ab, die erreicht wurde. Den für jedermann und zu geringen Kosten zugänglichen Ansichtskarten wurde ein besonders schädlicher Einfluss auf das breite 'Volk' und die Jugend unterstellt.

Weitere Kriterien, um zu bestimmen, ob ein Werk versuche, "aus niedrigen Trieben der Massen Kapital zu schlagen, bestanden in der Auflagenhöhe, im Einband, Vertriebsweg, in der

S. 42.

¹⁹⁵ Siemann 2001, S. 112.

¹⁹⁶ Roeren 1910, S. 27. Die gleiche Argumentation von Graf Lerchenfeld, dem bayerischen Bundesratsgesandten: „Wenn ein Mensch in einem Museum irgendein Bild finde, an dem er Anstoß nehme, so habe er sich das selbst zuzuschreiben. Würden dagegen gewisse Dinge in einem Schaufenster ausgestellt, so stehe es den Passanten nicht frei, sie zu betrachten oder nicht; sie drängten sich dort den Blicken auf – 'und dagegen geschützt zu sein, hat das Publikum ein Recht, und der Staat hat die Pflicht, dafür zu sorgen, dass die Jugend vor dem Anblick anstößiger Dinge geschützt werde.'" Mast 1986, S. 169f. Zum Streit über diese Äußerung S. 170f.

¹⁹⁷ Roeren 1910, S. 28.

¹⁹⁸ Lengefeld 2000, S. 244. Danach das folgende Referat. Der Verleger Paul Heckscher, nicht der Künstler, wurde zu 20 Mark Strafe verurteilt.

¹⁹⁹ Lengefeld 2000, S. 245f. und Farbtafel II. Das Bild zeigt eine nackte Frau in Rückenlage auf dem Bett, die den Betrachter anschaut und deren Geschlechtsteile samt Schambehaarung deutlich hervortreten.

²⁰⁰ Lengefeld 2000, S. 246.

Art der Bewerbung, ja sogar im Ruf des Verlagshauses"; damit fühlten sich Polizei und Justiz ermächtigt, "anhand potentieller Auswirkungen auf die öffentliche Moral zu beurteilen, ob ein Werk obszön war oder nicht."²⁰¹ Die außerparlamentarische Kampagne wurde begleitet durch Aktivitäten von Sittlichkeitsvereinen, die man als "Unzuchtsschnüffelei"²⁰² bezeichnen muss. Sie kontrollierten Geschäftsauslagen, insbesondere in der Nähe von Schulen, und setzten unter Androhung von Repressalien die geforderten Säuberungen von angeblich unzüchtigen Bildern, seien es auch Reproduktionen anerkannter Kunstwerke, durch.

I.6.3.3 Unzüchtige Abbildungen und Darstellungen

Nach der Rechtsprechung gegen Ende der Weimarer Republik sind unzüchtige Abbildungen und Darstellungen "solche, die geeignet sind, das in den gesitteten Kreisen des Volkes normal geltende Gefühl für Scham und Sittlichkeit in geschlechtlicher Beziehung zu verletzen."²⁰³ Das Schamgefühl, das über die Unzüchtigkeit entscheidet, ist freilich keine feststehende definierbare Tatsache, sondern "an Raum und Zeit gebunden"; es kann "bei verschiedenen Völkern verschieden sein" und ist "tatsächlich auch teilweise verschieden und außerdem im Flusse der Zeit, nicht nur der Jahrhunderte, sondern auch der Jahrzehnte."²⁰⁴ Dies gilt auch für den hier behandelten Zeitraum von ca. 1880 bis 1930. Galt beispielsweise um 1900 das "Familien-Trikot-Bad" (badende Familien in Trikot-Kleidung) noch als unanständig, so war die Aktbilderei in den 20er Jahren "gesellschaftsfähig" und "zu einer Angelegenheit der Berufsphotographie" geworden.²⁰⁵ Ja, es fanden sich "ganz offen im Handel, sogar als Postkarten, die Photographien, die kleine Knaben und Mädchen mit völlig sichtbaren Geschlechtsteilen darstellen."²⁰⁶ Dieser Wandel der Anschauungen geht auf eine Reihe kultureller Erscheinungen zurück, die sich mit Stichworten in Erinnerung rufen lassen: Körperkulturbewegung (Freikörper- und Nacktkultur, "Freiluftleben"), Tanzkunst (Eurythmie), Breitensport, Girkultur sowie das gewandelte Frauenbild und -ideal der 20er Jahre.

Die Spruchpraxis der Gerichte, an ihrer Spitze des Reichsgerichts, legte die gesetzlichen Bestimmungen aus und konkretisierte sie dabei. So erklärten die Gerichte Aktbilder für unzüchtig, "auf denen - vom Bildner gewollt oder ungewollt - die weibliche Brust zu sehr in den Vordergrund tritt, die Oberschenkel gespreizt sind usw."²⁰⁷ Da die Schambehaarung des Schoßes nicht durch Körperhaltung oder Beleuchtung hervorgehoben werden durfte, glaubten manche Aktbildner, "sich am besten dadurch vor Beanstandungen zu sichern, dass sie durch Negativretusche die Schamhaare ganz unsichtbar oder verschwommen machten." Um 1890 "wurden "Aktfotos" in den Handel gebracht, auf denen die Modelle nicht nackt, sondern in enganliegenden Trikots fotografiert sind, die den nackten Körper vortäuschen".²⁰⁸ Auch durch vorgeschobene "künstlerische" Zwecke sollten Aktbilder vor der Zensur geschützt werden. So im

²⁰¹ Siemann 2001, S. 112. Hierzu grundlegend Stark 1981.

²⁰² Der Ausdruck "Unzuchtsschnüffler" bei Wulffen / Abraham 1931, S. 104.

²⁰³ Wulffen 1931, S. 199. Über das "Schamgefühl eines normal beanlagten, also vernünftigen, ordentlichen Menschen" vgl. Roeren 1910, S. 18f.

²⁰⁴ Wulffen 1931, S. 200. Ebenso Goldmann 1931, S. 180: "Der ganze Komplex Sitte und Moral ist Sache der Gewöhnung. Diese Begriffe sind höchst wandelbar."

²⁰⁵ Goldmann 1931, S. 181; "nicht nur hier eine berühmte, hübsche Filmschauspielerin ganz ohne Badetrikot, dort eine ernsthafte junge Tragödin ohne hüllenden Schleier, sondern da ein klassisch anmutender Akt, unter dem beispielsweise steht: 'Baronin X. in Wien'" (S. 182). Brettschneider 1931b, S. 75. Einen Markstein bildet der Freispruch im Prozess um die Aktbilder in der Zeitschrift "Die Schönheit" (1902-1929). Goldmann 1931, S. 176f. Vgl. zum Verlag der Schönheit, mit zahlreichen Aktbeispielen, die Seite: http://www.stereofotos.de/Raumbildbaende/Verlag_der_Schonheit/body_verlag_der_schonheit.html

²⁰⁶ Wulffen 1931, S. 204.

²⁰⁷ Dieses und das folgende Zitat nach Goldmann 1931, S. 175. Zum Wegretuschieren der Scham- und Achselhaare siehe auch Brettschneider 1931b, S. 74. Zum Zweck erotischer Erregung konnten umgekehrt die Geschlechtsteile an Fotos bloßgelegt oder markiert werden. Ebd., S. 104.

²⁰⁸ Brettschneider 1931b, S. 73f.

Falle der Aktphotographien der 1890er Jahre,²⁰⁹ die nur den nackten Körper "ohne jedes pikante Beiwerk wie Strümpfe, Schuhe, Hüte und dergl." darstellten und angeblich für den Künstler das Modell ersetzen sollten. "In den meisten Städten war es zwar verboten, sie öffentlich zur Schau zu stellen, aber die Verkäufer halfen sich damit, durch Papierstreifen die Geschlechtspartien abzudecken, so dass der Beschauer des Schaufensters jedenfalls wusste, was er im Laden zu kaufen bekam. In der Regel wurde man auch von dem Verkäufer gefragt, ob man Künstler sei, denn nur an solche dürfe er die Aktfotos verkaufen. Eine Frage, die natürlich jeder prompt mit einem überzeugten 'Ja' beantwortete."

Bei Aktbildern pflegten die Behörden die Unzüchtigkeit zu verneinen, "wenn zum Beispiel 1. ein neutrales Sportbild vorliegt, 2. die Photographie den Körper künstlerisch veredelt und be-seelt, 3. der Körper in künstlerischen Rhythmus gebracht ist, 4. das Licht nicht vorwiegend auf den erogenen Zonen ruht, 5. der Blickpunkt nicht zu tief liegt, 6. die Stellung nicht die Schoßpartie in den Vordergrund rückt, 7. die Staffage nicht der Nacktheit widerspricht (Zim-meraufnahmen!), 8. der Gesichtsausdruck geschlechtliche Unbefangenheit aufweist, 9. gleich-zeitige Häufung von Nacktheiten vermieden ist."²¹⁰



Prosit Neujahr! Pfui Teufel, ist das schön! Stereoskop-Kasten, beschrieben: Pariser-Bilder. Nur für Herren. Verso: WSSB [Wilhelm S. Schröder Nachf., Berlin] 163. Nicht gelaufen.

1.6.3.4 Erotische / pornografische Bildpostkarten und deren Verfolgung

Im Vergleich zu Bildern in Büchern und Zeitschriften standen erotische Bildpostkarten unter verschärfter Kontrolle, da sie vom Preis her und dank zahlloser Vertriebsstellen breitesten Schichten zugänglich waren. Die allgemeine Zugänglichkeit, Jugendliche eingeschlossen, war es auch, die zur Überwachung der Schaufenster durch die Polizei führte, wie sie von der

²⁰⁹ Nach Brettschneider 1931b, S. 72f.

²¹⁰ Goldmann 1931, S. 175f. Beispiele der Rügen in verdammenden Urteilen S. 176.

Presse immer wieder gefordert wurde. Der Ausschnitt aus dem "Bayerischen Kurier" vom 13. August 1901 kann als Beispiel der Kampagne gegen Schmutz und Schund dienen:²¹¹

Man sehe sich nur 'mal in den Schaufenstern zahlreicher Buchhandlungen in München um! Massenhaft Literatur für ästhetische Schweinemetzger! und je "feiner" die Titel, desto mehr Absatz. [...] München ist eine Kunststadt par excellence, aber gehören dazu auch die "Pariser" Ansichtskarten, die "Photos", "Aktstudien" und so weiter, die man in den Auslagefenstern fast jeden Tabakladens, fast jeder Buchhandlung sehen kann? Kaum. [...] Man sehe nur das halberwachsene Bürschchen, mit welchen Augen es diese "Kunstwerke" verschlingt! Wohin wird es sich von dem Auslagefenster weg wenden? Die Bilder tragen wohl die Erläuterung "Für Künstler", hängen aber öffentlich aus.

Derartige Pressestimmen veranlassten die Regierung Bayerns, "die Gefährdung der Schuljugend durch sittlich anstößige Darstellungen"²¹² im ganzen Stadtgebiet München in den Jahren 1902-04 zu überprüfen. Nach Presseberichten hat die Polizei sogar Spitzel eingesetzt:²¹³

Beim Badewirt verkauft ein Mann Ansichtspostkarten. Um das Geschäft zu heben, ließ er sich verleiten, Karten anstößigen Inhalts den Gästen anzubieten. Ein Dienstmann, der eben in der Wirtschaft sich aufhielt, fand an diesen "Raritäten" solchen Gefallen, dass er eine Karte nach längerem Feilschen um 1 M. 50 Pfg. erwarb. Am anderen Tag war der Ansichtskartenverkäufer wegen dieses Handels bei der Polizei angezeigt.

Wie die Titel von erotischen Bildpostkarten formuliert waren, die der Polizei als potentiell unzüchtig auffielen, ersieht man aus der Zusammenstellung vom 27. Oktober 1902. Die größte Gruppe trägt französische Titel, wie beispielsweise: *Etudes de Paris; Souvenir de Monte Carlo; Nos plaisirs; La puce; Un petit besoin; Retour de bal; La jolie malade; En chambre separée; La chambre nuptiale; La fontaine d'amour; Le bain ameriquain; Moins dans le monde; Moines en chambre; Esclave Greque; Danseuse Maturesque; Honny soit qui mal y pense.*²¹⁴ Allein der Gebrauch der französischen Sprache war ein Hinweis auf erotische Motive, von Fall zu Fall durch das Reizwort Paris und mehr oder weniger anzügliche Anspielungen verstärkt. Eine eigene Gruppe bilden Motive, die angeblich für Künstler gedacht oder deren Leben entnommen sind: *Etudes artistiques; Künstlerstudien; Der Maler und sein Modell; Chez le sculpteure.* Eine Serie ist allein Rubens gewidmet. Einige Karten bzw. Serien knüpfen an traditionelle antike oder christliche Motive an: *Adam und Eva; eine Serie Eva; Vor dem Sündenfall; Versuchung des hl. Antonius,* gleichfalls eine Serie; *Eine moderne Diana; Faun am Wasser.* Beträchtlichen Umfang haben die erotischen Witzpostkarten, vor allem die Serie "'s Marterl": *'s Marterl im Amorgraben, am Baume der Erkenntnis, am Ehebett, am Reinfall [!], vom Schnepfengrund, vor der Schießbude, am Wiesenkirchel;* von der Karte *'s Marterl im Liebeswinkel* fanden sich bei einem Händler allein 5.380 Stück. Bei einigen Titeln lässt sich ohne Kenntnis des Bildes nur spekulieren, weshalb sie verdächtig sind (z.B. *Alte Kinder; Ankleben verboten; Nicht ankleben; Ledige Leute; Abonniert; Geteilte Arbeit, geteilte Freud'; d' Ritzen-schieberin; Adam, du verbirgst mir was,* bei anderen ist dies offensichtlich (*Gruß aus dem Meerbad; Serie Moorbad; An Prügeln hat sie ihre Freude; Eine moderne Dirne; Nur einmal blüht ein Mai, "eine schwangere Frau darstellend"; Ach, ich schäme mich so sehr*). Ein

²¹¹ Ausschnitt im StA München, Pol. Dir. 1110. Zur Kampagne gegen Schmutz und Schund siehe Jäger 1988; Maase 2012.

²¹² So der Betreff im Schreiben des Staatsministeriums des Innern vom 18. August 1904. Mehrere Anlagen dokumentieren das Ergebnis der Recherchen: "Verzeichnis der zu Anfang Dezember 1903 in Auslagen von Buchhandlungen u.s.w. dahier aufgefundenen Druckschriften mit anstößigem Titel," mit 147 Eintragungen.

²¹³ Ausschnitt aus der Münchener Post vom 20. August 1904. StA München, Pol. Dir. 1110.

²¹⁴ Diese Karte aus dem Verlag Edgar Schmidt, Dresden, zeigt eine schlafende Frau im Bett, aufgedeckt und mit entblößtem Bein.

eigenes Genre meist deftiger Erotik bilden die "Ziegenbockkarten". Brotartikel der Postkartenhändler sind Aktpostkarten bzw. Aktfotografien sowie "Trikotkarten".²¹⁵

Als Beispiel eines führenden, einschlägig tätigen Verlages sei der Kunstverlag Max Herzberg in Berlin herausgegriffen, für den die Maler Lutz Ehrenberger (1878-1959), Ernst Heilemann (1870-1936) und Brynolf Wennerberg (1866-1950) arbeiteten. Zur Leipziger Messe 1920²¹⁶ pries er als "sensationelle Schlager-Neuheiten" die folgenden Postkartenserien im Vierfarbendruck an: *Heisses Blut* von Ehrenberger ("wunderbar pikant, packend - Ehrenberger ist der Maler der mondänen Welt"), *Strandnixen* von Heilemann, *Umworbene Schönheiten* und *Badefreuden* von Wennerberg. In der "Galerie Moderner Bilder", waren die erotischen Sujets auch in größerem Format für den Wandschmuck zu beziehen: *Venus im Pelz* von Ehrenberger, von Wennerberg *Im Separee*, *Erwachen*, *Spiel der Wellen*, *Spiegelein, ich bin jung und schön*, *Faschingsliebe*, *In schwelgender Erinnerung*, *Liebesorakel*, *Der süße Backfisch* u.a. sowie von Heilemann: *Ein strammes Mädel*, *Hexchen im Familienband*, *Maler und sein Modell*, *Im Atelier* u.a. Als Auslieferungsstelle diente Herzberg den drei Verlagen "Jugend"²¹⁷ und Albert Langen, beide in München, und "Lustige Blätter" Dr. Eysler in Berlin mit verwandten Produktlinien.

Aber auch, wenn das einzelne Bild selbst nicht als unzüchtig eingestuft wurde, so konnte es doch das Arrangement in Schaufenstern sein, wie aus dem Schreiben der Polizeidirektion München an die (Theater-)Zensurbeiräte vom 1. November 1910 hervorgeht. Ein Münchner "Spezialgeschäft für Künstler- und Ansichtspostkarten" hatte die an sich nicht anstößigen "Jugendpostkarten" des G. Hirth'schen Verlages gemeinsam mit anderen Postkarten, unter denen sich "bereits als unzüchtig eingezogene" befanden, ausgestellt:²¹⁸

Das gesamte Arrangement der Auslage war anstößig und der betr. Händler wird dieserhalb zur Strafanzeige gebracht werden. Dass er selbst die "Jugendpostkarten" nicht nach ihrer künstlerischen Bedeutung gewertet, sondern ausschließlich als pikant angesehen und aus diesem Grunde vermengt mit Schundware niedrigster Sorte und in der Hoffnung, die Lüsterheit des Publikums, besonders jugendlicher und anderer unreifer Personen zu erregen, an der Straße und im Hausgang eines Restaurants öffentlich ausgestellt hat, darüber kann kaum ein Zweifel bestehen.

Der Zugriff der Polizei lässt sich an den beiden Münchner Bildpostkartenverleger Peter Triem und Emil Mayer studieren, deren Geschäftsräume in benachbarten Häusern, Briennerstraße 40 und 38, lagen. Wegen Vergehens gegen § 184 St.G.B. durchsuchte die Polizei die Geschäftsräume von Triem am 13. Oktober 1919 und beschlagnahmte als unzüchtig.²¹⁹

1.) 8 Musterserien

²¹⁵ Prüfung nach unzüchtigen Postkarten im ganzen Stadtgebiet, 27. Oktober 1902. 60 Händler, überprüft im Zeitraum vom 17. bis 25. Oktober. StA München, Pol. Dir. 1110. Da die Handschrift schwer zu lesen ist, sind Fehllesungen nicht ausgeschlossen. - Ritzenschieberin: Frau zum Reinigen von Straßenbahnschienen.

²¹⁶ Anzeige in: Mitteilungen aus aller Welt, XVIII. Jg., 1920, Nr. 2, o.P.

²¹⁷ Die Zeitschrift *Jugend* gab aus ihrem Bildfundus eigene "Jugend"-Postkarten heraus, unter denen sich zahlreiche pikante Sujets finden, wie z.B. *Perlen* von Adolf Münzer, *Sommertag* von Rudolf Riemerschmied (mit nackter Frau in Rückenansicht), *Der verliebte Faun* von Paul Rieth, *Der Apfel* und *Mademoiselle Susanna im Bade* von Ludwig von Zumbusch. Nach einer Anzeige in einem Probeband der "Jugend", Ausriss. Für den Bildfundus, mit Abbildungen der genannten Bilder, siehe Hirth 1909.

²¹⁸ Der Verlag habe Anstoß zu dem Missbrauch dadurch gegeben, "dass er Reproduktionen speziell auch weiblicher Akte, wie sie zuvor in der 'Jugend' unbeanstandet erschienen sind, in Form der Postkarte herausgab." Zu fragen sei, "ob diese Verbreitungsart zulässig erscheint" und eine solche Karte nicht "von der Postbeförderung auszuschließen" sei. StA München, Pol. Dir. 4342 I. Zur "relativen Unzüchtigkeit", bei der Umstände, Absichten von Hersteller und Verbreiter sowie die Zielgruppe über Unzüchtigkeit entscheiden, siehe Wulffen 1931, S. 204f.

²¹⁹ Vgl. Bericht des Kriminalkommissars Josef Schmälig an die Polizeidirektion München über Beschlagnahme unzüchtiger Postkarten bei Peter Triem und Emil Mayer vom 18. Februar 1921. Aus obiger Aufstellung wird ersichtlich, dass Triem auch in der Sparte der ethnographischen Akte tätig war. StA München, Pol. Dir. 7292.

- 2.) 22 Serien à 12 Stück oriental. Akt-Studien, Serie 162a
- 3.) 22 Serien à 12 Stück oriental. Akt-Studien, Serie 162b
- 4.) 11 Serien à 12 Stück "Reflexionen" v. Reichmann, Serie 410
- 5.) 13 Serien à 12 Stück Bromsilber-Postkarten, Serie 190
- 6.) 8 Serien à 12 Stück Bromsilber-Postkarten, Serie 224
- 7.) 8 Serien à 12 Stück. Bromsilber Postkarten. Serie 205

Wegen "Verbreitung unzüchtiger Postkarten und Bilder" wurden am 18. Februar 1921 erneut die Geschäftsräume von Triem und Mayer durchsucht.²²⁰ Diesmal wurden bei Triem 300 Stück "Im Harem" beschlagnahmt und bei Mayer:

- 1.) 3.000 Stück "Im Spiegel" von H. Rettig
- 2.) 3.000 Stück "Bei der Toilette" von H. Rettig
- 3.) 300 Stück "Erwachen der Venus" von H. Rettig
- 4.) 200 Stück "Faun und Nymphe" v. Prof. Leop. Schmutzler
- 5.) 1.000 Stück Bilder "Nach dem Bade" von H. Rettig
- 6.) 1.300 Stück Bilder "Erwachen der Venus" von H. Rettig

Die Zahl verbotener, eingezogener und vernichteter Postkarten muss von erheblichem Umfang gewesen sein. Eine Fachzeitschrift berichtet 1914, ihren Informationen nach seien in den letzten Jahren mit Bezug auf StGB § 184 a "nicht weniger als 1.300 bis 1.400 verschiedene Muster solcher Postkarten in mehreren hunderttausend Exemplaren rechtskräftig konfisziert worden."²²¹



Musterkarte Rosario Guerrero, GGCo. [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin].

I.6.3.5 Pornografiehandel

"Die erotische Fotografie ist die am meisten verbreitete Konterbande, die es gibt, sie ist die Konterbande, die jeder zweite Mann im Geheimfach seiner Briefftasche mit sich führt oder im verborgensten Winkel seines Schreibtisches aufbewahrt. Man kauft sie im Geheimen, "sous le manteau", wie der Franzose sagt, man leugnet ihren Besitz und zeigt sie nur vertrauten

²²⁰ Kriminalkommissar Josef Schmaling, Bericht vom 18. Februar 1921. StA München, Pol. Dir. 7392. Heinrich Rettig (1859-1921) und der namhafte Maler Leopold Schmutzler (1864-1940), beide in München tätig, arbeiteten u.a. im erotischen Genre.

²²¹ Mitteilungen aus aller Welt, XII. Jg. 1914, o.P.

Freunden.²²² Die Vertriebsorganisation²²³ ist darauf ausgerichtet, den Hersteller wie den Vertreter zu verbergen. Köder sind Inserate in Zeitschriften, die potentielle Käufer erreichen, wie z.B. Witzblätter, "mit mehr oder weniger deutlicher Textierung";²²⁴ der Verkauf erfolgt über Kataloge, bei größeren, oder Listen bei kleineren Händlern bzw. "cartes références", das sind Musterkarten mit verkleinerten Wiedergaben einer Serie,²²⁵ wie sie auch in der unanstößigen Bildpostkartenproduktion in Gebrauch sind. Die Expedition übernimmt ein Mittelsmann, oft im Ausland (Barcelona, Genua, Marseille etc.) ansässig, um den eigentlichen Lieferanten zu schützen.²²⁶ Der Pornografienhandel ist grenzüberschreitend organisiert. „Seine Anzeigen und gedruckten Kataloge wurden in vielen Sprachen zu Tausenden ins Ausland geschickt und suchten überall ihre Kundschaft. Die Pornographiehändler hatten ihre Korrespondenten, ihre Geschäftsreisenden, ihre Niederlagen in den bedeutendsten Städten der Welt, daher fand man auch oft dieselben Fabrikate in voneinander weit entfernten Orten.“²²⁷ Friedrich Bohn, Generalsekretär des deutschen Sittlichkeitsvereins, schätzt "die Zahl der in Europa international mit unzüchtigen Bildern im größeren Umfang Handel treibenden Geschäfte auf mindestens hundert."²²⁸ Hauptzentren²²⁹ der Herstellung und des europa- wie weltweiten Vertriebs vor 1900 waren Spanien (Barcelona, Madrid), Portugal (Porto) und Italien, aber auch Frankreich; nach 1900 wird Paris "das Zentrum der erotischen Fotoproduktion, an zweiter und dritter Stelle rangieren Wien und Budapest."

Als berüchtigte Importeure galten Ned de Baggo in Tallin (Estland), dessen deutscher Vertrauensmann Heinrich Alias Guttenberger war, und W. Thomson mit seinem deutschen Vertrauensmann, dem Buchhändler Johannes Heinemann in Frankfurt am Main²³⁰ - alle amtsbekannt und vorbestraft. Eine Reihe von Firmen aus Österreich-Ungarn, meist in Wien oder Budapest ansässig, verkauften ihre Ware nach dem Deutschen Reich; von unsittlichen Bildern

²²² Bingen 1931, S. 139.

²²³ Referat und Zitate nach Bingen 1931, S.140-146. Siehe auch Wulffen / Abraham 1931, Kap. "Die Schleichwege beim Verkauf obszöner Bilder", S. 82-92.

²²⁴ Ein Beispiel bietet Friedrich Mücke, Neu Weissensee-Berlin, der "Scherz-, Vexir- und Ansichts-Postkarten für Herren u. Spiel-, Vexir- u. Scherzartikel von Gummi fabriziert" bewirbt und "stets pikante Neuigkeiten" verspricht. "Grosser illustrirter Katalog franko." Internationale Postkarten-Zeitung, 1902, Nr. 4, mehrfach wiederholt. Angebote von erotischen, aber selten unzüchtigen Postkarten werden durch Schlüsselworte wie Paris, "Pariser Kunstkarten", "Seltene Bilder", pikant etc. kenntlich gemacht. Wulffen / Abraham 1931, S. 88. Als Beispiel kann die Anzeige des Kunstverlages und "Postkartenversandhauses" Fritz Schardt in Nürnberg dienen: "Pariser Neuheiten. Eine grossartige Serie von 60 versch. hochpicanten Ansichtskarten aus dem Leben der Pariser Damen. Prinzess Chimai in 12 verschiedenen Stellungen." Schmidt 1983, Faksimile S. 15.

²²⁵ Die Anklageschrift gegen Wilhelm Suschitzky, Gesellschafter der Firma Suschitzky in Wien, von 1906 spricht von der Versendung von "Verzeichnissen unzüchtiger Fotografien und von Zusammenstellungen derartiger Miniaturfotografien," nach denen bestellt wurde. Fischer 2003, S. 186. Die Anklageschrift erläutert auch, wie das Geschäft ablief, S. 187. Dazu auch S. 68f. - Für eine Musterkarte siehe Abb. S.57; Abbildung auch bei Gütgemann-Holtz (2009), S. 81. Musterkarten bzw. Präsentations- oder Probefbogen von Serien pornographischer Fotografien bei Seemann / Lunzer (2008), Nr. 30-32, 44-45, 59-60, 62, 87.

²²⁶ Für die "Schleichwege der Pornographie", die ein Bericht des "Volkswart. Organ des Verbandes der Männervereine zur Bekämpfung der öffentlichen Unsittlichkeit" 1914 aufdeckte, vgl. Fischer 2003, S. 22f. Auch Frauen wurden als Deckadressen verwandt. So hat der Pornografienhändler Albert Chaumeil de Stella in Katalogen und Prospekten, die er um 1910 versandte, die Antworten "an seine jeweilige Geliebte" adressieren lassen. Ebd., S. 126.

²²⁷ Behr 1922, S. 13.

²²⁸ Wulffen / Abraham 1931, S.88. Hier auch eine Auswahl der Geschäfte, die überwiegend in Paris ansässig sind, aber auch in Wien, Budapest und Preßburg sowie in Barcelona und Odessa. G.M. in Barcelona "hat in letzter Zeit wiederum 10.000 Kataloge nach Deutschland und Österreich versandt." (S. 89f.)

²²⁹ Gleichfalls nach Bingen 1931, S. 147-151. Die wenigen bekannten Fakten zu Herstellung und Vertrieb "unzüchtiger" Fotos bei Klinger 1987, S. 50.

²³⁰ Deutsche Zentralpolizeistelle, Rechenschaftsbericht für die Zeit vom 1. April 1932 bis 31. März 1933, S. 19f. Ned de Baggo arbeitete mit mehreren Deckadressen. StA München, Pol. Dir. 7433.

gilt dies vor allem für den Kunstverlag S. Bloch in Wien.²³¹ Aber auch im Export ist Deutschland tätig. So lieferte der wiederholt vorbestrafte Münchner Pornografienhändler Adolf Estinger, dessen Bilder der Kunstmaler Johann Mäurer in München herstellte, nicht nur an Deutsche, sondern auch "an Personen in Argentinien, U.S.A., England, Belgien, Norwegen, Estland, Schweiz und Italien."²³² Manche Pornografienhändler nutzten die Provinz für ihr Geschäft, so der in Lörrach (Baden) wohnhafte Franz Schelenz, "der unter den verschiedensten Deckadressen inserierte, so in Deutschland unter den Firmen 'V.H. Markgraf, Lörrach-Baden', 'Hans Deger, postlagernd Lörrach-Stetten' und 'Schließfach Nr. 2349 Postamt Riehen/Schweiz'."²³³ Ihm wurde ein Versand nach Frankreich, Österreich, Rumänien und Estland nachgewiesen.

Da der Handel mit unzüchtigen Materialien, Schriften wie Bildern, international organisiert war, waren die betroffenen Staaten zur Kooperation gezwungen und errichteten schließlich zentrale Polizeidienststellen zur Sammlung und zum Austausch einschlägiger Informationen (s.u.). In Deutschland gab es neben dem Strafgesetzbuch mehrere Möglichkeiten, in den Handel mit unzüchtigen Bildern und Drucken einzugreifen. So sah die novellierte Gewerbeordnung für das Deutsche Reich vom 1. Juli 1883²³⁴ die Kontrolle des ambulanten Kleinhandels vor. In § 56 schließt die Gewerbeordnung vom Feilbieten im Umherziehen durch ambulante Händler "Druckschriften, andere Schriften und Bildwerke" aus, "insofern sie in sittlicher oder religiöser Beziehung Ärgernis zu geben geeignet sind". Zur Kontrolle und Überwachung wird bestimmt:

Wer Druckschriften, andere Schriften oder Bildwerke im Umherziehen feilbieten will, hat ein Verzeichnis derselben der zuständigen Verwaltungsbehörde seines Wohnortes zur Genehmigung vorzulegen. Die Genehmigung ist nur zu versagen, soweit das Verzeichnis Druckschriften, andere Schriften oder Bildwerke der vorbezeichneten Art enthält. Der Gewerbetreibende darf nur die in dem genehmigten Verzeichnisse enthaltenen Druckschriften, anderen Schriften oder Bildwerke bei sich führen, und ist verpflichtet, das Verzeichnis während der Ausübung des Gewerbebetriebes bei sich zu führen, auf Erfordern der zuständigen Behörden oder Beamten vorzuzeigen und, sofern er hierzu nicht im Stande ist, auf deren Geheiß den Betrieb bis zur Herbeischaffung des Verzeichnisses einzustellen.

Auf Grund des § 20 der Verordnung über Handelsbeschränkungen vom 13. Juli 1923 konnte ein Handelsverbot ausgesprochen werden,²³⁵ was die Schließung des Geschäftes zur Folge hatte. Ein rigider Eingriff in die Kommunikation der Hersteller und Händler untereinander und mit ihren Kunden war auch die Verhängung einer Postsperre, gerade auch für die oft benutzten Schließfächer.

²³¹ Siehe die Anzeige des "Kölner Männervereins zur Bekämpfung der öffentlichen Unsittlichkeit" gegen mehrere Firmen in Österreich und Ungarn wegen Verbreitung unsittlicher Presseerzeugnisse, 1904. Abdruck bei Fischer 2003, S. 173f., mit weiteren Hinweisen S. 147 Anm. 7.

²³² Ebd., S. 26. "Bei einer Durchsuchung bei Mäurer wurden etwa 2.000 Bilder und über 400 Negative vorgefunden und beschlagnahmt. Er hatte diese Gegenstände in raffinierter Weise versteckt, indem er aus dem Fußboden ein Stück herausgesägt und die Bilder und Platten in dem darunter befindlichen Hohlraum verwahrt hatte."

²³³ Ebd., S. 27.

²³⁴ Zur Entwicklung der Gewerbeordnung siehe Siemann 2001, S.93-95.

²³⁵ Beispielsweise hat die Deutsche Zentralpolizeistelle zur Bekämpfung unzüchtiger Bilder etc. ausweislich ihres Tätigkeitsberichtes vom 1. April 1932 bis 31. März 1933 in drei Fällen ein Handelsverbot gegen Berliner Buchhandlungen ausgesprochen: gegen die "Sexualwissenschaftliche Buchhandlung" von Kurt Emo Heyden (Wittenbergplatz), die "Zentral-Buchhandlung" von Kogler und Wanek jun. (Friedrichstr. 143) und die Buchhandlung von Hugo Meyer (Friedrichstr. 223). StA München, Pol. Dir. 7433.

I.6.4 Zentralpolizeistelle zur Bekämpfung unzüchtiger Schriften, Abbildungen und Inserate

Der von der französischen Regierung angeregte "Congrès international contre la Pornographie" (Paris, 21. und 22. Mai 1908) führte zum "Abkommen zur Bekämpfung der Verbreitung unzüchtiger Veröffentlichungen" vom 4. Mai 1910. Die vertragsschließenden Regierungen verpflichteten sich, "eine Behörde zu bezeichnen, der es obliege, alle Nachrichten für die Ermittlung und Bekämpfung der unzüchtigen Veröffentlichungen je nach Maßgabe der Landesgesetzgebung zu sammeln [...]; ebenso alle Nachrichten zu liefern, die geeignet sind, die Einfuhr solcher Veröffentlichungen zu hindern, ihre Beschlagnahme zu sichern oder zu beschleunigen."²³⁶ Die "Deutsche Zentralpolizeistelle zur Bekämpfung unzüchtiger Schriften, Abbildungen und Inserate" wurde am 1. August 1911 beim Polizeipräsidium Berlin eingerichtet. "Sie führt Verzeichnisse und Sammlungen unzüchtiger Bilder usw. sowie der zugehörigen Personen."²³⁷ Als Bayerische Zentralpolizeistelle wurde die Polizeidirektion München (Bayerische Polunbi) betimmt.²³⁸ Nach dem Ersten Weltkrieg fand, wiederum auf Einladung der französischen Republik und unter dem Schutz des Völkerbundes, am 31. August 1923 in Genf eine Tagung zur Bekämpfung unzüchtiger Veröffentlichungen statt, die zu einer neuen "Internationalen Übereinkunft zur Bekämpfung der Verbreitung und des Vertriebs unzüchtiger Veröffentlichungen" führte, die am 7. August 1924 in Kraft trat.

Die Berliner Zentralpolizeistelle hatte es mit allen Medien, Gegenständen und Tätigkeitsbereichen zu tun, die erotische oder pornografische Inhalte haben oder zu unzüchtigen Zwecken verwandt werden konnten. Der Umfang der zu kontrollierenden Medienbereiche wird aus dem letzten Tätigkeitsbericht aus der Weimarer Republik deutlich:²³⁹

II. Arten des Schmutzes

A. Schriften

a) Zeitschriften

b) Bücher

c) Lose Blätter [z.B. "obscöne Scherzartikel" in Form einer Eisenbahn- oder Mitgliedskarte]

d) Inschriften [in "Bedürfnisanstalten und anderen öffentlichen Orten"]

B. Abbildungen

a) Abbildungen im Original [z.B. "unzüchtige Originalzeichnungen bekannter Kunstmaler"]

b) Reproduktionen [z.B. "Bildmappen mit Reproduktionen künstlerisch ausgeführten kolorierten und Schwarz-Weiß-Zeichnungen," Lithographien von Ludwig Lutz Ehrenberger]

c) Photos

d) Filme

C. Körperliche Darstellungen [Godmichés, Dildos]

D. Unzüchtige Handlungen [Theater, Revue, erotische Schaustellungen]

²³⁶ Referat und Zitate nach Wulffen 1931, S. 206f. Abdruck des Abkommens bei Fischer 2003, S. 169-172.

²³⁷ Ebd., S. 208.

²³⁸ Vgl. das Merkblatt der Polizeidirektion München von 1935, das die Tätigkeitsbereiche der "Bayer. Polunbi" und die juristischen Grundlagen, auf die sie sich dabei stützt, aufführt. StA München, Pol. Dir. 7433.

²³⁹ Deutsche Zentralpolizeistelle, Tätigkeitsbericht vom 1. April 1932 bis 31. März 1933. Nicht aufgenommen sind Hilfsmittel zur Empfängnisverhütung, Anzeigen und Inserate zur "Herbeiführung unzüchtigen Verkehrs", "Korrespondenzzirkel" zur "Anbahnung erotischer Beziehungen" u.a.m. StA München, Pol. Dir. 7433.

Die Zentralpolizeistelle führte Listen der Personen, die der Herstellung oder Verbreitung unzüchtiger Bilder und Schriften verdächtig oder ob dieses Vergehens bereits verurteilt waren, sowie Listen der "eingezogenen und unbrauchbar zu machenden sowie der als unzüchtig verdächtigten Schriften" (Polumbi-Katalog), die nur als interne Amtsschriften geführt und der Öffentlichkeit nicht zugänglich gemacht wurden. Aus der Liste der Personen, die von der Berliner Zentralpolizeistelle 1913 des Pornografiehandels verdächtig wurden, geht die überragende Bedeutung von Paris hervor, in der annähernd ein Viertel der erfassten Personen tätig waren. Es folgen mit weitem Abstand Amsterdam und Wien sowie Barcelona und Budapest. Die Nachkriegsliste vom 30.11.1922,²⁴⁰ mit 131 Einträgen, weist Wien mit einem Drittel der verdächtigten Firmen und Personen als unbestrittene Hauptstadt der Pornografie aus. Paris und Berlin bringen es jeweils nicht einmal auf die Hälfte der Eintragungen von Wien.

Unter den über 380 Eintragungen finden sich 1913 nur wenige allgemein bekannte Namen wie der Illustrator Franz de Bayros oder der Photograph Wilhelm von Gloeden. Von den Buchhandlungen und Verlagen sind der Photographische Verlag Lehnert und Landrock (Orientphotographien), Charles Carrington, führender britischer Erotica-Verleger um 1900, die Reihe "Le select bibliothèque" für spezielle Erotica (Flagellantismus, Fetischismus) noch heute bekannt. Andere Einträge führen zu Firmen und Personen, die zumindest in der Forschung bekannt sind.²⁴¹ Die Mehrzahl der Einträge harret noch der Aufschlüsselung, um die Netzwerke zu erforschen, aber schon jetzt lässt sich erkennen, dass die polizeilichen Eingriffe nicht nur eine 'kriminelle' Szene, sondern auch den 'normalen' Buch- und Kunsthandel betrafen, der sich erotischen Sujets öffnete. Damit hat die Zensur die Ausbildung einer erotischen Kultur in Deutschland erheblich erschwert.

Ein internationales Netzwerk schildert der Bericht der Deutschen Zentralpolizeisperre über seine Tätigkeit vom 1. April 1932 bis 31. März 1933:²⁴²

Der wiederholt vorbestrafte Pornographiehändler Willi Saalfeld hatte kurz nach Verbüßung seiner letzten Strafe Deutschland verlassen und in Mährisch-Ostrau unter der Firma Willi Saalfeld, Schließfach 119, Berlin W. 30, eine "Kulturwissenschaftliche Versandbuchhandlung" gegründet. Als hiesiger Vertrauensmann wurde der "Axia-Verlag" Berlin festgestellt. Zur Verbreitung brachte Saalfeld vorwiegend Privatdrucke, deren Drucklegung die Firma Prohaska in Tschechen [!] besorgte. Einer Zeitungsnotiz zufolge sollen bei Prohaska 64 Schränke versiegelt worden sein, die etwa 1.000.000 fertige sowie 25.000 unvollendete Bücher enthielten.

In der Sparte unzüchtiger Bildpostkarten herrschen die gleichen Verhältnisse. Pornografie-Händler ändern häufig ihren Wohnort, wechseln in ein anderes Land und gründen eine neue Firma; wird ein Netzwerk ausgehoben, so schieben sich die Beteiligten wechselseitig die

²⁴⁰ StA München, Pol. Dir. 7393. Korrektur und Ergänzung durch die Polizeidirektion München, 18. 12.1922, ebd. Die neun Eintragungen beinhalten zwei Antiquare, den Hyperion-Verlag bzw. dessen Geschäftsleiter Dr. Lothar Mohrenwitz und je einen Lithografen, Fotografen (vorbestraft "wegen Herstellung und Verbreitung sogenannter Bayros-Radierungen") und Schauspieler. Zu "bibliophilen Erotica" des Hyperion-Verlages und deren Unterdrückung siehe Wittmann 1993, S. 127.

²⁴¹ Zu Albert Chaumeil de Stella, Fritz Freund, Wilhelm Suschitzky, Carl Wilhelm Stern und Johann Tomaschek siehe Fischer 2008. - Stark 1981 u.a. nehmen Bezug auf Adolf Estinger in München. - Bei Hall 1985 siehe zu Halm und Goldmann (Bd. 1, 78-80, den Brüdern Rosenbaum (Bd. 2, S. 312f.) und Leopold Rosner (Bd. 1, S. 80f.). Zu Franz Malota vgl. Hupfer 2003, S. 213-215. - Der Verlag von Cäsar Schmidt in Zürich verlegte die zweite Auflage von Wedekinds Kindertragödie "Frühlings Erwachen" und erotische Lieder. Vgl. Stein 2006, S. 216. - Nicht unbekannt ist auch der Maler und Grafiker Wilhelm Geiger, Vater von Rupprecht Geiger, der in der Liste als "Komplize von Adolf Estinger und Ludwig Ramlo" geführt wird. - Die Deutsche Buchhandlung Schaefer & Koradi in Philadelphia findet in der Geschichtsschreibung von Pennsylvania Erwähnung.

²⁴² Deutsche Zentralpolizeistelle, Bericht über die Tätigkeit vom 1. April 1932 bis 31. März 1933, mit Datum vom 5. April 1933, S. 20. StA München, Pol. Dir. 7433.

Schuld zu,²⁴³ vieles läuft über Aliasnamen bzw. Decknamen, über Deckadressen und andere Personen, die Namen und Anschrift zur Verfügung stellen,²⁴⁴ sowie Schließfächer.

Unzüchtige Bilder nach der Sammlung der Berliner Zentralpolizeistelle 1911-1925, geordnet nach Materien unter Angabe der zahlenmäßigen Stärke der Gruppen

<i>Gruppe</i>	<i>Anteil in Prozen-ten</i>	<i>Gruppe</i>	<i>Anteil in Prozen-ten</i>
Bestialität	0,9	Männliche Akte	5,9
Kindliche Unzucht	1,5	Algolagnie	9,7
Kinderakte	1,7	Weibliche Akte	30,0
Autoerotische und homosexuelle Bilder	7,8	Heterosexuelle Bilder	38,5
Entkleidungsbilder	4,0	Gesamt	100,0

Quelle: Die Erotik in der Photographie, 1931, S. 137.
Algolagnie = Sadomasochismus

Die Machtergreifung durch die Nationalsozialisten veranlasste die Berliner Zentralpolizeistelle zu einem schärferen Vorgehen und gab ihr dazu die rechtliche Möglichkeit. Denn sie konnte sich auf § 7 der Verordnung des Reichspräsidenten zum Schutze des deutschen Volkes vom 4. Februar 1933 berufen, das die polizeiliche Beschlagnahme und Einziehung von Druckschriften, welche die öffentliche Ordnung gefährdeten, für zulässig erklärte. Nach dem Verständnis der Zentralpolizeistelle stellte die "öffentliche Ordnung" den "Inbegriff der Normen" dar, "deren Befolgung nach den jeweils herrschenden sozialen und ethischen Anschauungen als unentbehrliche Voraussetzung für ein gedeihliches Zusammenleben der Staatsbürger anzusehen ist."²⁴⁵ Mit Befriedigung wird von der Behörde die "in letzter Zeit unverkennbar sich vollziehende Wandlung der herrschenden sittlichen Anschauungen in geschlechtlicher Hinsicht"²⁴⁶ begrüßt. Die Unterdrückungs- und Verbotsmaßnahmen erotischer und pornografischer Bilder, die sich daraus ergaben, liegen außerhalb des Untersuchungszeitraums.

I.6.5 Pornografie auf Postkarten?

Zur Übergänglichkeit von Foto und Fotopostkarte sowie zur Historizität der Begriffe "erotisch" und "pornografisch"

Ob und in welchem Maße man von pornografischen, d.h. im Sinne der damaligen Gesetze "unzüchtigen" Bildpostkarten sprechen kann, hängt davon ab, ob die Bildpostkarte formal oder funktional definiert wird. Die *formale* Definition verlangt, dass das Bild auf seiner Rückseite den üblichen Vordruck für die Anschrift enthält; die *funktionale* Definition verlangt, dass

²⁴³ So wird 1932/33 "wiederholt festgestellt, dass aus der Tschechoslowakei grobunzüchtige Bildkarten eingeführt wurden. Als Hersteller und Verbreiter wurde die Firma Kubrycht & Zauper in Dux ermittelt." Nach Mitteilung der Zentralstelle in Prag ist diese Firma als "Verbreiter unzüchtiger Schriften, Bilder und Prospekte" gut bekannt, will das inkriminierte Material jedoch vom gleichfalls amtsbekannten Wiener Pornografie-Händler Kunz bezogen haben. Ebd., S.21.

²⁴⁴ Ein Beispiel bietet der Buchhändler Artur Möller, von dem im Sommer 1931 ein "umfangreiches Lager pornographischer Bücher, Bilder, Mappen und Prospekte" ausgehoben wurde. "Hierauf hat Möller im Anfang des Jahres 1932 mit seiner Braut, der Kontoristin Claussner, Deutschland verlassen und sich nach Paris begeben. Von dort hat er den Vertrieb unzüchtiger Erzeugnisse unter der Firma Claussner erneut aufgenommen und insbesondere auch Deutschland mit unzüchtigem Propagandamaterial überflutet." Deutsche Zentralpolizeistelle, Bericht über den Zeitraum vom 1. April 1932 bis 31. März 1933, S. 21. StA München, Pol. Dir. 7433.

²⁴⁵ Ebd., S. 2f.

²⁴⁶ Ebd., S. 1.

die Postkarte ihrer Bestimmung, nämlich als Karte durch die Post offen verschickt zu werden, genügte bzw. hätte genügen können. Inwieweit die pornographischen Bildkarten eine Adressseite aufweisen, kann jeweils nur anhand der Originale geklärt werden. Die uns zum Teil vorliegenden Nachdrucke geben zumeist keinerlei Auskünfte über die Bildrückseite, notieren auch nicht, ob Drucker bzw. Verlage angegeben oder Verlagssignets aufgedruckt und ob die Karten postalisch gelaufen sind. Zuweilen lässt sich aus Firmensignets, eingedruckter Serien- oder Kartenummer auf der wiedergegebenen Bildseite auf eine Postkarte schließen.

Die Übergänge zwischen Foto und Fotopostkarte waren und sind bis heute fließend. So gibt der Verlag Taschen alte pornographische Daguerreotypien - die keine Postkarten waren und schon zeitlich nicht sein konnten - und Fotos sowohl in Buchform wie als Postkartenbücher heraus und schafft damit vielfach neue Bildpostkarten aus alten Fotos, indem diese eine Bildrückseite für Anschrift und Frankierung sowie für Mitteilungen erhalten. Gleiches gilt für andere Reprints von alten Fotos und ganzen Sammlungen. Zudem werden heute erotische Bildwerke, die zu ihrer Zeit unter Verschluss blieben, in Postkartenform reproduziert,²⁴⁷ und diese Karten können heute offen, ohne Anstoß zu erregen oder die Polizei auf den Plan zu rufen, verschickt werden. Anders in der Untersuchungszeit: Da die damaligen Gesetze jegliche Art des Drucks und der Veröffentlichung und öffentlichen oder geheimen Verbreitung "unzüchtiger" Bilder unter Strafe stellten, ist davon auszugehen, dass pornographische Bilder, auch wenn sie formal als Postkarten gestaltet sind, ihre postalische Funktion nicht erfüllen konnten. In Frankreich verbot das Gesetz vom 2. August 1881 ausdrücklich die Versendung unzüchtiger Bilder "im offenen Umschlag durch die Post oder in jeder anderen Art".²⁴⁸ Gesetzlich eingeschränkt war die postalische Verbreitung auch in England und Amerika.²⁴⁹

Die Grenze ist nie eindeutig und lässt sich nicht ein für alle Mal ziehen, da stets umstritten und im Fluss. Die Historizität der gesellschaftlichen Anschauungen über Sexualität sowie deren fundamentaler Wandel von der Jahrhundertwende um 1900 bis heute lässt sich an den Begriffen "erotisch" und "pornografisch" studieren. Editionen bezeichnen oft die gleichen oder gleichartige Bilder und Bildpostkarten heute das eine Mal als "erotisch", das andere Mal als "pornografisch". Nachdem Nacktdarstellungen und zumindest Softpornos gesellschaftsfähig geworden sind und sich zuhauf in den Medien finden, scheint es nur eine Frage der subjektiven Einstellung oder der stilistischen Wortwahl, ob ein im Untersuchungszeitraum als "unzüchtig" eingestuftes Bild als "erotisch" oder "pornografisch" kategorisiert wird. Da Pornografie ihrem Wesen nach eine Grenzüberschreitung des Erlaubten ist, führt allein schon der historische Wandel der Anschauungen, erst recht aber das Interesse am Handel mit derartigen Bildern sowie an ihrer medialen Nutzung, zu einem ständigen Austesten der Grenze zwischen (noch) erlaubten und (schon) inkriminierten Darstellungen.

Von der pikanten zur obszönen Fotografie war es immer nur ein Schritt - und damit auch von dem, was auf Postkarten noch offen verschickt werden konnte, zu dem, was nur unter der Hand weitergegeben wurde. "Das Hemd brauchte sich nur um eine Handbreite zu verschieben, der Rock um ein paar Zentimeter höher rutschen und das Angedeutete wurde zur derben Deutlichkeit. Zunächst begann man damit, halbbekleidete oder ganz nackte Frauenzimmer in obszönen Stellungen zu photographieren. Als bald aber ging man zur Gruppenaufnahme über, stellte Mann und Frau vor das Objektiv des photographischen Apparates, die alle Phasen des Liebesspieles darstellten, von den Präliminarien bis zu den wüstesten Perversitäten."²⁵⁰ Von

²⁴⁷ Vgl. beispielsweise "Wien 1900. Gustav Klimt & Egon Schiele. Erotische Postkarten". Die 12 erotischen Postkarten in Mäppchen wurden von der Fondation Beyeler aus Anlass der Ausstellung "Wien 1900 - Klimt, Schiele und ihre Zeit" herausgegeben.

²⁴⁸ Wulffen 1931, S. 192f.

²⁴⁹ Wulffen 1931, S. 198.

²⁵⁰ Brettschneider 1931b, S.81.

den Sujets oder Motiven her gibt es in der pornografischen Fotografie nichts, was es nicht gibt:²⁵¹

Da wird von Männern und Weibern Onanie mit allen möglichen Apparaten und auf alle erdenkliche Weisen getrieben; da werden ganze Serien mit *Feminae gravidae*, mit "Poses lubriques" ganz- und halbnackter Frauen und Männer hergestellt (Frauen in Haltung einer Statue, in militärischer Stellung, im Spiegel ihre Reize betrachtend, im Künstleratelier als Modelle). Unter der Bezeichnung "Lunes" werden einzelne Körperteile, meist die Genitalien, in vergrößerter Form, auch im Akte der Kopulation, photographiert und in den Handel gebracht. Fetischistischen Gelüsten dienen Bilder von Frauen, deren Kleidung in lüsterner Weise angeordnet ist, die nur mit einem Korsett oder mit einem Hute oder mit einem Hemde bekleidet sind, nackte Weiber am Trapez, auf dem Fahrrad oder in einem Rahmen, Personen im Akte der Defäkation oder des Urinierens (die berühmten "pisseuses"). Der Sadist und Masochist kann sich an Darstellungen von Flagellationsszenen in allen möglichen Variationen, an Kreuzigungen nackter Weiber, an Darstellungen von Lustmorden, Torturen und ähnlichen Dingen ergötzen. Alle Arten des Coitus mit allen nur möglichen Raffinements werden dargestellt, nicht minder Tribadie und Päderastie und Sodomie mit Eseln, Affen und Hunden. Ferner Kinderschändung durch erwachsene Männer und Frauen, Unzucht von Kindern miteinander, Verkehr zwischen Nonnen und Mönchen, Nonne und der Welt-dame, Vagabund und Baronin, Mönch und - Negerin, Mutter und Sohn, Bruder und Schwester, kurz, was für Situationen, Seltsamkeiten, Ungeheuerlichkeiten, tierische Passionen, die ausschweifende Phantasie nur ersinnen kann, das wird hier dargestellt in allen Phasen seines Geschehens, meist in fünfzehn bis zwanzig Bildern nebeneinander. Besonders zahlreich werden in neuester Zeit Photographien sadistischen und masochistischen Inhalts verbreitet, ferner solche mit fetischistischen Darstellungen, wie vor allem die sogenannten "erotischen Kostümpikanterien", auf welchen allein das Kostüm durch Halbkleidung, Hervorhebung oder Entblößung bestimmter Teile durch das betreffende Kleidungsstück sexuell erregen soll, endlich werden die Symplegmata und Schemata der Alten, die "Spintrien" des Tiberius, heute "Knäuelszenen" getauft, in den raffiniertesten homo- und heterosexuellen Kombinationen dargestellt.

Eine Reihe der genannten Motive wurde in diesem Beitrag behandelt, weil uns einschlägige Postkarten zugänglich oder deren Abbildungen als Postkarten erkennbar waren. Welche weiteren dieser Fotosujets ihren Weg auf die Postkarte gefunden haben und ggf. auch postalisch gelaufen sind, könnte nur anhand von Spezialsammlungen geklärt werden.

²⁵¹ Ebd., S. 83-85. Eine weitere Auflistung S. 130 ff.

Teil II Die erotische Postkarte 1895 bis 1930

von JUTTA ASSEL

II.1 Eine private Sammlung

Der Text basiert auf einer Sammlung zur Geschichte der Frau¹ von ca. 700 Bildern (Druckgrafiken, Zeichnungen, alten Reproduktionsdrucken in Schwarz-Weiß und Farbe), Fotografien und Fototypen - darunter ca. 550 industriell gefertigte Postkarten, welche vor ca. 40 bis 35 Jahren im Kontext "weiblicher" und feministischer Studien für Ausstellungen, Workshops etc. zusammengestellt wurde. Relevant für diese Untersuchung sind allein die Postkarten, welche allerdings durch die hier fehlende Relation zur gesammelten Hochkunst an Aussagedimension verlieren. Dies Postkartenmaterial bietet vorrangig Darstellungen von Frauen zwischen den späten 1890er Jahren und 1930, was der eigenen Wahl wie dem Angebot des Marktes entspricht. Selbstverständlich wurden ergänzend Abbildungen in einschlägigen, auch englisch- und französischsprachigen Publikationen berücksichtigt, welche in deutschen Bibliotheken selten oder gar nicht vorhanden sind.²

Das Erotische kann in keiner bildlichen Darstellung eine objektiv-feststellbare Größe sein.³ Definition der Erotik und Zuweisung z.B. von Bildpostkarten in die erotische oder pornografische Kategorie sind subjektive Entscheidungen des einzelnen Bearbeiters und variieren in der Literatur - wie auch die Zuordnung der Darstellungen von Frauen zu dem ästhetisch definierten Segment der "Frauens Schönheiten" mit erotischen Reizsignalen zur Zeit der Entstehung dieser Postkarten. Nachdrücklich muss auf die Zeitspezifität von dergleichen Kategorien oder Zuordnungen hingewiesen werden. Auch Wechsel z.B. der erotischen Codes bzw. gängiger Fetisch-Fixierungen können sich durch Wandel des weiblichen Schönheitsideals bzw. der Mode etc. in kurzen Abständen vollziehen. Was 1895 erotisierte und manchmal tabuverletzend war - wie eine "stattliche Büste" mit großzügigem Dekolleté, extreme Schnürtaille, kräftige nackte Beine, Schultern, Arme oder pseudonackte Mädchen in rosa Trikots - kann 10 bis 15 Jahre später als harmlos, etwas peinlich oder sogar als antierotische, unästhetische, gesundheitsschädigende Aufmachung eines zu fetten Frauentyps belächelt oder abgelehnt werden. Nach 1900 wurden die gründerzeitlichen üppigen, geschnürten Heroinnen auch auf der Postkarte weitgehend abgelöst durch die - im Lauf der Jahre zunehmend korsettlosen - kapriziösen, eleganten "Jugendstil"-Schönheiten oder schlanke junge Mädchen und Frauen; sehr beliebt als Postkarten-Modelle waren auch die berühmten und namenlosen Tänzerinnen und Aktrinnen aus den boomenden Amüsierbetrieben der Zeit.

Faulstich⁴ bietet eine "Arbeitsdefinition" der Pornografie an, die auch aufzeigen kann, welche Bildpostkarten hier nicht behandelt werden: "Pornografie ist 1. die explizit detaillierte und 2. die fiktional wirkliche Darstellung sexueller Handlungen." Ergänzend fügt er das von Donald L. Mosher übernommene dritte Definitionskriterium hinzu: die "szenisch-narrative Darstellung sexueller Handlungen."⁵ Eine gewisse Sicherheit in der Zuordnung von Bildpostkarten zur Pornografie gewährten die jeweiligen Straf-, Zensur- und Postgesetze sowie deren justizielle Auslegung, obwohl 1910 die Formulierungen des Verbotes eines

¹ Neben dem Material zum Bereich Freundschaft, Erotik, Sexualität, Liebe gibt es weniger umfangreiche Teile: Emanzipation; arbeitende Frauen; Vereine / Geselligkeit; Familie.

² Einen Überblick über alle Sparten der erotischen bis pornografischen Fotos, unter Einschluss von Postkarten, bietet Klinger 1987. Die schlechte Druckqualität der Abbildungen in dieser und weiteren Publikationen erlaubt keine Übernahme in den Bildteil dieser Studie. Anschauungsmaterial ist auch über die Bildsuche von Google zu finden.

³ Siehe dazu Horkey 2003, S. 9.

⁴ Faulstich 1994, S. 16.

⁵ Faulstich 1994, S. 20 und 18f. Zur Entwicklung der drei Definitionskriterien siehe S. 10-21.

öffentlichen Verkaufs z.B. von unzüchtigen Fotopostkarten, "die das Schamgefühl gröblich verletzen,"⁶ und zwar "das Schamgefühl eines normal beanlagten, also vernünftigen, ordentlichen Menschen,"⁷ vage waren und offen für Auslegungen.⁸

Erotische Postkarten zeigen weder sexuelle Handlungen noch deren pornografische Darstellung. Erotische Darstellungen sprechen "eher implizit sexuelle Handlungen" an: "als Verweis oder Andeutung, oft durch Auslassung."⁹ So steht oder liegt ein in Reizwäsche posierendes Modell vor oder in einem zerwühlten Bett bzw. bei der stufenweisen Entkleidungsszene auf einer Postkartenserie fällt fast nie die letzte Hülle. Die erotische Postkarte will durch ihre öffentlich kauf- und versendbaren, zeitgemäß reizvollen Motive Käufer interessieren; sie will neugierig machen, die Fantasie anregen, Assoziationen auslösen, Träume wecken. Nichts Sexuelles ist ausgeführt, ist explizit und konkret; auch "Erotisches" begnügt sich meist mit Andeutungen. Dem Betrachter bleibt die geheime Ausgestaltung und Weiterentwicklung der Bilder überlassen, bis hin zur sexuellen Erregung durch "Kopfkino".

II.2 "Frauens Schönheiten"

II.2.1 Der Erotik auf der Spur

(Abbildungen s. Kap. III.1.1, III.1.7, III.4.4)

Die in Werbung und Verkauf gängige Bezeichnung "[Frauen-] Schönheiten"¹⁰ bildet zahlenmäßig das größte und ausdifferenzierteste Postkartensegment der Sammlung, was Marktangebot und -preisen geschuldet war.¹¹ Das Spektrum umfasst Portraits, Halb- und Ganzfiguren von Varieté-Tänzerinnen, Sängerinnen, Schauspielerinnen, auch Royals und Adlige sowie die große Menge der hübschen anonymen Modelle aller Typen, Sozialschichten und verschiedener Länder, vom kindlichen Mädchen bis zur "reifen" Frau. Bis auf wenige Ausnahmen sind es Fotopostkarten oder Karten in alten Drucktechniken nach Fotos, es handelt sich also um Zeitdokumente des Frauenbildes nach 1895 bis 1933.

Postkarten des Produktsegmentes "Schönheiten" (beauties / beautés) in Einzeldarstellungen, deren berühmte, berüchtigte, namentlich bekannte und anonyme Modelle ihrer körperlichen Vorzüge, ihrer Attraktivität, Exzentrik, Exotik und besonders ihrer erotischen Ausstrahlung und ins Auge fallenden "Reizelemente" wegen abgelichtet und in gigantischen Mengen vermarktet wurden¹² - zeigen die weitgehend bekleidete, meist durch die Fotografen-Regisseure gestaltete Oberfläche dieser Schönen. Sie alle interessierten, wurden bestaunt und bewundert: die namentlich bekannten 'Körperkünstlerinnen' wegen ihrer Schönheit und Attraktivität, ihrer phantastischen Kostüme und Kleider und wegen der für ihre Zeit manchmal großzügig entblößten Haut- bzw. Trikotpartien (Dekolleté, Schultern, Beine bis zum Schenkel); wegen ihrer Frisuren, Accessoires (prächtiger Schmuck, Kopfputz, Handschuhe etc.); wegen der professionellen Posen, Stellungen, Bewegungen, Gesten, Mimik, ihrer Augensprache; und wegen der (Skandal-)Geschichten, die über nicht wenige der berühmt-berüchtigten Damen von Welt und Halbwelt in Umlauf waren. Diese glamourösen Damen waren die Stars von damals.

⁶ Roeren 1910, S. 17, § 184 a, Antrag Graf Bernstorff und Genossen in der dritten Lesung der Lex Heinze 1910.

⁷ Roeren 1910, S. 19, konstante Auslegung des Strafgesetzbuches § 184 durch das Reichsgericht.

⁸ Siehe die Kapitel I.6.2 bis I.6.4.

⁹ Faulstich 1994, S. 10.

¹⁰ Mitte des 19. Jahrhunderts waren, wie schon Jahrhunderte früher, weibliche "Schönheiten-Galerien" geläufig, wie z.B. die von Karl Stieler für König Ludwig I. von Bayern gemalte Reihe von reizvollen Mädchen und Damen dieser Zeit. Oder auch Carl Rahls Sammlung von schönen Wienerinnen (Schabkunstblätter) in "Faust. Polygraphisch-illustrierte Zeitschrift", ca. 1853.

¹¹ Fotoerotikkarten und mehr noch Pornokarten waren vor 40 Jahren praktisch nicht im offenen Verkauf zu finden.

¹² Über die Bilderflut der Schönheiten vgl. Holt 1971, S. 110 ff.

Doch auch die anonymen Modelle auf Postkarten wurden massenhaft verkauft und verschickt:¹³ Sie wurden bewundert als hübsche Mädchen, die erfolgreich beim Fotografen posierten, vielleicht auch ihrer Schauspielkünste wegen, z.B. als Damen der Gesellschaft in gepflegtem Ambiente oder in 'gewagten' Rollenspielen in inszenierten Kleinszenen. Sie regten die Fantasie an, lösten Gefühle aus bzw. drückten die Gefühle der Absender und Adressaten aus, besonders wenn kleine Verse oder vielsagende Titel beigegeben waren. Immer wieder nehmen die kurzen Mitteilungen der Kartenschreiber darauf Bezug. Auch konnten diese Modelle vorbildhaft für Kleidungsstil und Frisur sowie "behavior" sein. Besonders die anonymen "Frauensönheiten"-Fotokarten wurden häufig von und an Mädchen und Frauen geschickt, wie zahlreiche Adressen und Texte auf der Rückseite der Karten belegen. Mit diesen deutlich, jedoch nicht allzuweit von ihrem Alltag entfernten "Schönen", die sich über die ca. 30 Jahre des Untersuchungszeitraums kontinuierlich modernisierten und immer mehr Spielraum für Träume und mehr oder weniger sanfte Erotik ließen, konnten sich Mädchen und Frauen identifizieren. Und die männlichen Kartenschreiber konnten der Umworbenen oder Geliebten ihre Wünsche, Vorstellungen und ihr Verlangen durch Bild und Text der beziehungsreichen Postkarten ohne viel eigene Worte vermitteln. Kartenbotschaften zwischen Liebespaaren wurden des öfteren in Geheimschrift oder Stenografie abgefasst, um den Inhalt neugierigen Augen zu entziehen;¹⁴ selbst unter abgelösten Briefmarken der hier bearbeiteten Postkarten kommen zuweilen Liebesschwüre zum Vorschein.



Briefmarken-Sprache.
 Verso: Verlag Carl Döge,
 Dresden, Helgolandstr. 19.
 Gelaufen 1929.

¹³ In einer Berliner Bromsilber-Druckanstalt wurden 1908 "ca. 8000 Stück Karten von der Staatsanwaltschaft beschlagnahmt, die nur für den Export nach Russland bestimmt waren und Damen im Trikot zeigten. Auf Reklamation wurde dem Fabrikanten der Bescheid, dass die Karten als „unzüchtig“ zu bezeichnen seien.“ Fritz Hansen: Unzüchtige Postkarten. In: Ansichtskarten-Börse. Fach-Organ für das Ansichtskarten-Gewerbe. Beilage zum Centralblatt für Papierverarbeitungs-Industrie. Nr. 88, 1908, S. 357f.

¹⁴ Beispiele bei Bénard / Guignard 2010, S. 69-73, darunter Spiegelschrift, Bilderrätsel (Rebus), Spiralförmigkeit und Überschreibung der horizontalen mit vertikalen Zeilen.

Einer geheimen Verständigung diene auch die sog. "Briefmarkensprache" seit spätestens 1888, bei der durch die Art, wo auf der Seite und wie die Briefmarke aufgeklebt wurde (aufrecht, quer, nach rechts / links gekippt, auf dem Kopf stehend usw.), gesagt werden konnte: "Ich liebe Dich!", "Liebst Du mich?" "Ein Kuss!", "Ja!", "Deine Liebe macht mich glücklich", aber auch "Du bist unausstehlich!", "Belästige mich nicht mehr!" usf.¹⁵

Das große Sammelsurium der "Frauens Schönheiten" umfasst - neben der herausragenden Gruppe der glamourösen Körperartistinnen aus dem Unterhaltungssektor vor und nach der Jahrhundertwende, über die einiges publiziert ist - zahlreiche Kleingruppierungen der anonymen Modelle, von denen einige hier exemplarisch vorgestellt werden: z.B. kleine und junge Mädchen; die schöne Frau um 1900;¹⁶ die Frau am Wasser; ländliche Schönheiten; Hosenrolle; Bühnenkünstlerinnen (Variété-Tänzerinnen / Kurtisanen).

Die Schönheit der Modelle und ihre - zum größten Teil inszenierte - verdeckte oder offene Erotik zielte natürlich auf den damaligen Geschmack und Markt. Heute sind auf den Fotokarten diese weiblichen Qualitäten oft schwierig zu entdecken und werden natürlich individuell sehr unterschiedlich entschlüsselt. Dies Postkartensegment (mit Bild und Text) wurde bisher in der Literatur zur erotischen Postkarte wenig berücksichtigt¹⁷ bzw. wurde in der Reprint-Vermarktung dem Kitsch zugeordnet. Anders als die zahlreich reprinteden pornografischen Darstellungen sind diese in ihrer Zeit frei versendbaren Soft-Erotika unspektakulär und daher, außer Spezi alsammlern, ziemlich unbekannt.

II.2.2 Schöne Frauen

(Abbildungen s. Kap. III.1.1)

Da Schönheit ein relativer Begriff ist, abhängig von Zeit, Lebensraum, gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Verortung, Erziehung, Bildung, zeitgenössischer Wertung und Werbung etc. und die hieraus resultierende individuelle ästhetisch-erotische Prägung darüber entscheidet, welche Person als schön empfunden wird, ist natürlich auch die kleine Auswahl hier gezeigter Postkarten-"Schönheiten" (einige Karten sind so betitelt) vom heutigen Standpunkt aus getroffen und subjektiv. Die Auswahl zielt darauf, den Wandel des Frauenbildes und -typs in der Zeit großer politischer, wirtschaftlicher und sozialer Umbrüche zwischen 1900 und 1930 exemplarisch zu illustrieren. Herausgearbeitet werden Spuren erotischer Signale, welche bei dieser Postkarten-Massenware als Kaufanreize eingesetzt wurden.

Die Karten sind deutsche und französische Verlagsprodukte. Es ist davon auszugehen, dass diese Frauen ihrer zeittypischen Attraktivität wegen - sei es für Porträts, Dreiviertel- oder Ganzfiguren - ausgesucht wurden für den Verkauf ihrer Fotos auf Postkarten.¹⁸ Sie werden nicht als allegorische, mythologische, literarische, poetische etc. Figuren gezeigt, gekennzeichnet oder erläutert durch Attribute, Kostüme, Titel oder Verse, noch agieren sie in

¹⁵ Schiller's Jahrbuch für Postkarten-Sammler, S. 58f. Zur Verständigung zwischen Postkartensammlern gab es einen vergleichbaren Code. Vgl. den Artikel "Briefmarkensprache" in der Wikipedia. Wie verbreitet die "Briefmarkensprache" war und welche Variationen sie aufwies, ob sie durch ein postalisch vorgegebenes Briefmarkenfeld eingeschränkt wurde, ob sie sich im Untersuchungszeitraum wandelte usw., muss offen bleiben.

¹⁶ Dabei auch: der direkte Augen-Blick, siehe s. Kap.III.1.2.

¹⁷ Ausnahme: Nørgaard 1972.

¹⁸ Es kam allerdings auch vor, dass "geschäftstüchtige Fotografen" auf die Idee kamen, "Negative besonders gelungener Atelieraufnahmen an entsprechende Anstalten abzugeben, die diese dann auf Ansichtskarten reproduziert auf den Markt brachten. Die abgebildeten Personen konnten dadurch in peinliche Situationen geraten. So erging es u.a. einem Berliner Leutnant und seiner weiblichen Begleiterin, die sich bei einem Radausflug zur privaten Erinnerung fotografieren ließen und dann erleben mussten, dass ein Berliner Warenhaus diese Aufnahme in einer Auflage von 10 000 Stück verkaufte. In einem anderen Fall entdeckte ein Pressburger Fabrikant bei einem Wienaufenthalt, dass hier unter der Bezeichnung 'Schönheitsgalerie' Ansichtskarten mit einer Aufnahme seiner Frau verkauft wurden." Walter 1995, S. 65.

einer kleinen Genreszene. Vielmehr stehen sie für Frauentypen, die möglichst viele Postkartenkäufer interessieren sollten.

Die Frauen sind anonym und stellen sich selbst dar, inszeniert durch einen Fotografen. Nur wenige von ihnen sind frontal aufgenommen, einige wenden sich dem Betrachter zu; viele lächeln, manche sind ernst und eigenwillig - repräsentieren letztere den modernen Frauentyp nach 1900? Alle heften ihren Blick nicht direkt auf den Betrachter und suchen nicht - in Verbindung mit einem Lächeln - Kontakt zu diesem herzustellen. Die 'reifen', üppigen Frauen der Gründerzeit sind auf Fotopostkarten nach 1900 kaum vertreten, eher auf den gezeichneten Postkarten oder satirischen bzw. künstlerischen Zeitschriften wie "Simplicissimus"¹⁹ und "Jugend,"²⁰ wo diese großen, starken Frauen, geschnürt und gepanzert im Korsett, oft kleinen Männern beigegeben sind, die sie dominieren. Diese Frauen sind selbstbewusst oder auch imposant wie die Heroinnen der Wagner-Opern. Dagegen wird die schlanke Dame von Welt als traumhaftes Luxusgeschöpf gezeigt.

Das Spektrum der jungen Mädchen und Frauen mit erotischem Flair nach der Jahrhundertwende bis zum Ersten Weltkrieg ist vielfältig und unüberschaubar.²¹ Auffallend ist manchmal ihre Ernsthaftigkeit, Natürlichkeit und individuelle Note - trotz des "Typenfoto"-Charakters dieses bunt gemischten schönen und auch erotischen Frauenaufgebots, das im Untersuchungszeitraum sicher in die Hunderttausend gehen dürfte.²²

Die auf den Karten immer jungen, bemerkenswert schönen und dekorativen Fotomodelle der 1920er Jahre gehören nicht nur einer neuen Generation an, sondern sie spiegeln auch die Professionalisierung des fotografischen Gewerbes in Großateliers, in denen nun mit Berufsmodellen gearbeitet wurde. Sicherlich spielt die Orientierung an der sich stets perfektionierenden Filmindustrie dabei eine entscheidende Rolle.

Obwohl die Schönen fast alle lächeln und nackte Haut zeigen, wirken sie kühl, ja künstlich - mit Ausnahme der Vertreterin der "Plus belles Femmes de France." Das makellose Makeup und die gestylten Frisuren und Hüte lassen keine Nähe zu. Diese jungen Frauen sind so stark stilisiert, dass sie zur distanzierten Bewunderung aufrufen.

Was um 1900 nur bei der Abendtoilette (Theater, Bälle) Usus und 'bon ton' war: das Herausstellen erotischer Reize durch tiefes Dekolleté (betont z.B. durch die dunkle Pelz-'Rahmung' der Brüste), nackte Schultern, Arme und Hals diente dem Blickfang wie auch die auffälligen Hutkreationen, Frisuren, sonstiger Kopfputz oder Pelzkapuze bzw. die dekorative Kleiderschleppe.

Bis auf wenige Ausnahmen als Verlagspostkarten-Massenware ist dennoch die fotografische Qualität der Karten erstaunlich, sowohl der schwarz-weiß-, sepia- und blautonigen wie der sorgfältig hand- bzw. schablonenkolorierten buntfarbigen Karten. Auffallend an den schönen

¹⁹ Im "Simplicissimus" z.B. Karikaturen von E. Thöny, Th. Th. Heine, A. Münzer u.a. So dargestellt werden insbesondere alt- und neureiche Damen, aber auch (Kunst)Studentinnen, Frauenrechtlerinnen und eine Kurtisane. Siehe: Simplicissimus 1977, Katalognummern 89, 146, 254, 334, 340, 443, 504, 510 u.a.m.

²⁰ Unter den 3 000 Kunstblättern der Münchner "Jugend" 1896-1909 findet sich dieser Frauentypus unter den Nummern 46, 264, 733, 1026, 1757, 1771, 1831, 1851 u.a.m. Er bezeichnet Frauen des "alten Stils" gegenüber den schlanken, eleganten Frauen des Jugendstils. Hirth 1909.

²¹ So stellte z.B. auf der Leipziger Frühjahrsmesse 1908 die Berliner Rotophot AG eine "hundert Serien umfassende Frühjahrs-Kollektion Bromsilberkarten [...] reizender Motive, herrliche Frauenköpfe und -Figuren [!] und dergleichen mehr" aus. Centralblatt, 7. Jg., 1908.

²² Schöne, typische Jugendstilgestalten als Porträtardstellungen findet man bei den Fotokarten für den allgemeinen Vertrieb nicht oft. Hingegen gibt es Jugendstil Schönheiten auf Postkarten, die in künstlerischen Drucktechniken (z.B. Kupfertiefdruck) hergestellt wurden sowie Reproduktionen nach gezeichneten und gemalten Vorlagen auf Mode-, Werbe- oder Kunstpostkarten z.B. der "Jugend", des "Simplicissimus", der "Wiener Werkstätten" u.a.m. Auch zeigen die Postkarten der "Kilometerfotografie" keine schönen, emanzipierten Damen im Reformkleid etc. Auf Fotopostkarten gibt es aber attraktive Sportlerinnen (mit Fahrrad) oder Berufsporträts von Künstlerinnen aller Art etc., die aber hier wie andere Untergruppen von Postkarten nicht behandelt werden.

Frauen mit erotischem Touch auf Fotokarten ist die häufig starke Nahsichtigkeit der Porträts sowie - zur Betonung der erotischen nackten Hals-Schultern-Busen-Zone - die Bevorzugung des Schulter- statt eines Halbporträts. Auch schneidet manchmal der untere Rand des Fotos die Figur der Frau so geschickt an, dass ein völlig nackter Körper bzw. ein sehr tiefes Dekolleté suggeriert wird. Vive la fantasia!

II.3 Ethnographische Karten und Orientalmalerei

II.3.1 Erotika maskiert als Ethnographika

(Abbildungen s. Kap. III.2.1)

Einen Sonderbereich der erotischen Postkarten bilden die ethnografischen Karten mit "Szenen und Typen," von denen einige Beispiele aus dem arabischen Raum (Ägypten, Libyen, Tunesien, Algerien, Marokko) herangezogen werden.

Belmenouar / Combier²³ bezeichnen die weiblichen Typenkarten der "cartes postales coloniales" als "Balladen" zur Zeit der Eroberung von fernen Ländern durch Männer, entstanden aus deren exotisch-erotischen Träumen von dunkelhäutigen Frauen bzw. deren Körpern. Diese sind keine Individuen, haben zumeist keine Namen, sondern sind nur geografisch oder ethnografisch bezeichnete "Typen", die häufig - "orientalisch" gewandet und reich geschmückt - ihre nackten Brüste zeigen.²⁴ Die Mädchen werden, meist als Brustbilder im doppelten Sinn oder in Ganzfigur als Akt, auf den Serienkarten präsentiert als appetitliche Ware, wie sie ähnlich die beliebten "Sklavenmärkte" der Salonkunst vom Ende des 19. bis ins 20. Jahrhundert feilboten.²⁵

Die Karten der erotischen arabischen "Schönheiten"²⁶ zeigen Modelle, die vom Fotografen bewusst veranlasst wurden, sich für die Aufnahmen zu entblößen - entgegen ihrer heimischen Konvention, d.h. entgegen dem in ihrer heimatlichen Umwelt erlaubten und getragenen Habit.

Die Frauen tragen zwar meist die typische Kleidung ihres Landes, sie wurde jedoch zum malerischen, die erotischen Reize des Modells unterstreichenden Kostüm umfunktioniert. Zu der - nach europäischen Vorstellungen vom Orient - erotischen Entblößung kamen oft weitere "Orientalisierungen" des Modells: eine passive, träumerisch-melancholische Pose und Haltung sowie Schmuck. Erstaunlicher Weise gibt es auch Postkarten von rauchenden, lässigen Prostituierten - natürlich nicht als solche bezeichnet - mit direktem, aufforderndem Blick auf den Betrachter.²⁷ Überspitzt könnte man sagen: Sie wurden für den europäischen Markt inszeniert als erotische Dekorations- und Projektionsobjekte im orientalischen Stil, der damals en vogue war.²⁸ Die morgenländischen Frauen weckten Assoziationen vom Harem, von verführerischen Sklavinnen, vielen verfügbaren Frauen aller Hautfarben und wilden abwechslungsreichen Nächten. Die Postkarten ermöglichten einen lüsternen Blick auf entkleidete Frauen wie Männer fremder, exotischer Kulturen.

²³ Belmenouar / Combier 2007, S. 11. - Das Buch über "Images de la femme" der französischen Kolonien behandelt das Thema historisch-kritisch und von einem feministischen Standpunkt aus; es bietet exzellentes Bildmaterial zu Serien wie "Scènes et Types" bzw. "Types d'Orient" (Lehnert & Landrock), "Collections Artistiques de l'Afrique" (J. Gaiser, Phot. Alger), "Types Indigène", "Collection Idéal", "Afrique de Nord" (Edit. Kricorian Casablanca) u.a.m.

²⁴ Zur "Mauresque" mit den nackten Brüsten vgl. ebd., S. 17-19.

²⁵ Auf den Kontext des Orientalismus, der von westlichen Projektionen auf die arabische Kultur ausgeht, wird hier nicht eingegangen.

²⁶ Vgl. Steiger / Taureg 1985, Abb. S. 126. - Der Beitrag ist informativ, manche Aussagen zur ethnografischen Fotoillustration und zu wissenschaftlichen Fotodokumentationen lassen sich auf die ethnografische Postkarte übertragen.

²⁷ Über den Zwang zur Prostitution in ihren Heimatländern und Frankreich vgl. wieder Belmenouar / Combier 2007, S. 22 ff. und S. 38 mit Abb. S. 39.

²⁸ Ende des 19. Jahrhunderts wurde durch die Weltausstellungen mit ihren "Völkerschauen" sowie Werken der Kunst und Literatur das Interesse am Orient nachhaltig gefördert.

Im Unterschied zu den meist authentischen ethnografischen Expeditionsfotos vor Ort, wurden die Aufnahmen von Personenporträts und Szenen für Postkarten häufig nicht in den entsprechenden Ländern, sondern in Ateliers von Großstädten wie Paris, Wien und Budapest - manchmal mit fingierten Verlagsorten - angefertigt, wo zum Teil Fotografen "Teilstücke der Tracht" diverser Länder in ihrem Fundus hatten. Auch die Atelier-Hintergründe und -Requisiten verraten häufig die europäische Herkunft. Diese Fotos informieren eher über die "Wunschbilder und Körperphantasien" der Fotografen und ihrer Auftraggeber als über die jeweilige fremde Kultur und ihre Menschen. Sie müssen deshalb zur "imaginären Ethnographie" gezählt werden, obwohl zahlreiche völkerkundliche Museen dergleichen Serien in ihrem Bestand haben.²⁹

Zu den Produzenten von ethnografischen Postkartenserien zählte z.B. die Exportfirma Lehnert & Landrock, Kairo und Tunis, "deren Inhaber sich auf die Herstellung von Fotos, ganzen Serien oder Fotoalben spezialisiert hatten," die sich gut an Touristen verkaufen ließen, darunter "folkloristische Genreszenen, die vorgaben, über das Aussehen und die Lebensweise der Menschen in dem betreffenden Land zu informieren."³⁰

Die auch schon vor 1900 hergestellten erotischen Orient-Postkarten sind meist Fototypen, die oft koloriert wurden, häufig in kräftigen Farben, die diesen fremdländischen Darstellungen wohl als adäquat empfunden wurden. Die einige Jahre späteren Fotopostkarten mit ihren starken Schwarz-Weiß-Kontrasten zeigen meist brillante Schärfe und verzichten auf Kolorierung. Der Verlag Lehnert & Landrock stellte auch Porträts in den beliebten Sepiatönen (Rembrandt-Manier) her. Die dunkelhäutigen Modelle wurden manchmal im Atelier vor gemalten orientalisierenden Hintergründen oder Kulissen fotografiert, häufig jedoch vor neutraler Leinwand oder Mauer abgelichtet, die manchmal nachträglich farbige Gestaltung erhielt. Selten wurden Modelle in orientalisches Ambiente einmontiert.

II.3.2 Die Orientmalerei als Synonym für erotische Malerei

(Abbildungen s. Kap. III.2.2)

Der gesamte islamische Orient mit den biblischen Stätten ("Wiege des abendländischen Christentums") war Künstlern bis ins 19. Jahrhundert weitgehend unbekannt. Nur durch Handelsbeziehungen und diplomatische Verbindungen gelangten mit den Waren auch Kunstwerke und Kenntnisse über die Kulturen dieser Länder nach Europa.³¹ Zwar gab es seit der Renaissance "orientalische" Einflüsse auf die westliche Bilderwelt; bei der Ausstattung biblischer Historien Gemälde kam es zur Verschmelzung der biblischen Stoffe mit orientalisierender Architektur, Verzierung, Kostümen, Accessoires etc.³² In der Aufklärung wuchs das Interesse an Kultur, Literatur und Sprache des Vorderen Orients, dem die Entdeckung der Mode folgte. Dies fand Ausdruck in den sog. "Turquerien": Besonders Damen ließen sich gerne in orientalischen Gewändern porträtieren. Erfolgreich waren im 18. Jahrhundert jedoch die Genreszenen von "schmachtenden Sultaninnen in türkischer Maskerade" oder Motive mit Odaliskinnen.³³

Der gescheiterte Napoleonische Eroberungsfeldzug in Ägypten (1798-1801), der infolge der wissenschaftlichen Vermessungen, Beschreibungen und Zeichnungen der Bauten, Kunstwerke etc. und der landschaftlichen Gegebenheiten vor Ort durch eine die Armee

²⁹ Steiger / Taureg 1985, S. 120.

³⁰ Ebd. Siehe auch Anm. 47 in diesem Beitrag.

³¹ Eine einflussreiche literarische Quelle waren z.B. die Briefe der Lady Montagu (geschrieben 1716-18, veröffentlicht 1761), deren Mann als Gesandter mit ihr in Konstantinopel war. Zu den sozialen, politischen und religiösen Aspekten des Orientalismus siehe: Diederer / Depelchin (2011), S. 7 ff.

³² Lemaire 2000, S. 33 ff. Das Buch bietet zu allen Kapiteln zahlreiche Abbildungen.

³³ Lemaire 2000, S. 58 und 48 ff. Siehe z.B. die "Brünette Odaliske" 1745 und die "Blonde Odaliske" von François Boucher oder die "Sultanin mit der Perle", ca. 1775, von Jean-Honoré Fragonard u.v.m.

begleitende Gruppe von Wissenschaftlern und Künstlern - beziehungsweise durch die Verbreitung von deren Ergebnissen in umfänglichen Tafelwerken etc. - die Kenntnisse über das damals unter osmanischer Herrschaft stehende Reich verbreitete, führte in Frankreich und angrenzenden Staaten zur "Ägyptomania" und erweiterte sich im Laufe des 19. Jahrhunderts zur Orientbegeisterung.³⁴ Diese wurde durch Werke von Schriftstellern und Künstlern, seit den 1870er Jahren auch von Fotografen und gegen Ende des Jahrhunderts besonders durch die Bildpostkarten geschürt und popularisiert. Die Verklärung des Orients geschah sukzessive, auch zur Steigerung der Nachfrage nach Werken mit morgenländischen Themen und Motiven. Die Orientalmalerei war - dem Geschmack einer bourgeoisen Kundschaft folgend - zum Synonym für erotische Malerei geworden.³⁵

Der durch die Künstler des 19. Jahrhunderts geschilderte Orient war häufig ein erfundener, nicht ein ihnen durch Reisen bekannter Kulturraum.³⁶ Und die Darstellungen von Karawanen in weiten Wüstengebieten oder malerischen Bazaren in engen dunklen Gassen bzw. Sklavenmärkten auf kleinen Plätzen etc. entsprangen oft der Fantasie der - häufig aus Geldmangel - zuhause gebliebenen Orientalmaler bzw. wurden von ihnen übernommen aus Bildern und Grafiken der dahin gereisten und einige Zeit dort lebenden Maler wie Eugène Delacroix (Marokko und Algerien), Charles Gleyre (Ägypten) oder Alexandre Gabriele Decamps (Konstantinopel und Kleinasien) u.a.m.³⁷

Die größte Faszination der islamischen Welt übte auf die Künstler jedoch das intime Leben der Frauen im Inneren der Paläste und Häuser, in Höfen, Bädern und natürlich besonders im Harem aus.³⁸ Viele der Maler erotischer Orientszenen träumten sich - wie die Käufer der Bilder und sogar die Betrachter der Postkarten mit Orientmotiven - in eine Welt aus "Tausendundeiner Nacht", belebt mit exotischen, sinnlichen, sehnsüchtig auf die Wahl ihres Gebieters wartenden Sklavinnen, sei es auf dem Sklavenmarkt oder im Harem. Immer wieder leuchtet - häufig durch die Komposition hervorgehoben - unter den dunklen auch ein nackter weißer Körper auf. Im Bad, den Ruheräumen und Frauengemächern sieht man Frauen beim süßen Nichtstun, sich salbend oder schmückend, lasziv ruhend und rauchend, tanzend und musizierend. Und diese Vielfalt erotischer weiblicher "Schaustücke" stand dem Sultan, dem Mann zu Diensten - exklusiv. Der erfundene Orient: ein Spielraum für Männerfantasien.

Die Flut "orientalischer" Darstellungen überschwemmte als modische und begehrte Kunst-Ware Europa und Amerika in den letzten Jahrzehnten des 19. bis weit ins 20. Jahrhundert. Spezialisierte und routinierte Orientalmaler aus vielen Ländern, wie Adrien Henri Tanoux, Giulio Rosati, Francisco Masriera y Manovens, Georges-Antoine Rochegrosse und Hunderte andere Künstler³⁹ schufen Gemälde, die der Salonmalerei zugehören. Manche der französischen Werke wurden - wie Fotopostkarten belegen - in der jährlich stattfindenden Pariser Salon-Ausstellung gezeigt; die kleinformatigen schwarz-weißen Karten sind jedoch völlig ungeeignet, die farbenprächtigen, manchmal vielfigurigen Kompositionen wiederzugeben.

In oft brillanter Technik zeigen die Bilder - meist detailgenau - angehäuften Sammlungen originaler orientalischer Teppiche, Divane, Geräte etc. in orientalisierender Architektur. Das tägliche Leben und der Kulturraum hauptsächlich der Frauen des Orients sind in diesem

³⁴ Siehe Diederer / Depelchin (2011), S. 55 ff. und Lemaire 2000, S. 86 ff.

³⁵ Lemaire 2000, S. 20 ff.

³⁶ Selbst Jean-Auguste-Dominique Ingres schuf seine berühmten Haremsbilder und Odaliskinnen ohne je im Orient gewesen zu sein. Vgl. Lemaire 2000, S. 198 ff.

³⁷ Dazu Lemaire 2000, S. 204 ff. und Diederer / Depelchin (2011), S. 73 ff. und 89 ff.

³⁸ Dies gilt besonders für Frankreich, wo durch die Kolonisation Algeriens seit 1830 und später durch die französischen Interventionen in Tunesien (1881) und Marokko (1902) das Interesse an diesen Ländern besonders lebhaft war. Vgl. Diederer / Depelchin (2011), S. 17f. und 21. Auch dürfte der Bau des Suezkanals (1859-69), das wichtigste Wirtschaftsprojekt des 19. Jahrhunderts im Nahen Osten, den Orientalismus befördert haben.

³⁹ Farbiger am besten im Netz zu sehen bei Pascha (2012).

"stimmigen Ambiente" jedoch (gezielt?) falsch geschildert und Betrachter-orientiert erotisch aufgeladen. Denn erotische Bilder waren gut verkäufliche Bilder, auch wenn sie um 1900 nur noch Klischees boten.⁴⁰ Beliebt waren Genreszenen mit wenigen Figuren (junge Frauen mit Sklavinnen, selten im Hintergrund Eunuch oder Haremswärter) oder einzelne Odaliskinnen, die sich auf üppigen Kissen, Polstern, Teppichen, Fellen in luxuriös ausgestatteten intimen Räumen nackt und sinnlich räkeln oder elegisch sitzen, passiv und traumverloren. Raffinierte Licht- und Schattenpartien lassen Farben intensiv aufglühen vor geheimnisvollem Dunkel. Die großen, pompösen orientalisierenden Gemälde zeigen z.B. Bäder-Szenen oder Sklavenmärkte in gefälligen Inszenierungen mit zahlreichen nackten Haremsdamen aus vielerlei Rassen, die sich ausgesprochen erotisch in allen nur möglichen Körperstellungen rundum darbieten.

Wie beliebt Orientmotive auch noch um 1900 bis ca. 1925 waren, belegt ein privater Halblederband, betitelt: "Aus Jugend, Freundschaft und frohen Wandertagen." Eingeklebt sind - häufig unter Verlust der Künstlernamen und Titel - Postkarten mit erotischen "orientalischen" Szenen, in Farbabbildungen nach Gemäldereproduktionen. Eine Auswahl umfasst die Motivbereiche Sklavenmarkt, im Harem, Ankleidung einer jungen weißen Sklavin durch dunkelhäutige Dienerinnen, im Bad, Schlangentänzerin sowie einzelne Frauenakte und -darstellungen in orientalisierendem Ambiente.⁴¹

II.4 Männer?

II.4.1 Die fehlenden Männer

(Abbildungen s. Kap. III.3.1)

Das Profil meiner Sammlung zur Geschichte der Frau aus den 1970er Jahren sah Männer nicht vor; es sei denn als Partner oder Antipoden der Frau. Seit der Vorbereitung zum Symposiumsvortrag suchte ich diese Lücke im Bereich der erotischen Postkarte zu füllen - erfolglos. Männliche Schönheit und/oder Erotik spielten zwischen 1890 und dem Ersten Weltkrieg anscheinend keine Rolle.⁴² Dies änderte sich grundlegend in den 1920er Jahren mit den Filmstars und anderen öffentlichen Darstellern.

Auch gibt es diesbezüglich keine Handels- oder Werbetitel, und in der Literatur zur erotischen Postkarte um 1900 fehlen in der Frauenflut Abbildungen einzelner Männer und Knaben fast gänzlich.⁴³ Oder ließen (und lassen sich, in Reprints) die schönen Männer von damals, die von Künstlern und Amateuren in großer Anzahl abgelichtet wurden,⁴⁴ wegen ästhetischer Vorbehalte nicht gewinnbringend vermarkten, Witzkarten ausgenommen? Die Postkarten postulieren: Erotik ist weiblich.⁴⁵

⁴⁰ Vgl. Lemaire 2000, S. 270, der Jean-Léon Gérômes Gemälde "Feuchte Dämpfe" und "Frauenbad" (1889) sowie dessen Nachfolger (z.B. die "Orientalisten" Eugène Giraud, P. L. Bouchard, Fr. Ballezio, A.-M. Simonetti, G. Aurulli) anführt.

⁴¹ Wir danken H.B. für die Bereitstellung des Albums aus den 1920er Jahren. Dieses ist Bd. 1, "Weib", von drei gleich gebundenen Exemplaren zu den Themenkreisen "Weib", "Wein" und "Gesang". Abb. in Teil III.2.2.

⁴² Ouellette / Jones 1977, S. 114, und Nørgaard 1972, S. 14, vermerken, dass das Männer-Material äußerst rar ist. [„Symposiumsvortrag“: Den Stand des Projektes „Erotik in der Bildpostkarte“ von Jutta Assel und Georg Jäger trug Letzterer am 24.6.2011 im Kolloquium der Studiengänge Buchwissenschaft über den „Erotisch-pornographischen Buchmarkt vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart“ an der Ludwig-Maximilians-Universität in München vor.]

⁴³ Ouellette / Jones 1977, S. 112/13 (boys) und 114/15 (starke Männer) bzw. Nørgaard 1972, S. 15 (Athlet).

⁴⁴ Vgl. z.B. Pohlmann 1995, S. 188-193, 198.

⁴⁵ Natürlich nur für die Heterosexuellen. Das spezielle Angebot für die homosexuellen Interessenten bleibt hier unberücksichtigt.

Die vor und nach 1900 ihrer Körper wegen abgebildeten "starken Männer" (strongmen)⁴⁶ - eine kleine Gruppe nur - sind Athleten, Ringer, Turner, Zirkusartisten, Pantomimen und Tänzer, die im Varieté, auf den Jahrmärkten und auf Tourneen auch in "besseren" Häusern auftraten. Meist präsentieren sie stolz und selbstbewusst, ihre trainierten, muskulösen, oft schweren Körper, welche Kraft und Männlichkeit vorführen und zu ihrer Zeit in den meist sehr engen Sporttrikots oder auch nackt mit Feigenblatt erotisch wirkten, versuchte doch sogar die berühmte Pariser Varieté-Tänzerin "La belle Otéro" einen von ihnen zu erobern - vergeblich.

Unter den "Ethno-" und den sog. "Typen"-Karten sind in den Serien (aus Italien, Marokko, Tunesien, Syrien, Ägypten o.a.)⁴⁷ auch Karten vertreten, welche der reizvollen, malerischen, exotischen und erotischen Knaben- und Jünglingsgestalten wegen in großen Mengen vor Ort (als Reiseandenken) sowie von und in ihren Herstellungsländern Frankreich, Deutschland etc. vertrieben wurden. Über die speziell für homophile / homosexuelle Interessentenkreise hergestellten erotischen / pornografischen Karten⁴⁸ wie über das Segment der Freikörperkultur-Darstellungen kann mangels Material und Kenntnissen nichts gesagt werden. Eine ganz kleine Gruppe von erotischen Karten gilt dem sog. Charmeur und dem Dandy, die jedoch häufiger gezeichnet als fotografiert wurden.

Fotokarten von schönen Sängern, Schauspielern etc. sowie einzelnen Royals, Adligen und Militärs konnten individuell unter diesem erotischen Aspekt betrachtet und gesammelt werden,⁴⁹ man denke nur an die einzige Zeit nach seinem Tod veröffentlichten Jugendfotos König Ludwigs II. Doch handelt es sich hierbei um Repräsentations- und Rollenportrait-Karten.

Das Äquivalent zu den "weiblichen Schönheiten" bilden die Serienpostkarten der "Berühmten Männer" aus Kultur, Wissenschaft und Politik, die auf Grund ihrer Werke, Leistungen, Taten und Positionen "verewigt" und in großer Zahl vermarktet wurden.⁵⁰ Boten die zeitgenössischen "Frauens Schönheiten" Augenreiz, so konnten die "Berühmten Männer" mit Ehrfurcht, Stolz, Bewunderung und als Ansporn für eigene Leistungen betrachtet werden.

⁴⁶ Beispielsweise wie Eugene Sandow (1867-1925), der bei seinen Darbietungen seinen Lebensgefährten, einen Pianisten, samt dem Piano in die Höhe stemmte zur Demonstration seiner Kraft. Oder Georg Hackenschmidt (1878-1968), ein estnischer Ringer und Gewichtheber, Weltmeister der Berufsringer im griechisch-römischen Stil 1901 und im freien Stil (Catch-as-catch-can) von 1905 bis 1908. Ouellette / Jones 1977, S. 115 Abb. 3 u. 5. Artikel über Georg Hackenschmidt und Eugene Sandow in der deutschen Wikipedia. Eine Sammlung von Postkarten Hackenschmidts auf der Seite: Amateur Wrestling Collectibles Gallery. Postcards George Hackenschmidt, URL: <http://www.wrestlingsbest.com/collectibles/wreststuffpostcards007.html>. Wikimedia Commons bietet Fotos von Eugene Sandow, URL: http://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Eugen_Sandow?uselang=de

⁴⁷ Ein Verlag wie Lehnert & Landrock hatte Firmensitze in Tunis, Kairo etc. Siehe Anm. 30.

⁴⁸ Wilhelm von Gloeden handelte von seinem Atelier in Taormina aus nicht nur mit seinen Fotos, sondern beteiligte sich auch an dem aufblühenden Postkartengeschäft; "nach 1905 übernahm die Berliner Firma 'Adolph Engel Vereinigte Photolithographische und Papierwaren-Industrie' den Postkartendruck und Vertrieb von Landschaften, sizilianischen Kostümszenen, Bildnissen und Aktdarstellungen." Pohlmann 1987, S. 30.

⁴⁹ Fotopostkarten der oben aufgeführten schönen Männer enthielt in großer Anzahl eine heute verschollene Privatsammlung (gesichtet 1975), welche auf einer alten Sammlung mit erotischen Motiven zwischen ca. 1890 und 1910 fußte.

⁵⁰ Ein Vorläufer war z.B. das fotografische "Album der Zeitgenossen" von Franz Hanfstaengl, der prominente Personen seiner Zeit fotografierte und 1860 - wohl zur besseren Vermarktung der seit 1855 entstandenen Portraifotografien - das Album herausbrachte. (Gebhardt 1984, S. 122f.) Weitere ähnliche Unternehmen sind bekannt vom Münchner Fotografen Alois Löcherer oder dem Pariser Kunsthändler Adolphe Goupil ("Galerie Contemporaine").

II.5 Erotik auf Postkarten

II.5.1 Um 1900: In Reizwäsche und halbnackt.

Mit Notizen zur Entstehung fotografischer Szenen und Einzeldarstellungen

(Abbildungen s. Kap. III.4.1)

Die industriellen Postkarten mit Darstellungen von Frauen in Dessous und halb nackt sind die reizvollste Gruppe der Erotika in diesem Medium.⁵¹ Die gefragtesten erotischen Postkartenmotive waren wohl die Boudoir-Szenen,⁵² die den indiskreten Blick erlaubten auf sich entkleidende, im Bett liegende, auf in Wäsche oder fast nackt sich in ihrem privatesten Bereich bewegende oder ruhende Mädchen und Frauen. Karten mit diesen Sujets sprachen insbesondere Käufer aus bürgerlichen und proletarischen Kreisen an. Der für diese männlichen Betrachter ungewohnte Blick auf Frauen in luxuriöser Unter- oder Nachtwäsche⁵³ regte ihre Fantasie an und reizte ihre Sinne, besonders wenn die dargestellten Frauen sie durch ihre Haltung und ihren Blick zu animieren schienen. Halb nackt ist oft erotischer als ganz nackt: Auf diese - meist männlichen - Wünsche reagierte die Bilderindustrie nach der Jahrhundertwende, wobei mit einigen dieser Postkartenmotiven auch die Zensurhürde übersprungen werden konnte.⁵⁴

II.5.2 Sie zieht sich aus - liegt im Bett - posiert für ihn

(Abbildungen s. Kap. III.4.2)

Präsentiert werden Frauen in der Reizwäsche der Zeit und in allen Stadien der Entkleidung (meist mit Ausnahme der letzten Hemd-Hülle) sowie im Bett. Fast immer posieren hübsche junge Mädchen und Frauen, die in ihren neckischen, koketten oder pikanten Aufmachungen, den zum Teil reizvollen Posen und Szenen vom regieführenden Fotografen (welcher die Position des - männlichen - Betrachters einnahm) in ihre diversen Rollen eingewiesen wurden.⁵⁵ Die genrehaften Szenen spielten sich meist auf kleinstem Raum ab: Im Fotoatelier wurde eine "Boudoir"-Ecke aufgebaut mit Tapetenhintergrund (einschließlich gerahmter Bilder), Möbelversatzstücken (Bett, Kommode, Kleinmöbel), spitzenverzierten Vorhangdraperien, ebensolchen Tüchern und Bettwäsche, dazu eventuell einem Teppich. Diese Ausstattung wurde ergänzt durch einige Requisiten und Accessoires (Lampe, Pantoffeln, Blumen, Liebesbrief etc.) sowie Beleuchtungsquellen. Die Illusion eines privaten, "intimen" Raumes war durch dieses Ambiente geschaffen. Aufwändige, durch Spitzen etc. luxuriös wirkende "Kostüme" lagen in Form von Reizwäsche für die Modelle bereit, welche - modisch frisiert und geschminkt - mit dem Fotografen zusammen die erwünschten erotischen Positionen und Posen durchspielten.

Die Auskleide- und Bettszenen erzählen kleine Geschichten. Das Modell legt ein Kleidungsstück nach dem anderen ab, auch Teile der Reizwäsche; es nestelt am Mieder, ein Träger rutscht von der Schulter usw. Nach zaghaften abendlichen Waschroutinen⁵⁶ liegen die

⁵¹ Köhler / Barthe 1985, S. 21.

⁵² Dies wird nahegelegt durch die variantenreichen Massen dieser Motivgruppen, von der sich bis heute unendlich viele erhalten haben. Siehe z.B. Nørgaard 1972, S. 38f.

⁵³ Im Unterschied zu den Käufern der künstlerischen großformatigen erotischen Grafiken oder Fotografien im Handabzug etc. zu Preisen, die nur gehobene Schichten aufbringen konnten, war die billige Postkarte ein Produkt auch für die sog. unteren Schichten, deren Moralbegriffe und Geschmack in der repressiven Wilhelminischen Ära streng, eng, prüde und bieder war.

⁵⁴ Siehe Künstlerstudie No. 9. Gelaufen. Poststempel 1901. Adressseite ungeteilt, in: Kap. III.4.7.1, S.192 oben rechts.

⁵⁵ Im Unterschied zu Cléo de Mérode, die sich als erfolgreiche Varieté-Tänzerin jeglichen Vorschlag etc. eines Fotografen verbat und sich selbst auf ihren Fotoporträts inszenierte. Garval 2009, S. 1.

⁵⁶ Nørgaard 1972, S. 60f.

Mädchen in spitzenverbrämter Nachtwäsche im Bett und posieren als Schlafende oder Briefleserin und dergleichen.

Der Betrachter / Voyeur ist manchmal mit im Bild, zum Beispiel versteckt er sich hinter einem Paravent oder einer Tür und verfolgt neugierig-interessiert ihre "Entblätterung".⁵⁷

Der Käufer / Betrachter der Postkarten konnte an zahlreichen ähnlichen Szenen teilnehmen: Besuche beim Arzt, Schneider oder Maler, auch beim Ankleiden mit Hilfe einer Zofe oder Kolleginnen am Theater.

Anders als zu ihrer Entstehungszeit, als diese Entkleidungsszenen wohl wie Bildgeschichten mit Spannung verfolgt wurden,⁵⁸ bieten für heutige Augen die Modelle einen rührend-komischen Striptease, auch weil sie fast immer vor dem Fallen der letzten Hülle die Darbietung beenden. Doch blicken sie zum Teil kokett und auffordernd auf den Betrachter / Voyeur, den sie hierdurch in ihre Vorführung bewusst einbeziehen. Wie beliebt Fotofolgen von der Entkleidung bis ins Bett seinerzeit waren, belegen die zahlreichen verschiedenen Fotostrecken. Ein Kuriosum ist eine Serie mit dem Titel "Hochzeitsnacht:"⁵⁹ Der Bräutigam muss, endlich im Schlafzimmer angelangt, sich die Augen zubinden, während seine Angetraute sich entkleidet (wobei der Postkartenbetrachter alles beobachten kann!) - bis das Paar dann endlich gemeinsam im Bett liegt.

Sich in der Natur abspielende Entkleidungsszenen wurden ebenfalls im Atelier abgelichtet, so etwa die Fotosequenz einer in voller Ausgeh-Garderobe Äpfel pflückenden Dame mit Hut, die sich auf acht Postkarten entkleidet und zuletzt nackt hinter den Kunstblumen auf dem "Rasen" liegt.⁶⁰ Dergleichen Fotosequenzen wirken wie Spotlight-Szenen im Theater, die im Minutentakt wechseln.

Manchmal genügte auch ein Paravent, ein Hocker, etwas Stoff, um ein erotisches Fotomotiv festzuhalten. Oder es wurde ein sehr junges, verführerisches Modell ohne alles Brimborium beim Ausziehen abgelichtet. Die schüchtern bis lasziv posierenden Dessous- oder "Schamschleier"-Modelle ohne szenisches Ambiente sind zwischen 1905 und 1925 häufig nahsichtig fotografiert. Gute Ausleuchtung und zum Beispiel ein verrutschtes Hemdchen etc. betonen die erotischen Partien des Körpers.⁶¹

Unter den Reizwäsche-Postkarten gibt es sogar Darstellungen, die einen Wäschefetischisten zeigen:⁶² Die Frau liegt in animierender Pose und Dessous erwartungsvoll auf einer Thonet-Bank, doch er ruht, mit dem Rücken zu ihr, vor dem Möbel am Boden und streichelt ein von ihr ausgezogenes Wäscheteil (Mieder mit Unterrock?).

Reizwäsche-Darstellungen gehören zum Fetischkarten-Angebot der Branche. Auch schwarze Strümpfe mit Strumpfbändern und in Kombination mit modischen Stöckelschuhen zählen zu den Fetischen. Auf besonders pikanten erotischen Postkarten tragen die Modelle ausschließlich diese schwarzen oder die geringelten à jour-Strümpfe, welche zur hellen Haut einen pikanten Kontrast bilden. Auch die Kombination von Dessous und Strümpfen gibt es als reizendes Motiv.⁶³

⁵⁷ Ouellette / Jones 1977, S. 83.

⁵⁸ Bis zu einem bestimmten Punkt der Entblößung konnten diese Postkarten öffentlich verschickt werden - manchmal Nummer nach Nummer einer Serie an denselben Adressaten.

⁵⁹ Vgl. Nørgaard 1972, S. 104 ff. sowie Die erotische Postkarte 1988, o.P. (nach eigener Zählung S. 28-33), mit 10 Abbildungen. Hier auch die Abbildung einer Serie aus den 1930er Jahren, wo er ihr buchstäblich an die Wäsche geht und sie auszieht. Ebd., S. 70f. (nach eigener Zählung).

⁶⁰ Ouellette / Jones 1977, S. 26-29. Auf dieser Fototypie-Sequenz ist das Modell pseudo-nackt, d.h. im Trikot mit einretuschierten Schamhaaren, Brustwarzen und Bauchnabel.

⁶¹ Vgl. auch Köhler / Barche 1985, Abb. S. 233 (1925).

⁶² Ouellette / Jones 1977, Abb. S. 82f.

⁶³ Hier nicht behandelt werden die Fetischpostkarten mit Modellen nur im Mieder, Pelz, Hut oder Kopfputz, Stiefeletten, Handschuhen sowie Schulmädchen- oder Domina-Aufmachung, die ein Sondergebiet darstellen. Bildbeispiele: Köhler / Barche 1985, Abb. S. 232, 235, 251; Ouellette / Jones 1977, S. 16f., 69, 120 und die

II.6 Erotische Foto- und Fotopostkartenware

II.6.1 Ein Fotograf und seine Modelle in den 1920er Jahren

(Abbildungen s. Kap. III.4.1, III.4.5, III.4.7.1)

Auch von anonymen Klein- und Amateurfotografen wurde - neben der pornografischen - erotische Fotoware angeboten. Sie erledigten häufig von der Requirierung der Modelle und den Aufnahmen über die Entwicklung bis zu den Fotoabzügen und den Käuferkontakten alles selbst. Sie konnten natürlich nicht mit den schönen Modellen, den aufwändigen Fotoin szenierungen und der Qualität der Fotoarbeiten der industriellen Hersteller von Postkarten konkurrieren. Jedoch beteiligten sich in den Großstädten zahlreiche anonyme Winkelfotografen - häufig im Nebenberuf - an diesem illegalen Geschäft trotz der Risiken.

Der Berliner Amateurfotograf Fritz Ulbrich mischte in den 1920er Jahren - wie beim "Lebenden Marmor" - auch hier mit.⁶⁴ Um Modelle für seine pornografischen Aufnahmen zu gewinnen, hatte er sich ein Dreistufenmodell erdacht. Kamen gutaussehende, oft sehr junge Mädchen und Frauen als Kundinnen in seinen Uhrmacherladen im Norden Berlins oder betrachteten sie seine Auslagen, sprach er sie freundlich an und suchte sie für ein Album mit seinen Fotografien zu interessieren. Gelang ihm dies, so zeigte er es im Laden. Durch Schmeicheleien überredete er sie, sich ebenfalls kostenlos von ihm fotografieren zu lassen - in ihren eigenen Kleidern oder in Kostümen, die er in seinem Fundus hatte. In seinem kleinen, dürftigen Wohn- und Schlafräum Atelier⁶⁵ mit Bett, Podest und Requisiten konnte er sie durch Vorzeigen eines Sortimentes von Reizwäsche häufig überzeugen, sich in diesen luxuriösen, für sie unbezahlbaren Dessous ablichten zu lassen - gegen einen Abzug des Fotos und manchmal etwas Geld.⁶⁶ Die dritte Stufe: sie für Nacktaufnahmen zu gewinnen, glückte ebenfalls oft.⁶⁷

Reizwäsche diente als Lockmittel, um immer neue Modelle für Wäsche-, Nackt- und Pornofotos knipsen zu können. "Dass Ulbrich gewerbsmäßig die Bilder vertrieb, erfuhren wohl nur die wenigsten [...] Zu ihm kamen Mädchen seiner Straße und ihrer Umgebung, wohl meist Proletarierinnen, die eine Kleinigkeit für Kinobesuch und Konditorei verdienen wollten, denn Fritz Ulbrich zahlte vielfach, nicht immer, auch nicht viel, 10 Pfennig bis eine Mark." Ulbrich, der "angehende Sechziger" (1931), nahm auch "gern ein Mädchen [...] ins Bett, auch hierfür gab es gelegentlich Abfindungen [ca. 5 Mark]."⁶⁸

II.6.2 Frivol? Stoff als zweite Haut, gewickelt, als Schleier

(Abbildungen s. Kap. III.4.3)

Die erotische Postkarte Ende des 19. bis ins 20. Jahrhundert war ein "geheimes Vertriebsobjekt": "Nicht allein der behördlichen Verfolgung,⁶⁹ sondern seines eigenen

pikanten gezeichneten Karten S. 118f.; Wulffen / Abraham 1931, Bild 142, untertiteln das Bild: "Ganzakt, für den Verkauf bestimmt, dessen Pikanterie dadurch gesteigert werden sollte, dass das Modell Strümpfe und Schuhe anbehielt." Weitere Bilder: 18, 28, 72, 114, 149.

⁶⁴ Vgl. Kap. Lebender Marmor.

⁶⁵ Wulffen / Abraham 1931. Siehe die Bilder 2, 3, 6, 31, 71, 74 und 91 von seinem Ladengeschäft und Wohnatelier.

⁶⁶ Bildbeispiele in Reizwäsche bei Wulffen / Abraham 1931, Bilder 18, 34, 43-46, 72, 132-134. "Mädchen C gab offen zu, dass sie sich von Ulbricht nur deshalb habe [...] photographieren lassen, weil sie dadurch ein paar Groschen verdienen konnte. Ulbrich habe ihr für die Aufnahmen, in denen sie mit sogenannter Reizwäsche angetan [...] gewesen sei, wobei sie mehr oder weniger erotische Stellungen eingenommen habe, bis zu fünf Reichsmark gezahlt." Ebd., S. 112f.

⁶⁷ Über die Bereitschaft seiner Modelle, auch für obszöne Fotos zu posieren, ist so gut wie nichts bekannt. Man weiß, dass schon vor seiner Ermordung eine Hausdurchsuchung stattfand, bei der dergleichen Material beschlagnahmt und vernichtet wurde, und so auch nach seinem Tod. Bild 173 u. 174 sowie Verweis bei Bild 94.

⁶⁸ Ebd., S. 42f. - Auch Dirnen und Zuhälter dienten ihm als Modell. Ebd., S. 85.

⁶⁹ Die erotische Postkarte 1988, Vorspann.

Anstandes und Schamgefühls wegen - und aus Angst vor Entdeckung durch Familienmitglieder etc. - kaufte man/Mann sie geheim, z.B. aus den Beständen eines Buchhändlers (unter der Ladentheke) oder von ambulanten Händlern "sous le manteau". Um 1930 werden unter den Berliner Verkäufern erotischer / pornografischer Darstellungen in Postkartenformat aufgelistet: Dirnen (im Nebenberuf), Zuhälter, männliche Prostituierte (deren "sexualperverse Vorgänge" darstellende Fotopostkarten billiger waren als die "normalen"), und "die große Klasse der in ihrem Beruf und Leben Gescheiterten" (darunter alle Arten von Vortrags-, Tanz-, Gesangsartisten und Truppen von Revuen, Rummelplätzen etc.). Wurden diese Verkäufer bei Razzien gefasst, gingen sie straffrei aus, falls sie nur ein Exemplar jeden Motivs bei sich hatten. Denn nur die Verbreitung, nicht der Besitz von dergleichen Darstellungen war strafbar. Die Karten wurden konfisziert.⁷⁰

Wann auf Postkarten erstmals erotische Motive in den Techniken Lithografie, Chromolithografie, Fototypie, Strichätzung u.a. zu sehen waren, ist in der Literatur nicht belegt. Auf Kunstreproduktions-, Genre- und Witzkarten oder als allegorische Figuren kam Nacktes seit den 1880/90er Jahren vor, jedoch erst nach 1900 boomte die Erotiksparte durch die nun mögliche industrielle Massenfertigung von Fotokarten in Folge gewandelter Produktionsbedingungen.

Zunehmend waren nicht mehr die durch den Fotografen gewählten Themen oder Motive bzw. die Qualität seiner Fotografien entscheidend, sondern relevant für die Postkartenindustrie war die Rentabilität durch Quantität, was bei scharfer Konkurrenz billigste Preise für Massenware bedingte.⁷¹ Der Handel mit den erotischen Fotopostkarten war überwiegend illegal und daher für Produzenten und Händler ein riskantes Geschäft.

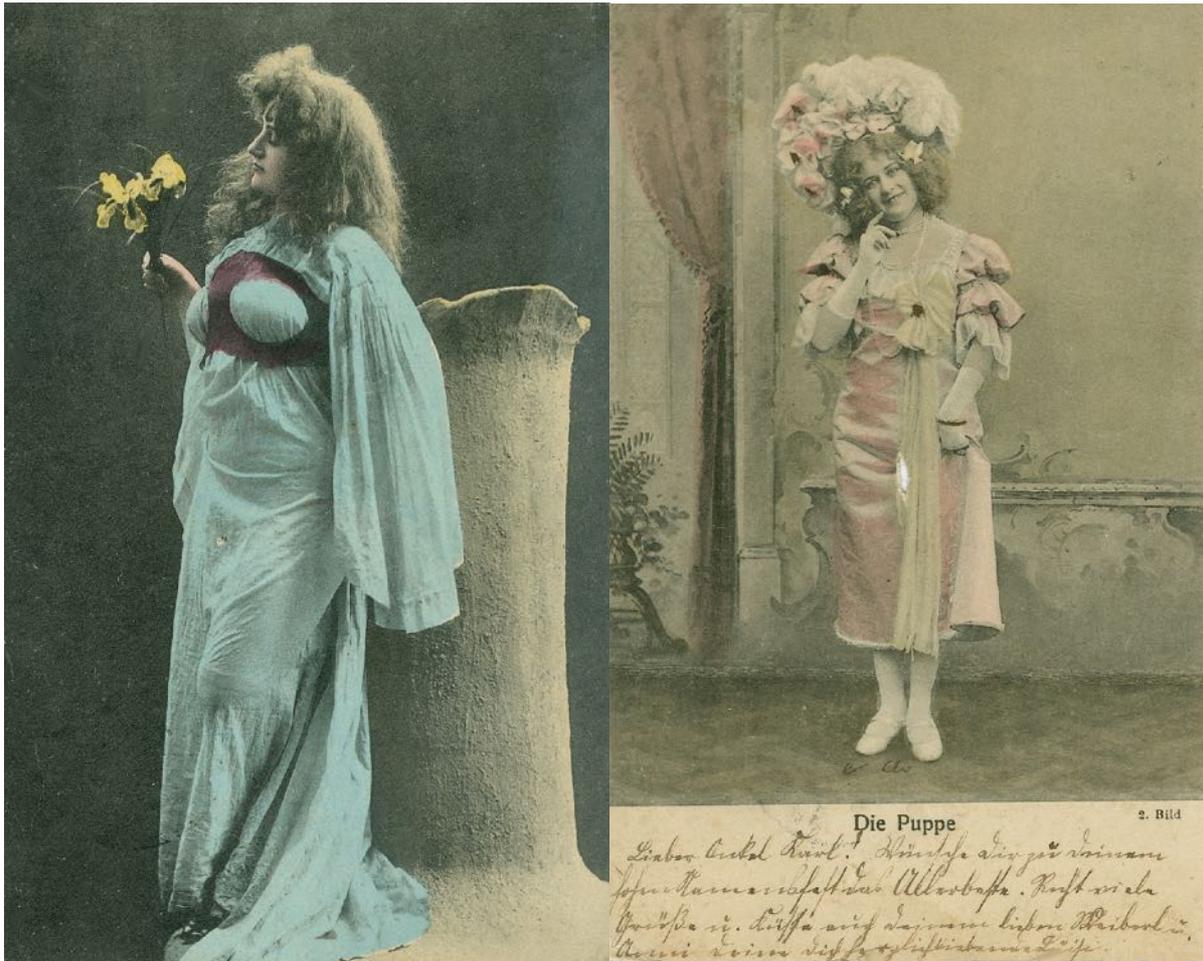
Ihre Vorläufer hatte die erotische Fotopostkarte in den erotischen (Stereo)Daguerreotypien (seit 1850) und den manufakturrell hergestellten Stereokarten sowie hauptsächlich in den in Visiten- und Kabinettformat vertriebenen Fotografien, die auf dünne Kartons aufgezogen waren.

Die Bezeichnung "erotische Postkarte" umfasst den ganzen Bereich der Darstellungen von pseudo-, halb- und wirklich nackt posierenden Modellen, deren Sinn und Zweck die Sinnes- und Augenlust war. Die heutige Einordnung solcher Bilder unter die "erotischen" und nicht unter die "pornografischen" Postkarten ist zum Teil willkürlich und sagt nur etwas aus über die jeweiligen Autoren und Herausgeber der entsprechenden Literatur, oder über die Händler bzw. die Leser oder Betrachter der Werke und Ware. Die sich überlappende Grauzone zwischen den beiden Sparten "erotischer" und "pornografischer" Produktionen ist je nach Zeit, Ort und Individuen fließend oder nicht vorhanden. Nicht so natürlich für die jeweiligen Zensurbehörden sowie die Staatsanwaltschaften und die Polizei, welche eine in Zeitschnitten wechselnde gesetzliche Definition bereitstellen, vertreten und als Folge in der Praxis umsetzen mussten.⁷² Zum wohl größten Teil waren die hier behandelten erotischen Fotokarten zu ihrer Zeit im offenen Verkauf und Postverkehr verboten.

⁷⁰ Wulffen / Abraham 1931, S. 82-86. Siehe auch Kap. I.6.3.4.

⁷¹ In der Bromsilberbranche, „Mittelpunkt und Rückgrat des Postkartengeschäftes“, sicherte eine "Konvention" (Kartell) bis 1. April 1908 feste Preise. Infolge des Austritts der "Neuen Photographischen Gesellschaft AG, Berlin-Steglitz", brach diese Konvention zusammen und der Preis für Bromsilberkarten fiel bis zu 20 Prozent. Das Preisniveau, das die NPG mit ihren Offerten erreichte, ließ nach Meinung der Konkurrenz "überhaupt keinen Nutzen mehr, sondern muss zu empfindlichen Verlusten führen." Centralblatt für Papierverarbeitungs-Industrie und Papierhandel, VII. Jg., Nr. 52, 24. Dezember 1908, S. 723.

⁷² Dazu auch letztes Kapitel.



Links: [Hervorhebung der Brust]. Verso: 250. Gelaufen. Poststempel 1907.

Rechts: Die Puppe. 2. Bild. Verso: Serie 66. Gelaufen. Poststempel 1902.

Einen Hinweis auf die Vehemenz der ausgelösten Gefühle durch die Möglichkeit der heimlichen Betrachtung von Darstellungen fremder, vom Alltagsbild abweichender Frauen - bieten die bemalten oder sonstwie "bearbeiteten" Postkarten. Ob frühe Fototypien oder die späteren Fotokarten: primäre oder sekundäre Geschlechtsmerkmale wurden vielfach, manchmal bis zum Durchbrechen des Papiers, "umrundet" (so z.B. die "frivole" junge Frau mit Haarmähne, die in ein durchsichtiges, den Körper erahnen lassendes Gewand gehüllt ist; ihre Brust fand heftige Beachtung. Poststempel 1907. Abb. siehe oben links). Oder es wurden gewisse "Teile" einer Frau ausgeschnitten - wie z.B. auf der zart kolorierten Fototypie einer Frau, betitelt "Die Puppe"; ihr Kostüm weist sie als Darstellerin in einer Revue oder dergleichen aus (Poststempel 1902, Abb. siehe oben rechts). Dieser "Puppe" wurde ein kleiner Vulva-Ausschnitt an der richtigen Stelle verpasst. Die Postkarte wurde geschickt an den "lieben Onkel Karl" mit den besten Wünschen zu seinem "hohen Namensfest" sowie mit Grüßen und Küssen an sein "Weiberl und Anni" von einer ihn "herzlichliebenden Louise". Louise wird wohl kaum auf der an Onkel Karl öffentlich gesendeten Postkarte den delikaten Aus-Schnitt vorgenommen haben.

Heute muten viele dieser Urgroßväter-Erotika komisch oder lächerlich an, einige bizarr, andere harmlos mit nostalgischem Touch. Doch es gibt auch exzellente Fotopostkarten von schönen Mädchen in reizvollen Posen, welche die geheimen Freuden und Leidenschaften der Altvorderen verstehen lassen.

II.6.3 Frivol? Durch Verhüllen enthüllen

(Abbildungen s. Kap.III.4.2, III.4.7.1)

Ein kleines Segment zeigt "frivole" Pariser Fotopostkarten⁷³ - auf denen die Modelle zwar "bekleidet" sind, jedoch durch die wie eine Pelle über die Haut gezogenen dünnen Stoffhüllen eher entblößt wirken - wie intendiert.

Durch Verhüllen enthüllen. Diesen Effekt erzielten auch die langen, eng die oft ausladenden Körperformen umwickelnden, meist schimmernden Stoffbahnen mit Schleppe, die sich zu Füßen der häufig auf einem Piedestal posierenden Modelle dekorativ ausbreitet: Die Frau als drapierte Kurvenpuppe, die sich nicht bewegen kann. Dies schien die wohl meist männlichen Betrachter erotisch anzusprechen, denn es gibt zahllose Varianten davon.

Eine weitere Spielart der frivol Verhüllten bieten die von durchsichtigen, wehenden Gazeschleiern umflossenen, wirkungsbewusst posierenden Modelle, deren über einem fleischfarbenen Trikot oder dem nackten Körper getragenen durchsichtigen Fantasiedraperien vieles ahnen lassen oder preisgeben. Außer ihrem "Lichtkleid" hatten Vergleichbares später manchmal die fotografierten Modelle der Lebensreformbewegung an.

II.6.4 Der Als-Ob-Effekt: die pseudonackten Trikotmädchen und -damen

(Abbildungen s. Kap. III.4.4)

Seit 1738 ist das fleischfarbene Trikot (oder "maillot", genannt nach dem Erfinder desselben, einem Strumpfwarenhändler für die Pariser Opéra) bei Tänzerinnen und Tänzern im Gebrauch wie auch bei anderen Bühnendarstellern - und auch bei den Modellen für die fotografischen sog. Trikotkarten bis nach 1900.

Obwohl die "unbewegte Nacktdarstellung" (im Trikot) als künstlerische Darbietung auf den Bühnen der Varietés und Revuen erlaubt war, wurden Trikotkarten häufig - nicht immer - beschlagnahmt, denn sie galten der Polizei und vielen Staatsanwälten als unzüchtig.⁷⁴ In jenen Jahren, als die Zeitmode die meisten Frauen im Alltag in ihrer Kleidung perfekt verbarg, genügte eine hautfarbene, hautenge Hülle, um Nacktheit zu suggerieren und besonders Männer erotisch zu "provozieren".

Das rosa Trikot, das den Körper des Modells nachbildet, modelliert und neutralisiert ihn jedoch auch, je dicker das Gewebe ist. Viele der Mädchen sehen wie in Wachs getauchte Puppen aus. Meist wurde noch ein Stützkorsett etc. darunter getragen, und die Künstlichkeit dieser zweiten Haut wird sichtbar, wenn man bei den Modellen z.B. keine Zehen sieht.⁷⁵ Und dennoch war die Illusion eines nackten Körpers, besonders aus der Distanz der Bühne bzw. durch das kleine Format der Postkarte fast perfekt, falls der Fotograf ein geschickter Retuscheur war: Er konnte das Volumen eines Modells durch Korrektur der Konturlinien erheblich mindern; er zeichnete Brustwarzen, Bauchnabel und besonders Schamhaare ein; manchmal trennte er sogar die Pobacken durch einen Kurvenstrich. Die Nacktreiz-Elemente wurden häufig auch erst bei der Kolorierung eingefügt, die anderen Korrekturen am Negativ vorgenommen.

Dekorieren sich das Modell noch mit Ketten, Gürtel oder durchsichtigem Shawl etc., so kann die Täuschung auf der Fotokarte so vollkommen sein, dass kaum mit der Lupe entschieden werden kann: Trikot oder nackt?

⁷³ So die Werbe- und Handelsbezeichnung.

⁷⁴ Prüfung nach unzüchtigen Postkarten im ganzen Stadtgebiet, 27. Oktober 1902. 60 Händler, überprüft im Zeitraum vom 17. bis 25. Oktober. StA München, Pol. Dir. 1110. Siehe die Auswertung oben, Kap. I.6.3.4. Vgl. auch die Beschlagnahme in Berlin 1908, siehe Anm. 13.

⁷⁵ Nach 1910 waren die Trikots häufig an den Fesseln abgeschnitten, so dass der Eindruck der Nacktheit plausibler war.

Die pseudonackten Trikotmädchen sind des öfteren ausgestattet mit einem Attribut (Apfel / Eva oder Venus, Pfeil und Bogen sowie Mond-Diadem / Diana) oder Accessoire (Geige, Blumen, Maske, Hut u.a.), die ihnen eine individuelle Note geben sollten.

Den sensationellsten Als-Ob-Effekt erzielte 1896 die 21jährige Pariser Tänzerin Cléo de Mérode, als sie im Ballett "Phryne" von Louis Ganne und Auguste Germain in der Titelrolle auftrat.⁷⁶ Nicht nur auf der Bühne, auch im Leben stilisierte sich in jenen Jahren Cléo de Mérode als Nachfolgerin der griechischen Hetäre Phryne, welche durch ihre Schönheit Männer ruinierte und, als sie vor Gericht stand, ihre Hüllen fallen ließ und als Alleinschuldigen ihren schönen Leib vorwies. Ihre Richter waren hierdurch von ihrer Unschuld überzeugt.⁷⁷ Auch Cléo de Mérode ließ ihre Hüllen fallen, und stand im Schlussakt des Ballettes "nackt" im Trikot auf der Bühne. Die Illusion war vollkommen: Das Stück wurde ein Skandalerfolg, der sie berühmt machte.

Über die Aufführung berichtet Cléo de Mérode in ihren Memoiren:⁷⁸

Ich erschien bei Gericht, eingehüllt in eine große, tief grau-blaue Draperie. Derart kostümiert tanzte ich und meine Gesten legten die langen Falten des Stoffes in sanfte Wellen. Darunter trug ich ein zartrosé farbenes Trikot, bedeckt mit einer leichten Tunika aus rosa Gaze, die sich meinen Formen anschmiegte. Als der Augenblick gekommen war, die Heliasten zu verführen, lüpfte eine Dienerin mit einem Ruck das mächtige Cape und breitete es hinter meinem Rücken in seiner ganzen Breite aus. Vor diesem sehr dunklen Hintergrund zeichnete ich mich als rosa Statue ab, den guten Willen des Publikums ins Kalkül ziehend, vermittelte die weibliche, hautfarbene Silhouette die Illusion eines nackten Körpers.

II.6.5 "Lebender Marmor": die Kunst der Menschenplastik Mit Notizen zur Entstehung der plastischen Skulpturen, ihren Modellen, Fotografen und ihrer Verbreitung

(Abbildungen s. Kap. III.4.5)

Lebender Marmor⁷⁹ ist der Postkartentitel unterhalb der Darstellung einer Skulptur, welche vor schwarzem Hintergrund die weißen sich umarmenden Figuren eines Mannes und einer Frau, stehend auf einem Felssockel zeigt. Die Karte unterscheidet sich auf den ersten schnellen Blick nicht von den üblichen schwarz-weißen Kunstpostkarten mit Abbildungen nach antiken etc. Plastiken, doch ein kritischer Blick, besonders auf die "griechischen" Frisuren,⁸⁰ verrät: die beiden Figuren sind lebendig.

Schwer ist zu entscheiden, ob ihre ebenmäßigen Körper nackt oder von Trikots eng umschlossen sind und gut retuschiert. Auch das gewohnte Feigenblatt zur Bedeckung der entscheidenden "Blöße" des Mannes ist wie bei antiken Statuen im Museum nicht vergessen.

Dergleichen menschliche "Nackt-Plastiken" mit und später häufig ohne Trikot, manchmal auch mit Gaze-Draperien - waren marktgängige Artikel des Vertriebs erotischer Bilder. Die

⁷⁶ Siehe hierzu Garval 2009, S. 5 u. 7f.

⁷⁷ U.a. stellte der französische Maler Jean-Léon Gérôme diese Szene 1861 in seinem Bild "Phryne vor dem Aeopag" dar. Die Geschichte der Hetäre war besonders in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bekannt und wurde in den Künsten behandelt. Sie fußt auf einem Bericht des Kallistratos, zitiert in Athenaios "Gelehrten Gastmahl", Buch 13,60. 1922 nutzte der Rechtsanwalt Erich Frey diese Phryne-Taktik. Vgl. den Artikel "Phryne" in der deutschen Wikipedia.

⁷⁸ Zit. n. Ochaim / Balk 1998, S. 104.

⁷⁹ So lautet bzw. lautete auch die Handelsbezeichnung dieser Untergruppe erotischer Postkarten. Auf manchen Produkten steht dieser Titel auch verso.

⁸⁰ Um die Illusion antiker Marmorfiguren durch das Naturhaar der Modelle nicht zu stören, verwendete man häufig Perücken und Hüte oder Spezialschminke. Siehe die folgenden Ausführungen.

diesen Fotopostkarten zugrunde liegenden öffentlichen Performances fanden meist in "Nummern"-Theatern wie Revuen und Varietés statt.

Künstlerisch viel ambitionierter waren einzelne professionelle Tänzerinnen wie Rita Sacchetto, die - seit 1912 mit einem Partner - in der Tradition der "lebenden Bilder" getanzte Pantominen, bis zum "Erstarren," nach diversen Gemälden alter Meister darbot. Oder die schon 1907 als "echte" nackte Tänzerin auftretende Olga Desmond, welche allein oder mit einem Partner z.B. in Berlin an sog. "Schönheit-Abenden" Skulpturen nachstellte, "die an antiken Vorbildern orientiert waren. Körper und Haare waren von einer Speziālschminke bedeckt, die ihnen ein makelloſes Aussehen verlieh."⁸¹

Vorläufer dieser lebenden Plastiken waren die "Attitüden" und "lebenden Bilder" - Formen künstlerischer Unterhaltung vom ausgehenden 18. bis ins 19. Jahrhundert. Lady Hamilton (1765-1815), Geliebte von Lord Nelson in Neapel, wendete die ihr als Malermodell und von der Bühne bekannte Kunst des Posierens auf die Nachbildung der Antiken an und veranstaltete auch in Deutschland, Frankreich und England öffentliche pantomimische Darstellungen antiker Statuen. Den Erfolg machte sie "so ausschließlich von der Attitüde abhängig, dass selbst das Material ihres Anzugs zu den verschiedensten Darstellungen wesentlich immer dasselbe war: eine lange, mit einem Band einfach über der Brust zusammengeknüpfte Tunika und ein darübergeworfener Shawl, mit welchem sie alle erforderlichen Bekleidungen und Faltenwürfe leicht hervorbrachte." Im 19. Jahrhundert blieb die Kunstform lebendig. Ihre Popularisierung verdankte sie den Berliner Professoren Keller und Rappo, die auf den Gedanken kamen, "mit einer eignen Gesellschaft öffentliche Vorstellungen in der Nachahmung plastischer Kunstwerke zu geben" und dabei "das sinnliche Element" hervorhoben. "Sie haben bis jetzt zahlreiche Nachahmer gefunden" - heißt es in der 4. Auflage von Meyers Konversationslexikon im ausgehenden 19. Jahrhundert - "welche aus dem ganzen Genre eine niedrige Spekulation auf den sinnlichen Reiz gemacht haben."⁸²

Ein ziemlich großer Teil der um 1900 bis zum Ersten Weltkrieg auf Fotokarten abgelichteten "plastischen" Einzelfiguren oder Gruppen ist nicht nach künstlerischen Vorbildern gestellt, ja ziemlich primitiv arrangiert, und zielte auf "sinnlichen" Reiz; er war außerdem oft schlecht fotografiert und auf anonymen Karten verbreitet. Dieser "lebende Marmor" wurde von (Winkel-) Fotografen in ihren Atelierzimmern nach eigener Erfindung in Szene gesetzt und abgelichtet. Meist handelt es sich um junge Mädchen in publikumswirksamen erotischen Posen, gedacht für interessierte Käufer auf dem freien Markt.

Abbildungsbeispiele, darunter solche mit dem Verweis "auch für den Postkartenhandel vorgesehen,"⁸³ haben sich erhalten in einer Untersuchung über den 1931 in Berlin unter Mithilfe eines seiner Modelle ermordeten Fotografen Fritz Ulbrich.⁸⁴ Dieser, ein gelernter

⁸¹ Ochaim in Ochaim / Balke 1998, S. 75-77; mit ganzseitiger Abbildung einer 1908 dargestellten plastischen Gruppe. Biografien in Ochaim / Balke 1998, S. 126 u. 137. Weitere Abbildungen siehe: Die erotische Postkarte 1988, S. 12f.

⁸² Artikel "Attitüde" in Meyers Konversationslexikon, 4. Aufl. 1885-1892, Bd. 2, S. 33. Digitalisiert in der retro-Bibliothek. Darauf fußt der Artikel in Wikipedia, URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Attitüde>

⁸³ "Meine Tochter [...] hat mir die Bilder, die Ulrich von ihr aufgenommen hat, gezeigt. Es waren Ansichtskarten, wie sie mein Kind für seinen Beruf als Soubrette benötigt, richtige Kunstkarten. Die Karten wurden von den Künstlerinnen nach der Vorstellung den Gästen zum Verkauf angeboten." So die Aussage der Mutter eines der Mädchen, die bei dem Fotografen Ulbrich häufiger verkehrten. Zum Zusammenhang, dem Mordprozess Lieschen Neumann, siehe die folgende Anmerkung. Wulffen / Abraham 1931, S. 116f.

⁸⁴ Wulffen / Abraham 1931. *Einbandtitel*: "der mann / der 1500 frauen photographierte. / seine sexuellen triebabweichungen / seine Umwelt und seine modelle / mordprozess lieschen neumann. / eine sexualpsychologische schilderung mit zirka 200 der interessantesten aktphotos aus dem nachlass des ermordeten." *Einkleber*: "Aus diesem Exemplar wurden Bilder entfernt, um das Buch gegen jeden Einwand und jedes Veto zu schützen, sowie jede Mißdeutung seines wissenschaftlichen Charakters auszuschalten. Die Numerierung der Bilder ist daher gegenstandslos." Das verwendete Exemplar ist darüber hinaus gefleddert

Uhrmacher, betrieb "früher eine Agentur für Personal zur Stellung lebender Plastiken, [...] wie sie in verschiedenster Aufmachung und Ausstattung in kleinen und großen Kabarets und Nachtlokalen der Großstädte zur Vorführung gelangen. Er vertrieb Reklamepostkarten mit der Aufschrift 'Fritz Ulbrichs lebender Marmor', 'Plastiken in schönster Vollendung'.⁸⁵

Ulbrich, der spätere Bildpornografie-Produzent, "der durch seine Vermittlungsagentur für Nacktplastik, der durch seine Spezialität des lebenden Marmors" genaue Kenntnis über die als Nacktplastiken posierenden Mädchen hatte, welche mit "Bettelpfennigen" als Gage für ihre harte Arbeit abgespeist wurden und sich daher im Nebenerwerb prostituieren mussten, hat "in einem ausführlichen, an mehrere Redaktionen gerichteten Schriftsatz auf das soziale Elend" dieser Modelle hingewiesen:⁸⁶

Schon oft [...] habe ich beobachtet, dass Damen zu ihren Begleitern sagten, wenn sie vor den Schaukästen der Friedrichstraße standen, in denen die Bilder der Plastikdamen und Tänzerinnen aushängen: "Pfui, so etwas würde ich nie machen!" Ja, liebe Damen, da kann ich Ihnen nur sagen, Sie machen so etwas nicht, weil Sie die Not noch nicht gezwungen hat. Denken Sie, es ist manchem Mädels leicht geworden, sich den oft geilen Blicken der Zuschauer zu zeigen? [...] Die größte Sünde begeht derjenige, der ein solches Mädels verurteilt und in die Reihen der Nutten stellt. Glauben Sie mir, eine Nutte stellt sich nicht den Abend für 3 Mark und meistens noch weniger dahin. ... Also nicht den Stab brechen. Ich kenne einen Fall, wo die Damen für eine Mark Plastik standen und noch stundenlang im Lokal bleiben mussten, quasi als Animierdamen. Traurig aber wahr!

Ein Mädchen (G) "ist von Ulbrich tatsächlich ein Engagement vermittelt worden." Mit 15 Jahren nach Berlin gekommen, fand sie kurzfristig "in einem kleinen Vorstadtvarieté Beschäftigung, die darin bestand, dass sie Abend für Abend mit mehreren Kolleginnen lebende Bilder stellte." Von einer Kollegin auf Ulbrich aufmerksam gemacht, dessen Spezialität es sei, 'lebenden Marmor' zu vermitteln, ging sie zu ihm. Er "machte von ihr mehrere Aufnahmen, um sie in Artistenkreisen vorzulegen. [...] Eines Tages sei sie aufgefordert worden, zwecks Vertragsabschluss in ein kleines Café in die Bellermannstraße zu kommen. Man habe sie auch engagiert. Es sei zwar nur ein Übergangengagement für eine bunte Schau auf dem Rummelplatz in der Köpenickerstraße gewesen. Sie habe dort als Plastikdarstellerin gearbeitet und Bilder dargestellt wie: 'Eva nach dem Sündenfall', 'Von Amors Pfeil getroffen', 'Nach dem Bade', 'Morgentoilette'. Es sei zwar nur ein 'Bruchladen', eine 'Schmiere' gewesen, aber: 'Ich hatte zu essen, das war das Wichtigste.'⁸⁷

II.6.6 Der künstlerische Akt

(Abbildungen s. Kap. III.2, III.4.3, III.4.8)

Der Akt in den künstlerischen Medien Gemälde, Zeichnung und Graphik „ist immer stilisiert oder idealisiert, kurz auf irgendeine Art zurechtgemacht. Die Photographie aber schmeichelt nicht. In unbarmherziger Wirklichkeitstreue wirft das Objektiv das Abbild der körperlichen Wirklichkeit auf die photographische Platte. [...] Der schöpferische Geist des Künstlers weiß

worden, so dass ca. 70 Bilder fehlen. Dergleichen Ausrisse finden sich auch in anderen der von uns benutzten Quellen.

⁸⁵ "Aus dieser Zeit sollen auch die Perücken und phantastischen Hüte stammen, die er [...] teilweise zu den photographischen Aufnahmen verwendete, mit denen er sich später befasste." Ebd., S. 40. Abbildungen von "Lebendem Marmor" finden sich S. 108, 113-114, 117-120, 128.

⁸⁶ Zitate ebd., S. 87/88.

⁸⁷ Ebd. S. 115f. Zum Problemfeld der sozialen Lage und der Arbeitsbedingungen der Modelle im Bereich der erotischen und pornografischen Bildproduktion finden sich sonst kaum Quellen.

aus dem Leib einer Küchenmagd die Schönheiten einer Venus herauszuholen.“⁸⁸ Dies war für den Photographen im Untersuchungszeitraum viel schwieriger als für den Maler. Für eine dem Betrachter/Käufer konveniente Aktfotografie musste er ein dem Geschmack seines Kundenkreises beziehungsweise dem Zeitstil entsprechendes Modell finden, sei es eine üppige gründerzeitliche Heroine⁸⁹, eine biegsame Tänzerin, ein ätherisch-rätselhaftes Jugendstil-Wesen oder eine interessante Androgyne in den 1920er Jahren.

Nur begrenzt konnte der durchschnittliche Berufsfotograf „schönen“. Eventuelle körperliche Mängel eines Modells konnte er durch vorteilhaftes Stellen ungekünstelt wirkender Posen, teilweises Kaschieren mittels Lichtregie oder Requisiten beziehungsweise nachträgliche Retuschen korrigieren. Das größte Problem waren Gesicht und Mimik des Modells wie auch die Hände. Passten diese absolut nicht zu einem ansonsten attraktiven Körper, welcher entscheidender Ausdrucksträger und Anschauungsobjekt der erotischen Aktfotografie ist, konnte man diese „Teile“ allenfalls verstecken, verhüllen, verschatten oder überschminken. Im Unterschied zum Maler, der seinen Akt aus vollkommenen Partien verschiedener Modelle – lebender oder nach Kunstwerken – ideal montieren konnte und kann, schufen Fotografen in den 1890er Jahren bis nach 1900 „sozusagen photographische Gemälde“ mit Akten als Staffagefiguren. So orientierten sie sich – da sie zum Teil durch die Fotografie brotlos gewordene Künstler mit akademischer Ausbildung waren – in Komposition und Stellung der Akte häufig an Werken der Kunst. Für viele der einfacher arrangierten Akte griffen sie auf ihre oft ärmliche Atelierausrüstung für Portraitfotografie zurück und ließen die Modelle mit oder ohne Blumen beziehungsweise Buch etc. steif an einer Pappmaché-Säule posieren, vor Draperien oder gemaltem Hintergrund.

Nach 1900, als sich die photographische Technik immer weiter zum Teil grundlegend verbesserte, dank kürzerer Belichtungszeiten, künstlicher Beleuchtung etc., veränderte sich die Aktphotographie und mit ihr die erotische Aktfoto-Postkarte sukzessive. Der Körper emanzipierte sich weitgehend vom schmückenden Beiwerk und Hintergrund, wurde nahsichtig und zentral. Für konveniente Käufer mußte er ein möglichst gut gewachsenes Modell mit angenehmen Gesichtszügen finden, deren körperliche Mängel er durch vorteilhaftes, ungekünsteltes Stellen der Posen, teilweises Kaschieren mittels Lichtregie und Requisiten beziehungsweise nachträgliche Retuschen korrigieren konnte. Das größte Problem waren Gesicht (samt Mimik) des Modells, ersteres konnte allenfalls abgewendet, verhüllt, verschattet, geschminkt werden. Sollte es zum entscheidenden Ausdrucksträger der erotischen Fotografie, dem Körper, absolut nicht passen, dann mußte es passend „inszeniert“ werden.

Für die künstlerische Aktaufnahmen, die – zumindest vordergründig – dem ästhetischen und nicht erotisch-sexuellen Reiz dienten, entwickelten experimentierende Künstler-Fotografen schon vor der Jahrhundertwende ausgefeilte künstlerische Techniken der Bearbeitung und Verfremdung der Lichtbilder.⁹⁰ Außerdem posierten deren zum Teil erlesen schöne Modelle häufig als Gestalten der antiken Mythologie (zum Beispiel Diana, Venus, Phryne), selten nach biblischen Geschichten (Salomé, Eva, Judith) oder literarischen Märchenstoffen (Mignon,

⁸⁸ Brettschneider 1931b, S.65 und 66ff. (mit Abbildungen), worauf sich die Ausführungen immer wieder stützen. [Editorische Notiz: Kap. II.6.6 war als handschriftliches Manuskript im Nachlass von Jutta Assel, alle anderen Kapitel waren abgetippt. Kap. II.6.6 weist also ein früheres, weniger ausgearbeitetes Stadium als die anderen Kapitel des Teils II auf.]

⁸⁹ „Für die Liebhaber üppiger, fettleibiger Weiber wurden ganze Serien angefertigt, deren Modelle dieser Geschmacksrichtung entsprachen und die ihre gigantischen Brüste und Schenkel durch besonders raffinierte Stellungen recht augenfällig zur Schau stellten.“ Ebda, S.16.

⁹⁰ Vgl. Frank Eugène, in: Pohlmann 1995.

Gretchen). Die fotografische Inszenierung und Bildgestaltung besonders der letzteren war der Massenware Fotopostkarte vorbehalten.⁹¹

⁹¹ Johann Wolfgang Goethes Mignon und Gretchen als Themen von Bildpostkarten im Goethezeitportal (URL: <http://www.goethezeitportal.de/wissen/postkarten/faust-und-gretchen-motive.html>; <http://www.goethezeitportal.de/wissen/postkarten/mignon-motive.html>).

Teil III Bildteil **ausgewählt von Jutta Assel**

Zur Beachtung

Die Bilder werden hier als Quellen publiziert, auf die sich die wissenschaftlichen Ausführungen in diesem Werk beziehen. Die Publikation ermöglicht die Überprüfung, Weiterführung und ggf. Korrektur unserer Darlegungen. Wenn die Bilder kopiert und in anderen Zusammenhängen verwendet werden, ist die urheberrechtliche Lage in jedem Fall zu prüfen.

Zur Aufnahme der Bilder

Als Vorderseite gilt im Folgenden die Bildseite, die Adressseite als Rückseite (verso). Soweit vorhanden, werden aufgenommen:

Bildseite: Titel, ggf. mit weiteren Textbestandteilen, Signet, Serien- und Kartenummer, Signatur oder Monogramm im Bild;

Adressseite: Textbestandteile, Signet, Serien- und Kartenummer, Signet im Briefmarkenfeld, Datierung des Absenders, Datum des Poststempels.

In einigen Fällen lag nur die Bildseite vor (in Alben eingeklebte Karten, Bilddateien), so dass die Daten auf der Adressseite nicht aufgenommen werden konnten.

Die Signets (Firmenzeichen) auf einer oder beiden Seiten konnten nur teilweise aufgelöst werden.

Im Briefmarkenfeld finden sich oft Hinweise auf Konventionen oder Kartelle der Reproduktionsanstalten. Die Buchstaben PRA bzw. P.R.A. wurden aufgelöst als Verband "Photographischer Reproduktions-Anstalten"; es kann sich aber auch um den im August 1909 gegründeten Nachfolger, die "Photographische Reproduktions-Anstalten-Gesellschaft m.b.H." handeln.

Notiert wird, wenn die Adressseite ungeteilt ist (wie in Frankreich bis 1904, Deutschland bis 1905).

Ein nachgesetztes Fragezeichen weist darauf hin, dass Text oder Zahl nicht eindeutig entziffert werden konnten.

Abgetrennt durch Gedankenstrich folgen ggf. Erläuterungen.

III.1 "Frauens Schönheiten": Auf den Spuren der Erotik (1895-1930)

III.1.1 Schöne Frauen



[Ohne Titel] Signet: NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 191/4. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.



[Ohne Titel] Signet: NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 139/2. [Fotografie:] Reutlinger, Paris. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.



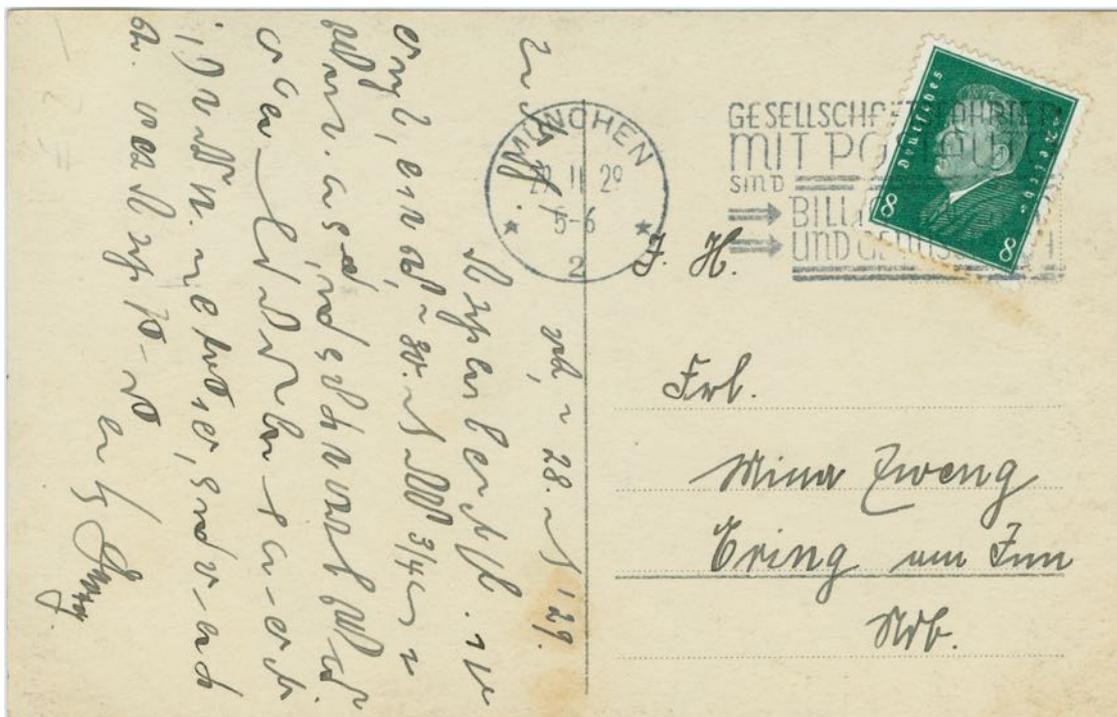
[Ohne Titel] Signet: RPH [Rotophot AG, Berlin] Serie 99. 8209. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.



[Ohne Titel] Signet: KF in Palette [Editeur Künzli, Paris]. Éditeurs d'Art Paris. Série 2109. Gelaufen. Poststempel 1908.



Links: [Ohne Titel] 134. Verso, Signet: Buchstaben Y AEO in Kreis, in Form eines Gesichtes [Armand Noyer, Paris]. Aurographie. Fabrication Française. Nicht gelaufen.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: Weco im Oval [Wiesner & Co., Berlin]. 10486/5. Gelaufen. Poststempel 1920.



[Ohne Titel] Signet: Weco im Oval [Wiesner & Co., Berlin]. 10486/5. Gelaufen. Poststempel 1920. Adressseite.



[Ohne Titel] Signet: RTB im Kreis. 3579. Nicht gelaufen.



[Ohne Titel] Signet: Corona Paris. 96. Verso: Editions de Luxe E. K. & Co, Paris - Fabrication Française. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: PC Paris im Kreis [Papeteries de Levallois-Clichy, Paris]. 2077. Verso, Signet: P-C Paris im Kreis. Made in France. Gelaufen. Poststempel unleserlich.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: La DS im Dreieck. 349. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Photo Bert Sabourin Succ^r Paris. Verso: Photographie Sabourin [unleserlich] Bert, 35. Bd. des Capucines, Paris. BPA-RU IL. Nicht gelaufen.
 Rechts: Edith Whitney. Foto: Gerlach. Signet: GGCo [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] Ser. 456/6. Gelaufen. Poststempel unleserlich. - Edith Whitney, geb. 1861, Künstlerin.



Links: [Ohne Titel] Signet: RPH im Kreis [Rotophot AG, Berlin] S 352-4561. Nicht gelaufen.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: NPG im Kreis [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 1051/6.
 Gelaufen. Poststempel 1910.



Links: [Ohne Titel] Signet: NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 442-1. Gelaufen,
 Poststempel unleserlich.
 Rechts: Madge [unleserlich]. Gerlach. Signet: GGCo. [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] Ser. 394/4.
 Nicht gelaufen.



Links: La beauté. Verso, Signet: GLCo. [Gustav Liersch & Co., Berlin] 5011. Gelaufen. Poststempel 1910.

Rechts: Les Plus Belles Femmes de France. Le Brocart. Signet: AN Paris [Armand Noyer, Paris]. Verso, Signet: Y AOE im Kreis. Fabrication Française. Nicht gelaufen.



Ada Battke. Signet: RPH im Kreis [Rotophot AG, Berlin] S 228 3799. Nicht gelaufen. - Ada Battke (1879-nach 1958), Schriftstellerin.



Brésil. [Fotografie:] Reutlinger Paris. Signet: S.I.P. 135/12. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.



[Ohne Titel] Gerlach. Signet: GGCo [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] Ser. 580/[unleserlich]. Gelaufen. Datiert und Poststempel 1910.

III.1.2 Der direkte Blick. Kontaktaufnahme - Aufforderung – Reiz



[Frau mit Hut] Verso: Serie 2309. Gelaufen. Datiert u. Poststempel 1905.



Links: [Ohne Titel] SBW auf Kleeblatt. 1383-84. Nicht gelaufen.



Rechts: Fräulein Wildfang. Signet: WSSB [Wilhelm S. Schröder Nachf., Berlin] 1013-6. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: Roto im Kreis. 6245. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: PC Paris im Kreis [Papeteries de Levallois-Clichy, Paris].

4288. Verso, Signet: P-C Paris im Kreis [Papeteries de Levallois-Clichy, Paris]. Made in France. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: M in Oval. 1010. Verso: Made in France. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: PC Paris im Kreis [Papeteries de Levallois-Clichy, Paris]. 3854. Verso, Signet: P-C Paris im Kreis. Made in France. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: PC Paris im Kreis [Papeteries de Levallois-Clichy, Paris]. 2629. Verso: Made in France. Gelaufen. Datiert 1931, Poststempel unleserlich.
 Rechts: Bonne Fête. Signet: ABC. 2949. Verso: Fabriqué en France. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: A NOYER im Kreis [Armand Noyer, Paris]. 3103. Verso: Signet: Y, eingeschrieben AOE, im Kreis. Fabrication Française. Beschrieben, aber nicht gelaufen.
 Rechts: [Ohne Titel] NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 155/3. Nicht gelaufen.



Links: [Frau Bertha Ascher 1901] Ohne Angaben. Gelaufen. Poststempel 1901. Adressseite ungeteilt.
 Rechts: [ohne Titel] Ohne Angaben. Nicht gelaufen. Adressseite ungeteilt.



[Frau mit Champagnerglas] Verso Signet: Taube mit Brief auf Erdball, mit Umschrift: Trademark.
 Gelaufen. Poststempel unleserlich.



Links: Stars. Signet: S.I.P. Paris. 25° Série N.° 15. Nicht gelaufen. Adressseite ungeteilt.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: AE [Axel Eliassons Konstförlag, Stockholm] 2148. Gelaufen. Poststempel 1910.



Links: [Frau mit roten Rosen] Verso: 595. Keine weiteren Angaben. nicht gelaufen.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: RPH im Kreis mit Ross [Rotophot AG, Berlin] 2149/1. Beschriftet, aber nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: KF in Palette [Editeur Künzli, Paris]. Éditeurs d'Art Paris. Série 2109. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: GLCo [Gustav Liersch & Co., Berlin] 3546/2. Im Briefmarkenfeld: P.R.A. [Verband Photographischer Reproduktions-Anstalten] im Kranz. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Verso, Signatur: B.V.i.B. 5012. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: NPG im Kreis [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 2999. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: RPH im Kreis [Rotophot AG, Berlin] 3058/5. Gelaufen. Briefstempel 1917.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: K.&C.M. 106/3. Gelaufen. Poststempel 1900 (?).



Links: [Ohne Titel] Signet: RPH im Kreis mit Ross [Rotophot AG, Berlin] 3149/4. Gelaufen. Datiert 1914. Poststempel unleserlich.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: NPG im Kreis [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 713/4. Verso, Eindruck: Kunstverlag Leo Stainer, Innsbruck. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: BNK im Dreieck [Berlin-Neuroder Kunstanstalten AG, Berlin] 32539/2. Gelaufen. Poststempel 1907.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: Weco im Oval [Wiesner & Co., Berlin]. 10486/2. Gelaufen. Datiert und Poststempel 1930.



Links: [Ohne Titel] Signet: Ela. 2981. Stempel: Made in Austria. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: PH im Dreieck [Photochemie Berlin]. 4662-3. Verso: Papier "Radium Brom". Frankiert, aber nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: EAS im Herz [E. A. Schwerdtfeger & Co. AG, Berlin] 0229/1. Gelaufen. Poststempel 1912 (?).

Rechts: Love Lyrics. Painted by Harrison Fisher. Copyright: Reintal & Newman, Pubs., N.Y. Verso, Signet: RN ligiert. Gelaufen. Poststempel unleserlich.



[Ohne Titel] Signet: SAR im Rhombus (?). 3338. Beschrieben, aber nicht gelaufen.

III.1.3 Kleine und junge Mädchen



Links: [Ohne Titel] 210/6. Verso: Feldpost.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: RPH [Rotophot AG, Berlin] Nummer nicht lesbar. Gelaufen. Poststempel unleserlich.



Links: [Ohne Titel] Signet: Lepo. 1859/1. Gelaufen. Poststempel 1925.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: NH im Sechseck (?) 10241. Gelaufen. Poststempel 1907.



Links: [Ohne Titel] Signet: RPH [Rotophot AG, Berlin] 2170/2. Gelaufen. Poststempel unleserlich
Rechts: [Ohne Titel] Signet: RPH [Rotophot AG, Berlin] S 830/1. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: GGCo [Georg Gerlach & Co. AG., Berlin]. 1194/1. Im Briefmarkenfeld: P.R.A. [Verband Photographischer Reproduktions-Anstalten] im Kranz. Nicht gelaufen.
Rechts: [Ohne Titel] Signet: GLCo. [Gustav Liersch & Co. Berlin] 4313/1. Gelaufen. Datiert 1914. Poststempel unleserlich.



Links: [Ohne Titel] Signet: RPH [Rotophot AG, Berlin] Serie 53 2002. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 7539/6. Beschriftet, aber nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin]. 405/4. Verso: Oranotypie. Neue Photographische Gesellschaft A.G. Steglitz. 1904. Als Postkarte offen hinterlegt zum Musterschutz-Register beim Amtsgericht Berlin. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: RPH [Rotophot AG, Berlin] Serie 113-3088. Gelaufen. Datiert u. Poststempel 1903.



Links: [Ohne Titel] Signet: NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 428/12. [Fotografie:] Reutlinger Paris. Verso: Oranotypie. Neue Photographische Gesellschaft A.G. Steglitz. 1904. Als Postkarte offen hinterlegt zum Musterschutz-Register beim Amtsgericht Berlin. Gelaufen. Poststempel 1900.

Rechts: Fräulein Wildfang. Signet: NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 322/6. Nicht gelaufen.



[Ohne Titel] NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 424-10, Verso: Cranotypie. Neue Photographische Gesellschaft A.G., Steglitz. 1904. Als Postkarte offen hinterlegt zum Musterschutz-Register beim Amtsgericht Berlin. Nicht gelaufen.



Links: Trotsköpfchen. Ich laß mich nicht unterkriegen! Signet: GLCo. [Gustav Liersch & Co. Berlin] 6625/2. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Im Bild signiert: Traut. Signet: RPH im Kreis [Rotophot AG, Berlin] S 689-6477. Gelaufen. Poststempel unleserlich.



Links: [Ohne Titel] Signet: RPH im Kreis, darüber Ross [Rotophot AG, Berlin] 3305/5. Verso, im Briefmarkenfeld: strahlende Sonne im Dreieck. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: CAES Dresden im Oval [Carl A. E. Schmidt, Dresden] 5744/4. Verso, im Briefmarkenfeld: NBC, strahlende Sonne im Dreieck [Neue Bromsilber Convention GmbH] Gelaufen. Poststempel 1918.



Links: [Ohne Titel] Signet: HB im Herz [Heliophot Kunstverlag GmbH, Berlin] 06413/5. Verso, im Briefmarkenfeld: NBC, strahlende Sonne im Dreieck [Neue Bromsilber Convention GmbH] Beschrieben, aber nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: S, oben eingeschrieben: L.J., unten eingeschrieben: F.F. 2324/1. Gelaufen. Poststempel unleserlich.



Links: [Ohne Titel. Ins Bild geschrieben: Erlaube mir ...] Gelaufen. Poststempel 1905. Adresseite ungeteilt.

Rechts: L Marion Lenbach. Im Bild signiert: F. Lenbach. Heliogravure Obernetter, München. Verso: Heliogravüre J. B. Obernetter, München. Nicht gelaufen. - Marion Lenbach (1892-1947), gemalt von ihrem Vater Franz von Lenbach.



Links: [Ohne Titel] Signet: EKC. 3151. Verso, Signet: EKO in C eingeschrieben [E.K. & Cie., Paris]. Gelaufen, Poststempel 1928.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: GLCo. [Gustav Liersch & Co., Berlin] 2077/1. Gelaufen. Poststempel unleserlich.

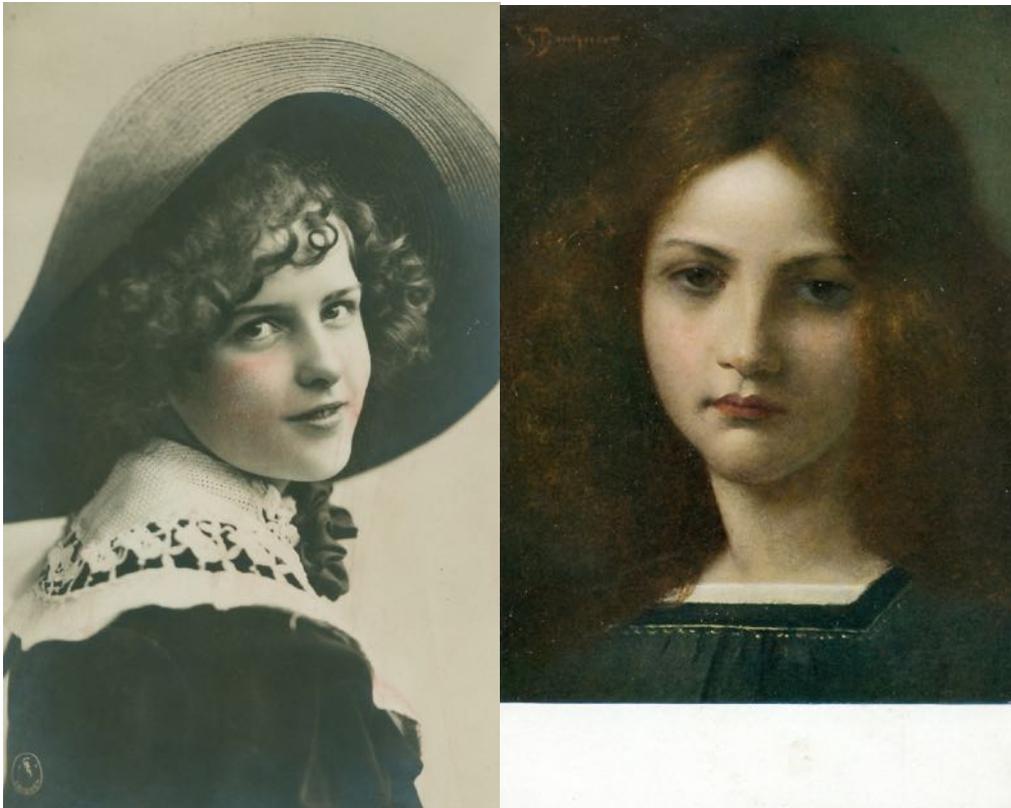


Links: [Ohne Titel] Signet: AS mit Lilie auf Schild. Verso: Déposé. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: NPG im Kreis [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 554/2. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: ATL [Aristophot, Taucha bei Leipzig] 225. Nicht gelaufen.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: NPG im Kreis [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 7378/2.
 Verso, im Briefmarkenfeld: strahlende Sonne im Dreieck. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: CAES Dresden im Oval [Carl A. E. Schmidt, Dresden] Gelaufen. Poststempel unleserlich.
 Rechts: [Ohne Titel] Im Bild signiert: G. Buchner. Verso, Signet: ESA im Kreis. Nr. 125. Georg Buchner, Erika. Nicht gelaufen. - Georg Buchner, 1858-1914, deutscher Maler.



Links: Fräulein Wildfang. Signet: WSSB [Wilhelm S. Schröder Nachf., Berlin] 1013/5. Verso, im Briefmarkenfeld: NBC, strahlende Sonne im Dreieck [Neue Bromsilber Convention GmbH] Nicht gelaufen.

Rechts: Fräulein Wildfang. Signet: WSSB [Wilhelm S. Schröder Nachf., Berlin] 1013/2. Verso, im Briefmarkenfeld: strahlende Sonne im Dreieck. Nicht gelaufen.

III.1.4 Mädchen und Pferde



[Ohne Titel] Verso: Jan Styka. Gute Freunde. Verlag: Paul Heckscher Imp. 127. Nicht gelaufen. - Jan Styka (1858 - 1925), polnischer Maler.



Links: [Ohne Titel] Verso: S.V.D. [Sächsische Verlagsanstalt GmbH, Dresden] Serie 6243/5. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: Roto im Kreis [Rotophot AG, Berlin] 5869. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: GGCo. [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] 1573/1. Gelaufen. Poststempel 1914.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: GGCo. [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] 1573/5. Datiert und Poststempel 1912.



Links: [Ohne Titel] Signet: PH im Dreieck [Photochemie Berlin]. 4421-6. Verso, im Briefmarkenfeld: strahlende Sonne im Dreieck. Stempel: II A. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: PH im Dreieck [Photochemie Berlin]. 4420-1. Verso, im Briefmarkenfeld: NBC, strahlende Sonne im Dreieck [Neue Bromsilber Convention GmbH] Nicht gelaufen.



Henny Porten. Signet: GGCo [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] Nummer unleserlich. Verso, im Briefmarkenfeld: NBC, strahlende Sonne im Dreieck [Neue Bromsilber Convention GmbH] Nicht gelaufen. - Henny Porten (1890-1960), Schauspielerin, Star des deutschen Stummfilms.



[Ohne Titel] Signet: Amag in Oval [Albrecht & Meister AG, Berlin-Reinickendorf] 62097/6. Verso, im Briefmarkenfeld: NBC, strahlende Sonne im Dreieck [Neue Bromsilber Convention GmbH] Nicht gelaufen.

III.1.5 Frau in Hosen



Phot. J. Löwy. — N. e. Lithogr. a. d. Sammlg. d. Stadt Wien. — Druck v. Friedrich Jasper, Wien. Verlag d. Vereines v. gold. Kreuze. — Nachdruck verboten.

Therese Krones als „Jugend“.

Therese Krones als "Jugend". Phot. J. Löwy. - N. e. Lithogr. a. d. Sammlg. d. Stadt Wien. - Druck v. Friedrich Jasper, Wien. Verlag d. Vereines v. gold. Kreuze. Nachdruck verboten. Verso: Serie 1892. Nummer 002. Nicht gelaufen. - Die Schauspielerin Therese Krones (1801-1830) feierte ihren größten Erfolg als "Jugend" im Märchenspiel "Das Mädchen aus der Feenwelt oder Der Bauer als Millionär" von Ferdinand Raimund.



Links: [Frau mit Florett, sitzend] Signet: RPH [Rotophot AG, Berlin] S 208 3681. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.

Rechts: L'ESCRIME. Les Petites Sportives. Signatur im Bild nicht aufgelöst. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.



Gruss aus den Bergen. Sennerin auf der Alm. Carl Otto Hayd, Kunstverlags-Anstalt, München. N° 201. Gelaufen. Poststempel 1897 (?). Adresseite ungeteilt.



Gruss vom Strande. Reinicke & Rubin Magdeburg. 170. Ges. gesch. Gelaufen. Poststempel 1902. Adresseite ungeteilt.



Gruss aus dem Jahre Neunzehnhundert und ... A. Michaelis. Bruno Bürger & Otilie, Lith.-Anst. Leipzig. Deponirt. N° 975.



Links: Gruss [Mann stürzt in den Alpen ab] Signet: Münchner Kindl mit Schild, auf dem steht: O.Z.M. Weieres Signet: E.K.M. [Emil Köhn, Kunstverlag München] Nr. 23. Gelaufen. Poststempel 1898. Adressseite ungeteilt.

Rechts: [Ohne Titel] Im Bild: fec. Ch. Scolik Wien. Gelaufen. Poststempel 1911. - Charles Scolik, 1854-1928, Fotograf.



Links: [Ohne Titel, Frau in Hosen, Prost Neujahr] Keine Angaben. Gelaufen. Poststempel 1901. Adressseite ungeteilt.

Rechts: Gruss vom Eiertanz. Im Bild signiert: A.F. Bruno Bürger & Otilie, Lith. Anst. Leipzig. Deponirt. N° 1804. Gelaufen. Poststempel 1900. Adressseite ungeteilt.



Links: [Bergsteigende Frau] Serie 121-3121. Gelaufen. Poststempel 1905.

Rechts: Miss Marion Hall. Signet: B.N.K. [Berlin-Neuroder Kunstanstalten AG, Berlin] 112. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.



Ich hab' viel Durst, was schaust mich an? / Meinst, dass ich's Bier nicht trinken kann? Signet: GLCo. [Gustav Liersch & Co., Berlin] 3053/2. Gelaufen. Dated 1908. Poststempel unleserlich.



[Frau, auf dem Bauch liegend] Keine Angaben. Nicht gelaufen.



Tiroler-Sennerin. Gruss aus den Bergen. [Verlag:] Otmar Zieher, München. Nicht gelaufen. Adressseite ungeteilt.



D'Sennerin in Hosen / Duftet nicht nach Alpenrosen. Verso: B. Lehrburger, Nürnberg. 1668. Gelaufen. Poststempel 1908 (?).



Links: Reta Walter. Mignon. Signet: GGCo. [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] Ser. 196/1. Nicht gelaufen. - Reta Walter, Opernsängerin, aus Eifersucht 1906 getötet.
Rechts: [Frau mit Schneeball] Verso, Signet: ATL [Aristophot, Taucha bei Leipzig] Serie A 35/2. Gelaufen. Datiert und Poststempel 1909.

III.1.6 Ländlich-sittlich



Links: [Ohne Titel] Verso Signet: CA&Co [Carl Andelfinger & Co., Kunstanstalt, München] 716 - Morgentoilette No. 3. Nicht gelaufen.

Rechts: Im Bild signiert: Traut. RPH [Rotophot AG, Berlin] S 534-5583. Gelaufen. Datiert 1906.



Gruß aus München [handschriftlich]. Signet: GP in Kreis, in Viereck [Photographische Gesellschaft Wien] 2123/24. Nicht gelaufen.



[Ohne Titel] Verso: Samson & Co. Photogr. Atelier. Essen-Ruhr. Limbeckerstr. 12. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: GLCo. [Gustav Liersch & Co., Berlin] 1287/5. Gelaufen. Poststempel 1910.
Rechts: [Ohne Titel] Signet: RK. 3017/2. Gelaufen. Poststempel 1906.

III.1.7 Variété-Tänzerinnen, Sängerinnen, Schauspielerinnen u.a.m.



Links: Lea Dorville. Folies-Bergère. [Fotografie:] Walery, Paris. Signet: W. 5 zackiger weißer Stern. Verso: Papier Gui[?]leminot. Série n° 605 - Th. 28. Gelaufen. Adressiert.
Rechts: [Ohne Titel] Signet: PH. 4863-4 [Photochemie Berlin]. [Fotografie:] Reutlinger. Verso: Papier "Radium Brom". Made in Germany. Gelaufen. Poststempel 1909.



Un Duel Sérieux. Signet: HS vor Hahn, darunter: Nancy. Gelaufen. Poststempel unleserlich.



Links: Die geschiedene Frau. Ich weiss sonst nichts - ich hab' ihn geliebt. Modell: Marie Ottmann. A. Schmolli, Phot. Signet: GLCo. [Gustav Liersch & Co. Berlin] 2370/1. Verso rechts unten: 3682. Gelaufen. Poststempel 1910.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: RPH [Rotophot AG, Berlin] S 876-1. Gelaufen. Datiert 1907. Poststempel unleserlich.



[Ohne Titel] Signet: MP [Polyphot GmbH München] 1088/6. Gelaufen. Datiert u. Poststempel 1911.



Cavaliéri. [Fotografie:] Reutlinger Paris. St. Pétersbourg. Kunzli Frères Editeur - Paris. 90/32. Gelaufen. Poststempel 1905. Adressseite ungeteilt. - Lina Cavaliéri (1874-1944), Schauspielerin und Opernsängerin, galt als eine der schönsten Frauen im frühen 20. Jahrhundert.



Links: Rosario Guerrero. Signet: GGCo. [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] Ser. 201/5. Gelaufen. Poststempel 1906. - Rosario Guerrero (1880, Todesdatum unbekannt), Schauspielerin und Tänzerin. Rechts: Rosario Guerrero. Signet: GGCo. [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] Ser. 205/3. Gelaufen. Poststempel 1906. - Rosario Guerrero (1880, Todesdatum unbekannt), Schauspielerin und Tänzerin.



Links: [Cléo de Mérode] Signet: R^{Co}. VII. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.
 Rechts: [Cléo de Mérode] Signet: NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 81/10. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt. - Cléo de Mérode (1875-1966), Ballerina und Varieté-Tänzerin.



Links: Maudie Sharples. Signet: GGCo. [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] Ser. 254/5 (?). Gelaufen. Dated 1906. Poststamp illegible.
 Rechts: M^{lle} Ry. Palais Royal. Signet: KF in Palette [Editeur Künzli, Paris]. Éditeurs d'Art Paris. Serie 2109. Gelaufen. Poststamp illegible.



Links: Reta Walter. Mignon. Signet: GGCo. [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] Ser. 197/4. Gelaufen. Datiert und Poststempel 1906. - Reta Walter, Opernsängerin, aus Eifersucht 1906 getötet.
 Rechts: Reta Walter. Mignon. Signet: GGCo. [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] Ser. 195/5. Nicht gelaufen.



Links: Reta Walter. Signet mit Briefmarke überklebt. Ser. 202/3. Datiert 1908. Nicht gelaufen.
 Rechts: Fern Andra. Signet: NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] S 1018/6. Im Briefmarkenfeld: strahlende Sonne im Dreieck. Nicht gelaufen. - Fern Andra (bürgerlicher Name: Vernal Edna Andrews; 1894-1974), US-amerikanische Schauspieler, Regisseurin, Drehbuchautorin und Filmproduzentin. Beliebte Schauspielerin des deutschen Stummfilms der 1910er Jahre. (Wikipedia)



Links: Henny Porten. Signet: GGCo. [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] 2237/4. Verso, Verlag: Photochemie, Berlin N. Im Briefmarkenfeld: NBC, strahlende Sonne im Dreieck [Neue Bromsilber Convention GmbH] Nicht gelaufen. - Henny Porten (1890-1960), SchauspielerIn, Star des deutschen Stummfilms.

Rechts: Leiofopld II [König Leopold II. von Belgien]. Signet: ELD [Ernest Louis Désiré le Deley, Paris] 25. [Verso: keine Information über die/den KünstlerIn des arcimboldesken Kommentars zu Leopolds II. Affären mit Frauen wie der Tänzerin Cléo de Mérode, s.o.] Aus: Ouellette / Jones 1977, S.53.



Links: Rosario Guerrero. Signet: GGCo. [Gustav Gerlach & Co. AG, Berlin] Ser. 201/4. Gelaufen.

Rechts: Rosario Guerrero. Signet: GGCo. [Gustav Gerlach & Co. AG Berlin] Ser. 201/1. Gelaufen. Poststempel 1906.



Links: Rosario Guerrero. Signet: GGCo [Gustav Gerlach & Co. AG Berlin] Ser. 201/6. Gelaufen? Briefmarke nicht gestempelt.

Rechts: Polaire. Signet: E.I.D. 4157. Verso: Déposé.



Links: [Ohne Titel, handschriftlich: Otère] NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 100/1. [Fotografie:] Reutlinger Paris 1901. Nicht gelaufen.

Rechts: La Belle Otero. Signet: S.I.P. Foto: Wallery Paris. Verso: Serie 5121. Nicht gelaufen.



Links: Anna Berger. 133. Verso: Made in Italy (Torino). Gelaufen. Datirt 1920.

Rechts: Lili Marberg als Salomé. Verl. Jos. Paul Böhm, München 1906. Nicht gelaufen.



Links: Thyra Larsen als Salomé. I. Phot. E. Grainer. Verl. Jos. Paul Böhm, München 1907. Nicht gelaufen.

Rechts: P[aul]e Delys. "Cigale". Signet: M, eingeschrieben v.B. 3051. Nicht gelaufen.



Links: [???] Hirsch. Signet: B.N.K. [Berlin-Neuroder Kunstanstalten AG, Berlin] 440. Nicht gelaufen.
 Rechts: [Arlette] Dorgère. Signet: PC in sechseckigem Stern. 4096. [Fotografie]: Reutlinger Paris.
 Beschrieben, aber nicht gelaufen.



Links: Lucie König in ihrer Scene. Signet: GGCo. [Gustav Gerlach & Co. AG, Berlin] Ser. 270/15. Foto:
 Gerlach. Nicht gelaufen.
 Rechts: S^{ta} Carmen Fernandez. 717. Nicht gelaufen.



Links: Dora Dean of Johnson & Dean. Verlag Grazer Orpheum. Nicht gelaufen. [handschriftlich auf Rückseite:] Grazer Orpheum 6. April 1905].

Rechts: [Ohne Titel] Signet: AE [Axel Eliassons Kunstverlag, Stockholm]. 2168. Gelaufen. Poststempel 1907.



Links: [Ohne Titel] Signet: DLG im Kreis. 321/2. Gelaufen. Poststempel 1908.

Rechts: [Ohne Titel] Verso, Signet: D & C. Berlin [Kunstverlag Dammeyer & Co., Berlin]. Serie 2356. Nicht gelaufen.



Links: Vialis. Signet: Venus. 8/68. Beschrieben, aber nicht gelaufen.

Rechts: [Briefmarke u. Poststempel 1907 auf Bildseite. Handschriftlich: Bonjour a tous ???] Verso: K.V.i.B.12 [Kunstanstalt Voreberg Berlin 12] Serie 80. Gelaufen.



Links: [Ohne Titel] 902. Keine weiteren Angaben. Nicht gelaufen.

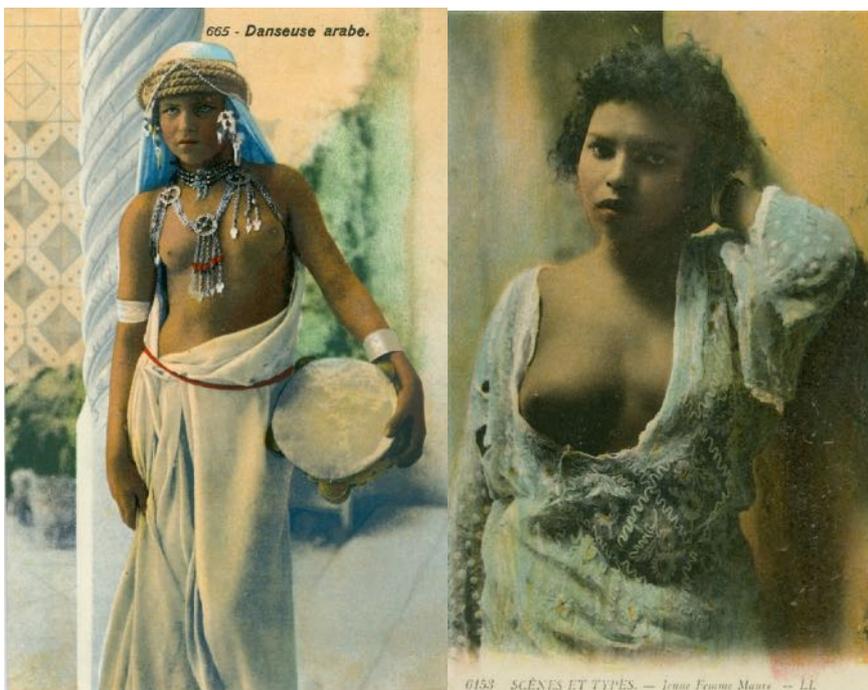
Rechts: [Lutèce] Signet: S.I.P. Série N° 12 [Société Industrielle de Photographie, Paris]. [Fotografie:] Reutlinger Paris. Nicht gelaufen.



Links: [Lutèce] Signet: S.I.P. Série N° 9 [Société Industrielle de Photographie, Paris]. [Fotografie:] Reutlinger Paris. Gelaufen. Poststempel 1902. Adressseite ungeteilt.
 Rechts: [Lutèce. Innigsten Dank] Gelaufen. Datirt 1901. Adressseite ungeteilt.]

III.2 Ethnographische Karten und Orientmalerei

III.2.1 Erotika maskiert als Ethnographika



Links: 665 - Danseuse arabe. Verso: Lehnert & Landrock, phot., Tunis. Nicht gelaufen.
 Rechts: 6153 Scènes et types. - Jeune Femme Maure - LL [Lehnert und Landrock]. Nicht gelaufen.



Links: Pima Maidens. Southern Arizona. 1384. Nicht gelaufen.

Rechts: Traut. Signet: RPH [Rotophot AG, Berlin] S 442-5059. Gelaufen. Poststempel 1910 (?).

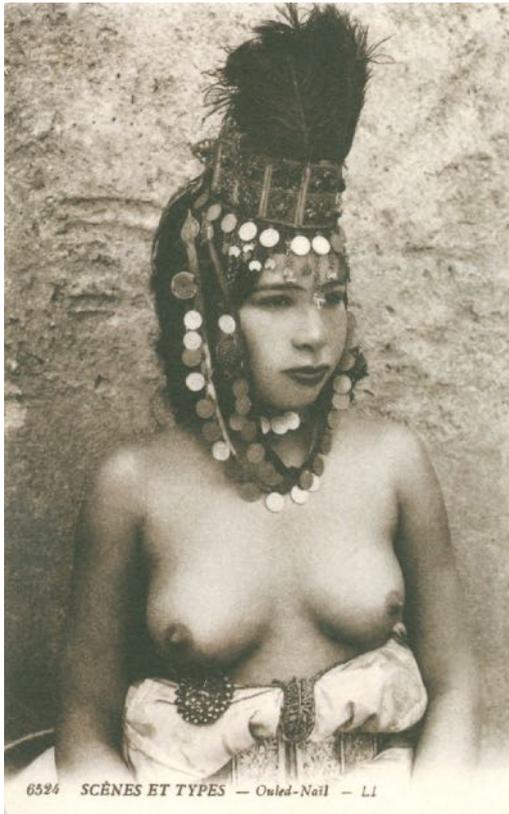


COLLECTION ARTISTIQUE « L'AFRIQUE » - DANSEUSE ARABE



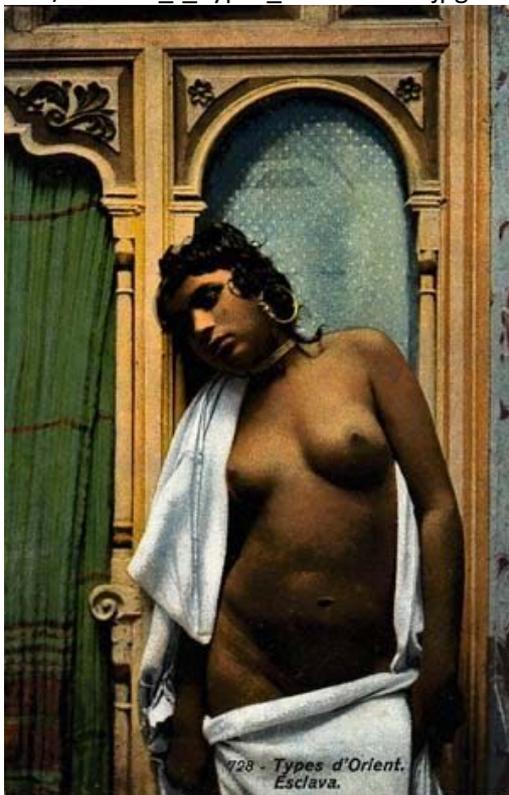
Links: Danseuse Arabe. Collection Artistique "L'Afrique". In: Belmenouar / Combier 2007, S. 28.

Rechts: Afrique du Nord, Type de Femme. In: Belmenouar / Combier 2007, S. 58.



Links: 6524 Scènes et Types - Ouled Naïl - LL [Lehnert & Landrock]. In: Belmenouar / Combier 2007, S. 264.

Rechts: Esclava. 720 Types d'Orient. Lehnert & Landrock. In: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:720_-_Types_d%27Orient.jpg

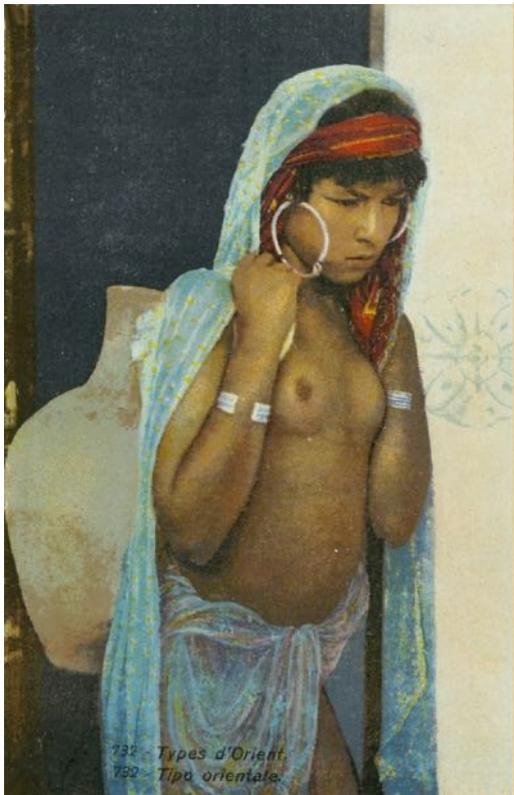


Links: Esclava. 728 Types d'Orient. Lehnert & Landrock. In: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:728_-_Types_d%27Orient.jpg

Rechts: Fathma. 719. Lehnert & Landrock. In: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Fathma_719.jpg



Links: Egyptian Types and Scenes. 153. Woman of Cairo - LL [Lehnert & Landrock] Verso: 153 Scènes et Types - Égypte. Femme du Caire. - LL. Gelaufen. Datiert 1913. Poststempel unleserlich.
 Rechts: Algérie. 47. - Femme Arabe. - Costume d'Intérieur. - LL [Lehnert & Landrock] Nicht gelaufen.



Links: Types d'Orient 732. Tipo orientale 732. Verso, Signet: LTL im Kreis [Lehnert & Landrock ?] Im Briefmarkenfeld: HUGF. Nicht gelaufen.
 Rechts: Ayada, 110. Verso, Signet: LT&L im Viereck. Editeurs: L & L [Lehnert & Landrock] Stempel: Sammlung J. Thomas, Sachrang / Obb. Nicht gelaufen.

III.2.2 Orientalmalerei als Synonym für erotische Malerei



[Ohne Titel] Verso: Täubchen im Orient. Münchner Kunst. Signet: MH mit Münchner Kindl und Türmen der Frauenkirche [Martin Herpich, Kunst- und Verlagsanstalt, München] Nr. 3130. Nicht gelaufen.



Sklavenmarkt. Nr. 741. Gruss aus. Dated 1898, but not run. – Bild von Victor Giraud (1840 - 1871, französischer Maler), Un Marchand d'esclaves, zwischen 1860 und 1867, Musée d'Orsay, Paris.



Links: Nr. 609b. Prof. Felix Possart. "Bad in der Alhambra". Nicht gelaufen. - Felix Possart, 1837-1928, Landschafts- und Architekturmaler, Studienreisen nach Spanien.
 Rechts: [Ohne Titel] Trenkler. Im Bild signiert: F. Fabbi. Verso, Signet: DTCO [Dr. Trenkler Co., Leipzig] A. Benzaquen, Tanger. Nicht gelaufen. - Fabio Fabbi, 1861-1945, Orientalmaler.



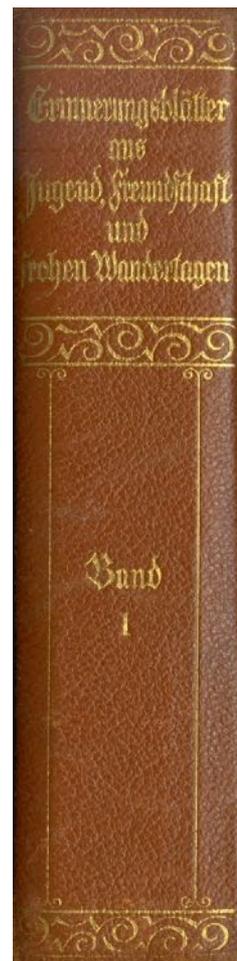
[Ohne Titel] Verso: Liverpool F. Goodall: Ein neues Licht im Harem. Frederick Goodall, geb. 17. Sept. 1822 in London, gest. 29. Juli 1904. War Schüler seines Vaters, malte in der Hauptsache Motive aus dem Orient. Signet: Stengel. Stengel & Co., G.m.b.H., Dresden 29079. Made in Germany. Rechts unten: g N. Nicht gelaufen.



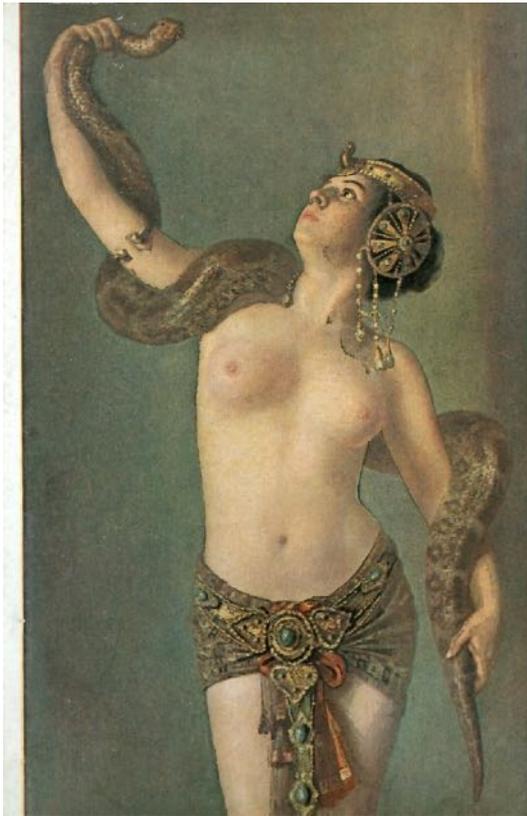
[Ohne Titel] Signiert im Bild: 1802 (?) Druet...(unlesbar). Verso: 109. A. Druet, Les panthères au sérail de l'Empereur San Jehan à Agra, Inde. Printed in Paris - Lapina. - Antoine Druet, 1857-1917, französischer Maler.



Links: [Ohne Titel] Verso: Bad im Harem. Signet. Römmler & Jonas. R 117. Nicht gelaufen.



Rechts: o.A.: Erinnerungsblätter aus Jugend, Freundschaft und frohen Wandertagen. Band 1: Weib. Privater Halblederband mit eingeklebten Postkarten, daraus die folgenden Abbildungen (s. Text: Teil I, Anm.37).



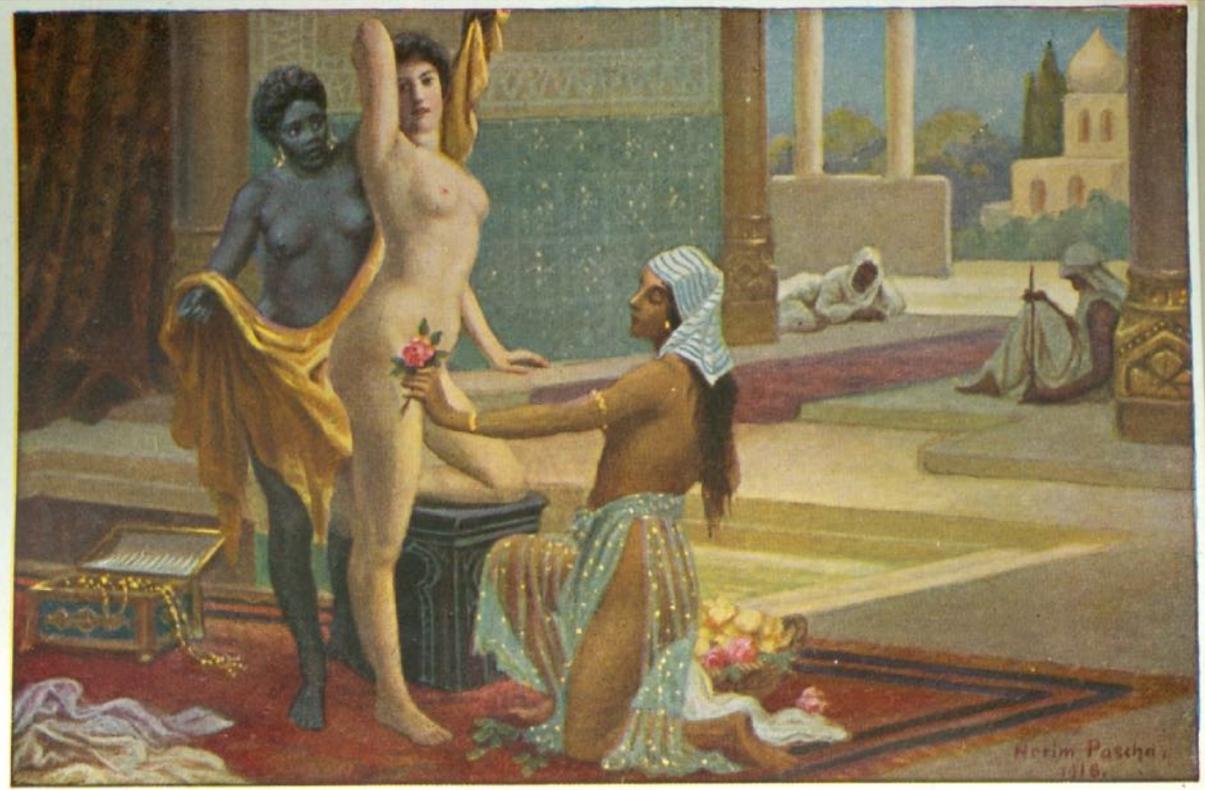
G. Rienäcker:

„Schlangenbändigerin“.

Links: [Ohne Titel] Teil der Erinnerungsblätter, Bd.1, s.o., S.13 [Editorische Notiz: verso auf mit der eingeklebten identischen Postkarten: Schlangenbändigerin/Charmeuse de serpents. Prof. G. Rienäcker. Marke J.S.C. 6082.] – Gustav Wilhelm Ferdinand Rienäcker, 1861-1935, deutscher Maler. Rechts: G. Rienäcker: „Schlangenbändigerin“. Teil der Erinnerungsblätter, Bd.1, s.o., S.11. [Editorische Notiz: verso auf mit der eingeklebten identischen Postkarten: PFB “Deutsche Meister“ Nr.6032.]



[Nackte weiße Frau im Serail] Im Bild signiert: Norim Pascha 1918. Teil der Erinnerungsblätter, Bd.1, s.o., S.51. [Editorische Notiz: verso auf mit der eingeklebten identischen Postkarten: Norim Pascha. Im Serail. Die weiße Frau. Snapshot-Kunst. Signet: S.V.D. Serie 12001-4.]



[Nackte weiße Frau im Serail] Im Bild signiert: Norim Pascha 1918. Teil der Erinnerungsblätter, Bd.1, s.o., S.23.



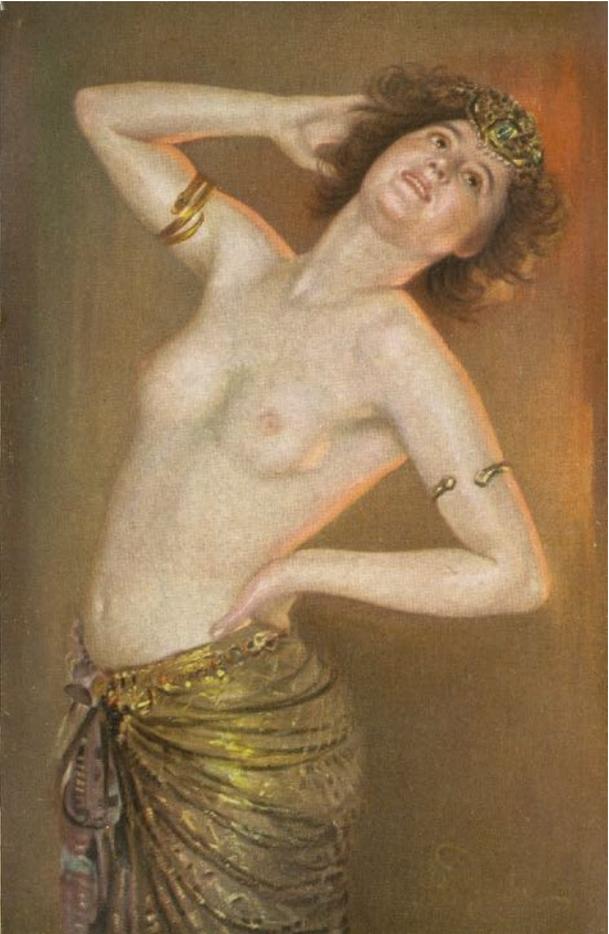
[Sklavenmarkt] Teil der Erinnerungsblätter, Bd.1, s.o., S.43.



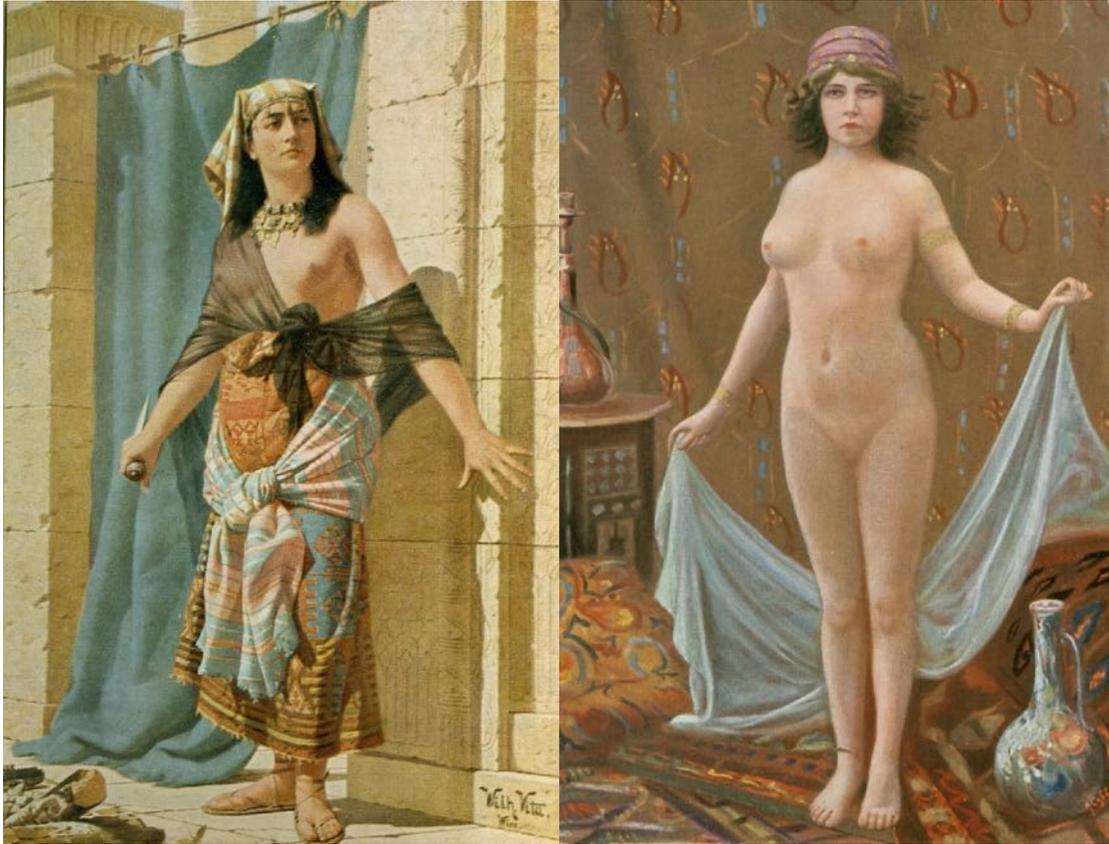
[Sklavenmarkt] Teil der Erinnerungsblätter, Bd.1, s.o., S.45.



Links: [Tänzerin] Teil der Erinnerungsblätter, Bd.1, s.o., S.29.



Rechts: [Ezel] Teil der Erinnerungsblätter, Bd.1, s.o., S.5.



Links: [Frau mit Dolch] Im Bild signiert: Wilh. Vita Wien. Teil der Erinnerungsblätter, Bd.1, s.o., S.7.
 [Editorische Notiz: verso auf mit der eingeklebten identischen Postkarten: Signet mit kyrillischen Buchstaben und weitere Aufdrucke in kyrillisch. Links unten: Vita: La Confidente] – Wilhelm Vita, 1846-1919, österreichischer Maler.

Rechts: [ohne Titel] Im Bild signiert: JCybbn...? Teil der Erinnerungsblätter, Bd.1, s.o., S.9.



[Ohne Titel] Verso: Salons de Paris – Taib Yasmina. Imprimeries de Neurdein Frères à Paris. ND.
 Phot. 275 dt. Signet: SPA und Zweig – Salomon Taib (1877-1951), französischer Maler. „Yasmina“ wurde 1914 im Salon des artistes français (Grand Palais, Paris) ausgestellt.

III.3 Männer?

III.3.1 Die fehlenden Männer



[Ohne Titel] Signet: AE [Axel Eliassons Kunstverlag, Stockholm] 2570/2. Foto von Baron von Gloeden, 1856-1931. Aus: Ouellette / Jones 1977, S. 113.



Links: [Ohne Titel] Signet: AE [Axel Eliassons Kunstverlag, Stockholm] 5 50132/3. Foto von Baron von Gloeden. Aus: Ouellette / Jones 1977, S. 113.



Rechts: Il Fauno Gigante. Foto von Baron Wilhelm von Gloeden. Aus: Ouellette / Jones 1977, S. 113.



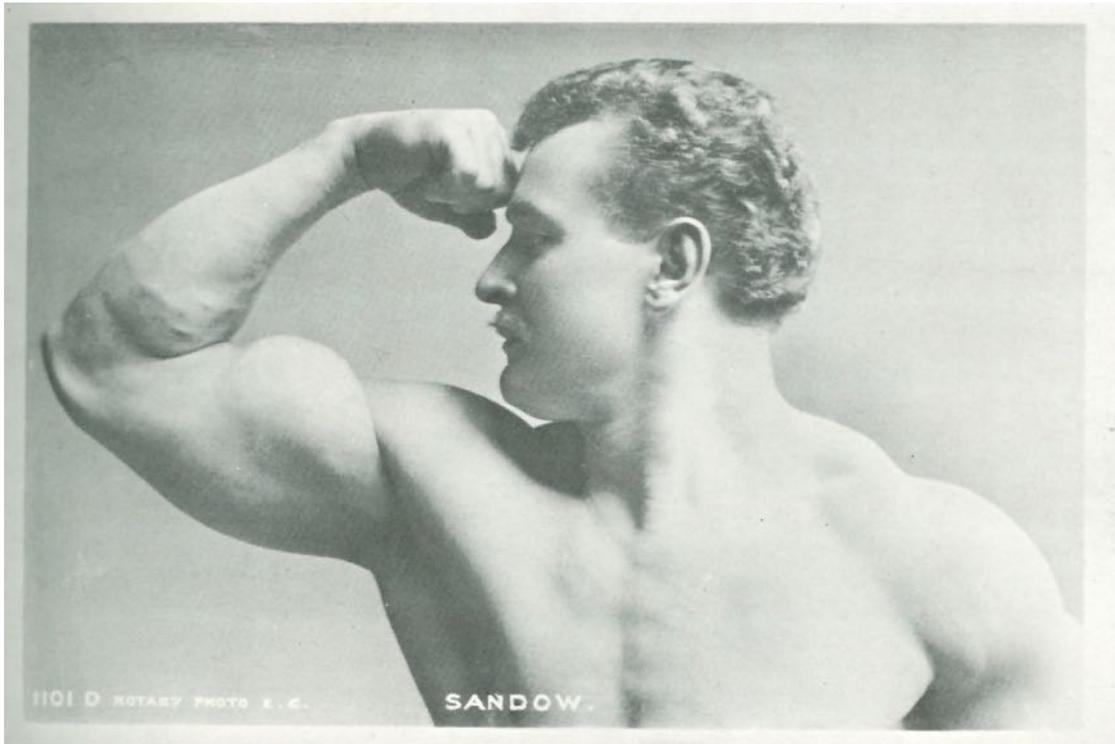
Links: Jeune arabe. 125. Verso: L&L. Aus: Ouellette / Jones 1977. S. 112.

Rechts: [Ohne Titel] NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 424/8. Aus: Ouellette / Jones 1977, S. 112.

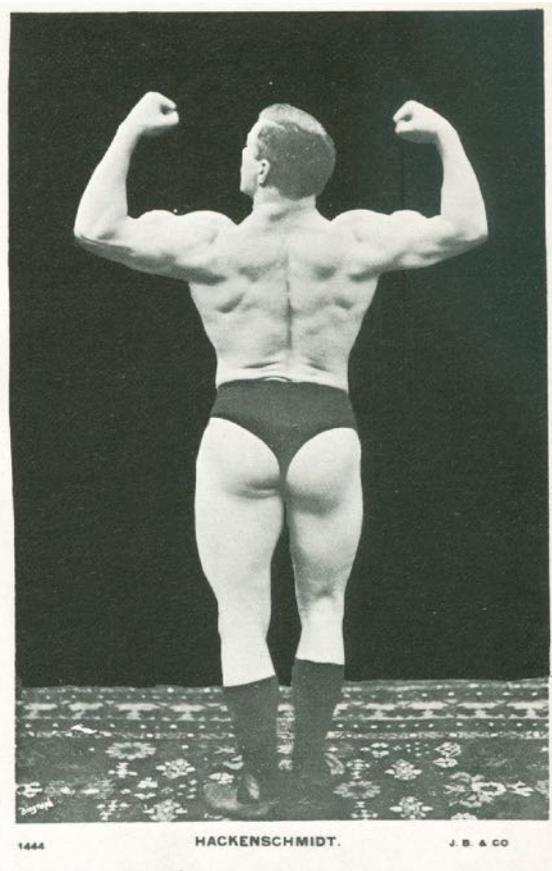
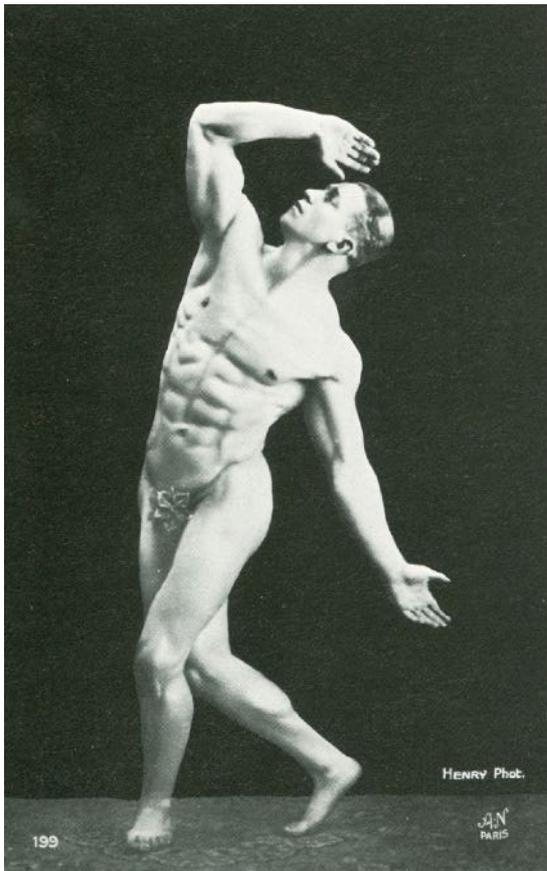


Links: George O'Brien. Aus: Ouellette / Jones 1977, S.114. – George O'Brien, 1899-1985. US-amerikanischer Sportler, Stuntman und Schauspieler.

Rechts: Zbyszko Cyganiewicz. Aus: Ouellette / Jones 1977, S. 114. – Zbyszko Cyganowicz, 1879-1967, polnischer Ringer.



Sandow. 1101 D Rotary Photo E.C. Aus: Ouellette / Jones 1977, S. 115. - Eugen Sandow, 1867-1925, Vorreiter des Kraftsports.



Links: [Ohne Titel] Henry Phot. Signet: AN [Armand Noyer] Paris. 199. Aus: Ouellette / Jones 1977, S. 115.

Rechts: Hackenschmidt. Signet: J.B. & Co. [J. Beagles & Co, London] 1444. – Georg Karl Julius Hackenschmidt, 1878-1968, estnischer Ringer und Gewichtheber.



Quoique écloses de ce matin / Elles ont le calice déteint / Mais fraîches ou roses qu'importe / Amitié elles vous apportent. Signet: SAR (?) im Rhombus. 3383. Beschrieben und datiert 1916, aber nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: REX. 4728. Verso: Printed in France. Beschrieben und datiert 1916, aber nicht gelaufen.

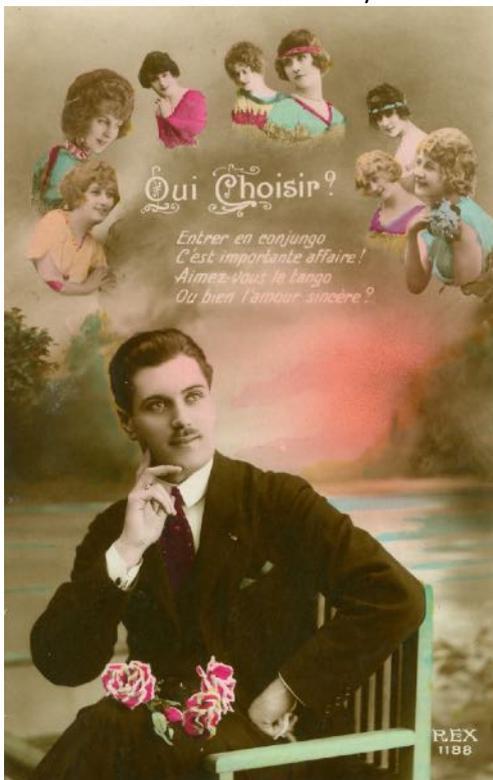


Rechts: [Ohne Titel] Signet: PP im Rhombus. 1089. Nicht gelaufen.



Links: [Mann am Klavier]. Signet: SAR (?) im Rhombus. 5942. Verso: Fabrication Française. Gelaufen. Poststempel 1928 (?).

Rechts: Plus de CÉLIBATAIRES / Monsieur faites votre choix. Signet: Mug. 234. Nicht gelaufen.



Links: Qui Choisir? Entrer en conjungo / C'est importante affaire! / Aimez vous le tango / Ou bien l'amour sincère? Signet: REX. 1188. Verso: Fabrication Française. Beschrieben und datiert 1924 (?), aber nicht gelaufen.

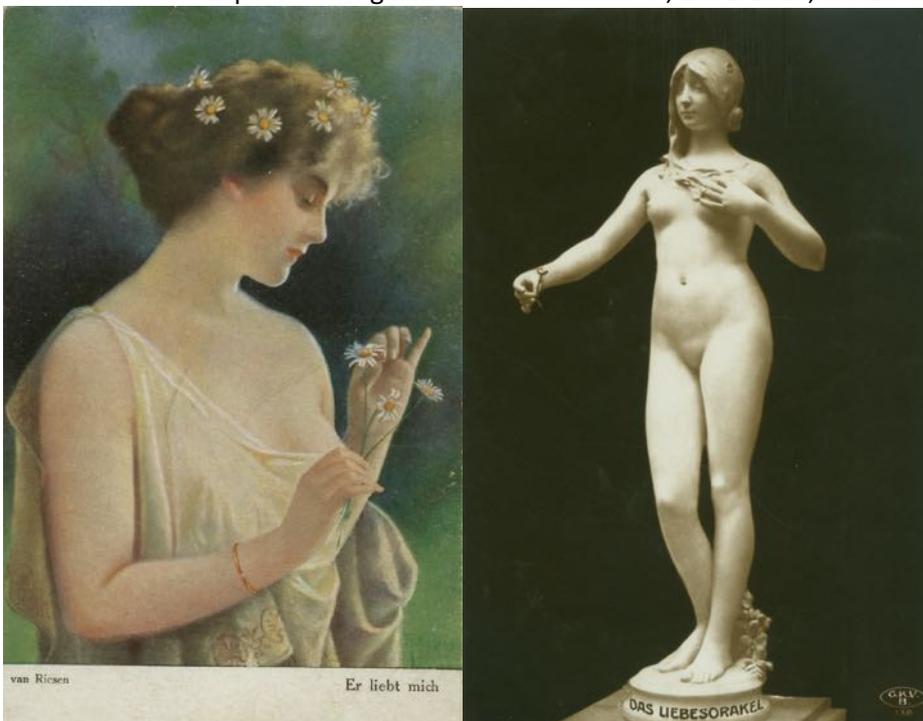
Rechts: QUI TROP EMBRASSE, MAL ÉTREINT. Venez-vous avec moi, car jolies toutes deux / De l'une et de l'autre je me sens amoureux. Nicht gelaufen.

III.3.2 Der immer anwesende Mann und Voyeur



Links: Jos. Kiss. Hochzeitstraum. Verso, Signet: K&H im Kreis. "Bunte Reihe" Nr. 11. Franz Manger Nachf. Köln 81. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Verso, Signet: SPA mit Lorbeerzweig. J. Scalbert. L'épreuve. 5301. Salon de Paris. Printed in Paris - Lapina. Nicht gelaufen. - Jules Scalbert, 1851-1928, französischer Maler.



Links: van Riesen. Er liebt mich. Verso, Signet: L&B [Littauer & Boysen, Berlin]. Nr. 16714. Nicht gelaufen.

Rechts: Das Liebesorakel. Signet: G.K.V. B im Oval. Verso: Graphische Kunst- u. Verlagsanstalt, Berlin-Schöneberg. 138. Im Briefmarkenfeld: NBC, strahlende Sonne im Dreieck [Neue Bromsilber Convention GmbH]. Nicht gelaufen.



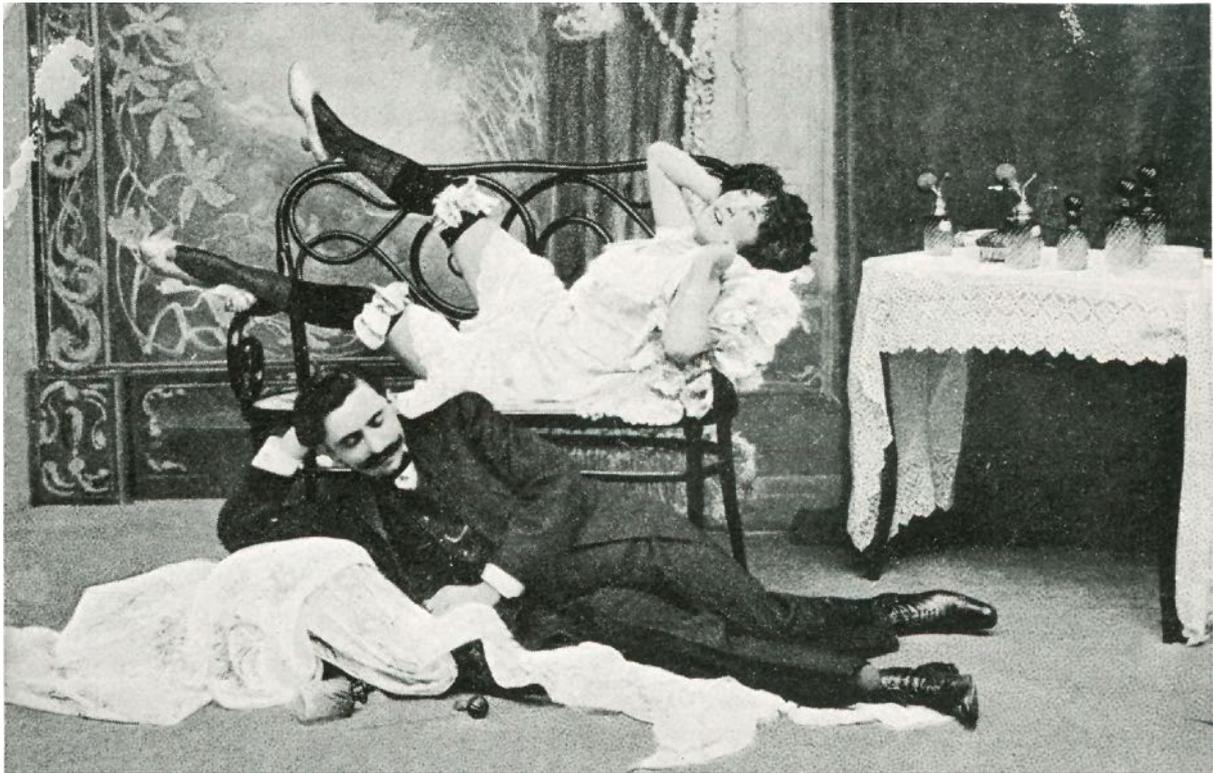
L'oracle de la Marguerite. Qu'importe ton secret. / Marguerite jolie, / Notre coeur le connaît / Et c'est: A la Folie! ... Signet: DIX 823/5. Beschrieben und datiert 1917, doch nicht gelaufen.

III.4 Erotik auf Postkarten (1895-1930)

III.4.1 Um 1900: In Reizwäsche und fast nackt Fetischist



[Frau, sich kämmend] 100. Keine weiteren Angaben. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.



[Fetischist] 1073. Aus: Ouellette / Jones 1977, S. 69 Nr. 4.



[Ziehkarte]. Aus: Ouellette / Jones 1977, S. 32/33.



Links: [Ohne Titel. Beschrieben: Berlin ...] Gelaufen. Poststempel unleserlich. Adressseite ungeteilt. An den Verein ...

Rechts: Gasanstalt hier! "Bitte schicken Sie heute noch einen Mann, da ich mich sonst heute Nacht wieder mit einem Kerzenlicht behelfen muss!" Gelaufen. Poststempel unleserlich.



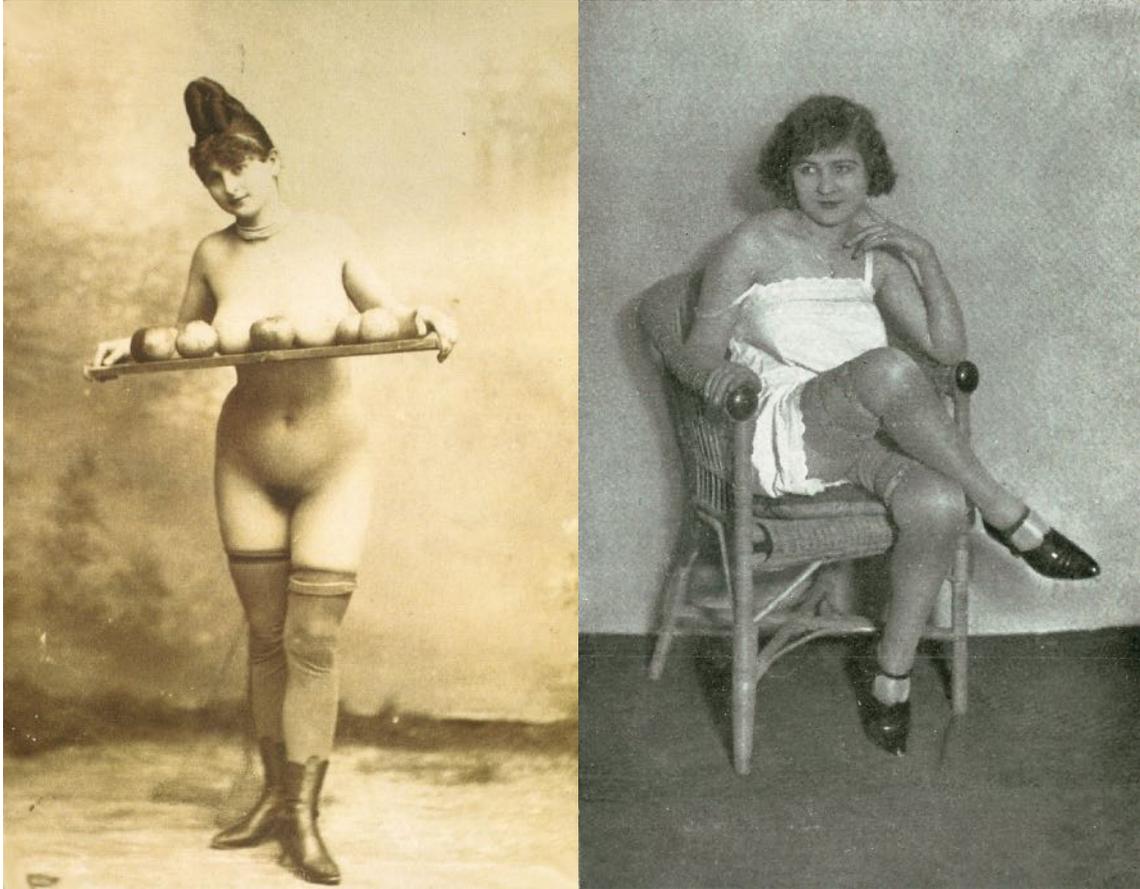
[Ohne Titel. Herr schaut aus dem Kellerfenster Frau unter den Rock]. Im Bild signiert: ????. Verso: Verlag "Sect" [Verlag des „Sect“, Leipzig]. Nicht gelaufen.



Foto, anonym, um 1900. In: Scheid 2000, Nr.100.



[Schulmädchen] N 27. Aus: Die erotische Postkarte 1988.

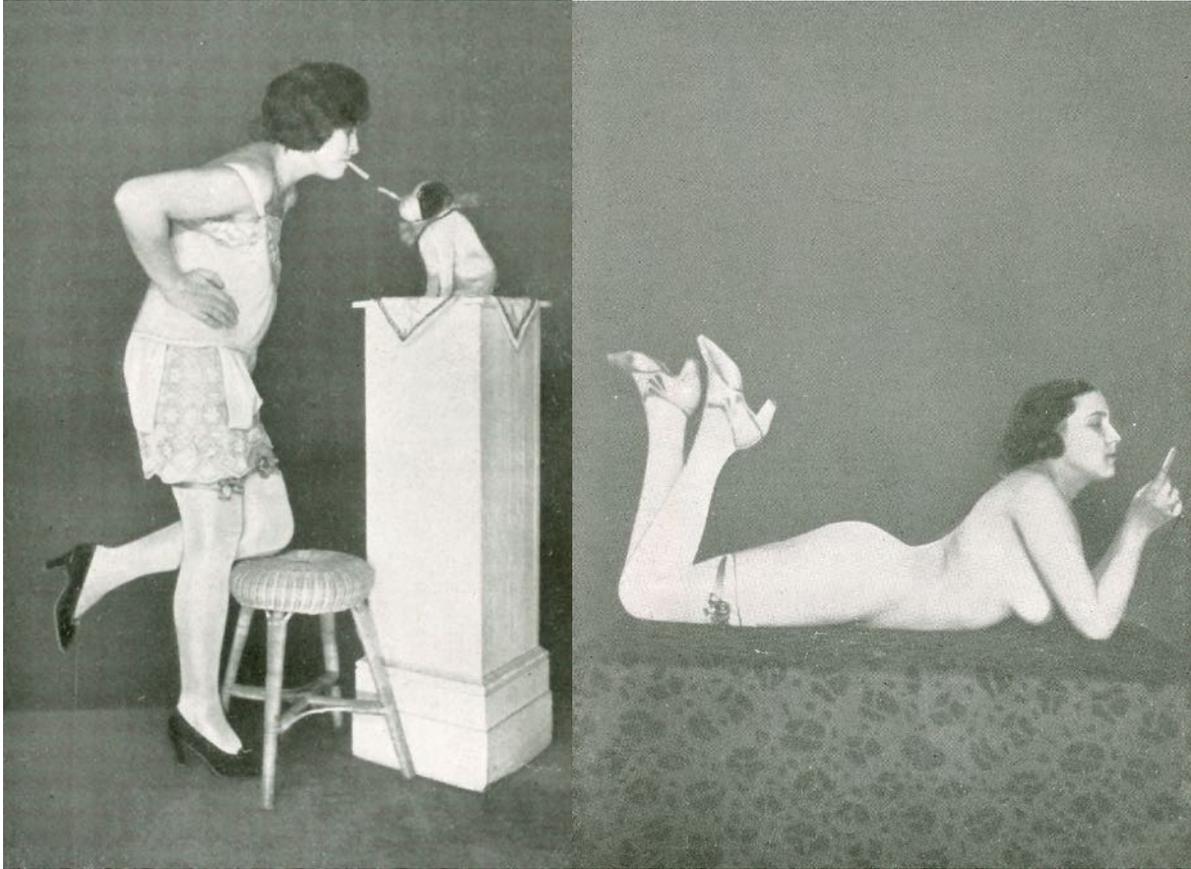


Links: Achetez des pommes, anonym, um 1890. In: Scheid 2000, Nr. 88.

Rechts: M. T. in Hemdhose und Strümpfen, der bekannten "Reizwäsche" aus Fritz Ulbrichs Fundus, mit der er neu hinzukommende Modelle köderte, indem er Aufnahmen der Dauerfreundin in dieser Wäsche vor den Neulingen machte, um diese dann dazu zu bringen, sich auch in so "vornehmer" Wäsche photographieren zu lassen. In: Wulffen / Abraham 1931, Bild 18.



Aufnahme der M. T. Das Modell wird dem künstlerischen Empfinden Ulbrichs durch das Aufsetzen eines Hutes gerecht. In: Wulffen / Abraham 1931, Bild 28.



Links: Verheiratete Frau. Eine der Aufnahmen, die Ulbrich "spaßhalber" von solchen machte. In: Wulffen / Abraham 1931, Bild 132.

Rechts: Von Fritz Ulbrich fotografierter Ganzakt, für den Verkauf bestimmt, dessen Pikanterie dadurch gesteigert werden sollte, dass das Modell Strümpfe und Schuhe anbeihelt. In: Wulffen / Abraham 1931, Bild 142.



[Frau liegend, mit Hund] Signet: PC Paris im Kreis [Papeterie de Levallois-Clichy, Paris]. 1449. In: Die erotische Postkarte, S. 8 (nach eigener Zählung).



Links: [Frau sitzend]. Signet nicht lesbar. 164 (?). In: Die erotische Postkarte, S. 57 (nach eigener Zählung).

Rechts: [Fotograf knipst die Scham] Signet: ? in Dreieck. 540. Ausschnitt. In: Die erotische Postkarte, vor S. 1 (nach eigener Zählung).



[Fotograf knipst die Scham] Signet: ? in Dreieck. 540. In: Die erotische Postkarte, Umschlag, Rückseite.



Links: [Frau, sich kämmend] Verso, Signet: Waage mit ????. Radiotinto - Serie 2 1-10. Wiederholung des Signets im Briefmarkenfeld. Nicht gelaufen.

Rechts: [sitzende Frau mit entblößtem Oberkörper] 205/12. nicht gelaufen.



[Frau sitzend, mit fallendem Unterkleid] 3933/1. Verso: Signet: NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] im Briefmarkenfeld. Nicht gelaufen.

III.4.2 Sie zieht sich aus - liegt im Bett - posiert für ihn



Ein tiefblickender Schustergeselle vor 100 Jahren. Dess. N^o. 343. Turnowsky's Neuheiten Vertrieb Leipzig Hainstr. 10. Nicht gelaufen. Adressseite ungeteilt.



Links: [Ohne Titel, beschrieben: Es geht mir]. Gelaufen. Poststempel unleserlich. Adressseite ungeteilt.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: EPA. 348. Verso: "Eine Million", Postkartenverl. Emil Maurach, Buch- u. Kunsthdlg., Riga, Scheunenstr. 9. Telf. 920. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Verso, Signet: TCCo [Trinks & Co., Leipzig]. Serie 2249. 2. Rechts unten: 51113. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Verso: Verlag "Sect" [Verlag des „Sect“, Leipzig]. Ges. Gesch. Nicht gelaufen.



Links: [Mann als Voyeur hinter Paravent 1]. Keinerlei Angaben, nicht gelaufen.

Rechts: [Mann als Voyeur hinter Paravent 2]. Keinerlei Angaben, nicht gelaufen.



Links: [Frau im Bett mit Brief] 1212/3. Keine weiteren Angaben, nicht gelaufen.

Rechts: [Frau im Bett mit Brief] 1212/4. Keine weiteren Angaben, nicht gelaufen.



Honnny soit qui mal y pense. Edgar Schmidt, Dresden. 1388. Nicht gelaufen. Adressseite ungeteilt.
[Ohne Titel] 205/12. Keine weiteren Angaben, nicht gelaufen.



Störung. Verso: R. Cogghe pinx. Signet: O.K.W. Nr. 79. Nicht gelaufen. - Rémy Cogghe, 1854-1935, belgischer Maler.

III.4.3 Frivol? Stoff als zweite Haut, gewickelt, als Schleier



Links: [Ohne Titel] Gelaufen. Poststempel 1905.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: RPG [Rotophot AG, Berlin] S. 348-4528. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: RPH [Rotophot AG, Berlin] Serie 190. 3582. Gelaufen. Poststempel 1904.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: RPH [Rotophot AG, Berlin] S 441-5051. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: GLCo. [Gustav Liersch & Co, Berlin] 1239. Gelaufen. Poststempel 1906.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: PH im Dreieck [Photochemie Berlin]. 4031-1. Verso: Papier Radium Brom. Nicht gelaufen.



Links: Destrée. Signet: ATL [Aristophot, Taucha bei Leipzig]. 777/1. Nicht gelaufen.
 Rechts: Der Schleierfall. N°. 1252. Im Bild monogrammiert: YR (?). Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.



[Ohne Titel] NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] 455/9. Verso: Oranotypie. Neue Photographische Gesellschaft A.G. Steglitz 1904. Als Postkarte offen hinterlegt zum Musterschutz-Register beim Amtsgericht Berlin. Gelaufen. Poststempel 2007.



Links: [Ohne Titel] NPG [Neue Photographische Gesellschaft, Berlin] 344/6. Verso: Oranotypie. Neue Photographische Gesellschaft A.G. Steglitz. 1904. Als Postkarte offen hinterlegt zum Musterschutz-Register beim Amtsgericht Berlin. Nicht gelaufen. Im Briefmarkenfeld: 15. Nicht gelaufen.
 Rechts: [Ohne Titel] M.F. Paris. 830. Beschrieben, aber nicht gelaufen. Briefmarke und Poststempel (gemäß damaliger Vorschrift der französischen Post) auf Bildseite.



Links: [Handschriftlich: Bonne fête] Im Bild: Arlajew Paris. Gelaufen. Poststempel unleserlich.
 Rechts: [Frau in Grün] In Bildseite geschrieben. Datiert 1901 (?) Verso: Serie 204/3.



Links: [Bromkarte, Frau schaut aus]. Keine Angaben. Nicht gelaufen.
 Rechts: [Ohne Titel] Keine Angaben. Gelaufen. Poststempel 1901.

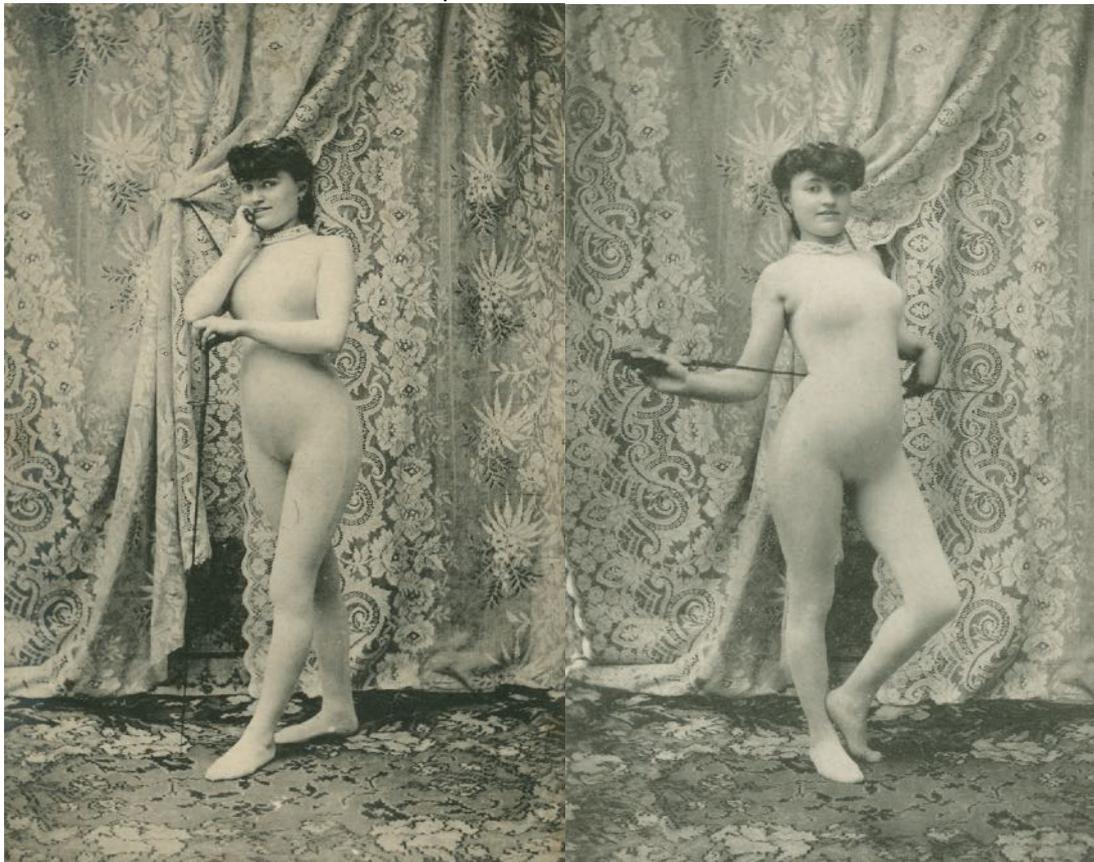


Links: Manon des Grieux. Verso: Lagriffe, 18, Rue Labrouste, Paris. Gelaufen. Poststempel unleserlich.
 - "Manon Lescaut", Oper von Puccini nach dem Roman "Histoire du Chevalier Des Grieux et de Manon Lescaut" des Abbé Prévost.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: GLCo [Gustav Liersch & Co., Berlin] 3696-3. Im Briefmarkenfeld: ??? im Efeukranz. Beschrieben, aber nicht gelaufen.

III.4.4 Trikot-Postkarte



Gruss aus ... Auf schwere Waffen. Ohne Binde und Bandagen. No. 832. Verlag von E. Keppler, München. 1898. Gelaufen. Poststempel unleserlich.



Links: [Trikotdame mit Florett] Ohne Angaben. Nicht gelaufen.

Rechts: [Trikotdame mit Florett] Verso: Lagriffe, 18, Rue Labrouste, Paris. Nicht gelaufen.



Links: Gaby Carter. Signet: J.D.& C^{ie} Paris. [Fotografie:] J. Oricelly, Paris. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.

Rechts: Georgette Duval. Signet: E.S.D. [Edgar Schmidt, Dresden] auf Schild. 564. Gelaufen. Poststempel 1901. Adresseite ungeteilt. - Georgette Duval (geb. 1884), Schauspielerin.



Princess Chimay, die Diamantenkönigin. Gruss aus ... No. 162 V. Im Bild signiert: R. Lopès (?). Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt. - Clara Ward (1873-1916), verehelicht zeitweilig als Princesse de Caraman-Chimay, war eine Berühmtheit der Belle Époque.



Links: [Zwei Mädchen in Trikot] 2255/4. Nicht gelaufen.

Rechts: Lucienne d'Armoÿ. Signet: SIP im Kreis [Soci t  Industrielle de Photographie, Paris]. 5170. Im Bild: Walery Paris.



Links: Et ro. Signet: GG&Co. [Georg Gerlach & Co. AG. Berlin] Ser. 168/5. Verso: Zum Musterschutz als Postkarte offen hinterlegt b. Kgl. Amtsgericht. Nachahmung wird verfolgt. Nicht gelaufen.

Rechts: Et ro. Signet: GG&Co. [Georg Gerlach & Co, AG Berlin] Ser. 168/3. Verso: Zum Musterschutz als Postkarte offen hinterlegt b. Kgl. Amtsgericht. Nachahmung wird verfolgt. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne jede Angabe. Beschriftet: Carissimo] Beschriftet, aber nicht gelaufen.
 Rechts: [Ohne Titel] Stars. Duvernoy. SIP Paris [Société Industrielle de Photographie, Paris]. 8^e Série
 N° [Zahl unleserlich].

III.4.5 Lebender Marmor



Henry de Vry's berühmte lebende Bilder. Afrikan. Tänzerin. Glück und Gruss! Verlag
 von Gebr. Schelzel, Dresden-N. No 7. Gelaufen. Poststempel 1899. Adressseite ungeteilt.



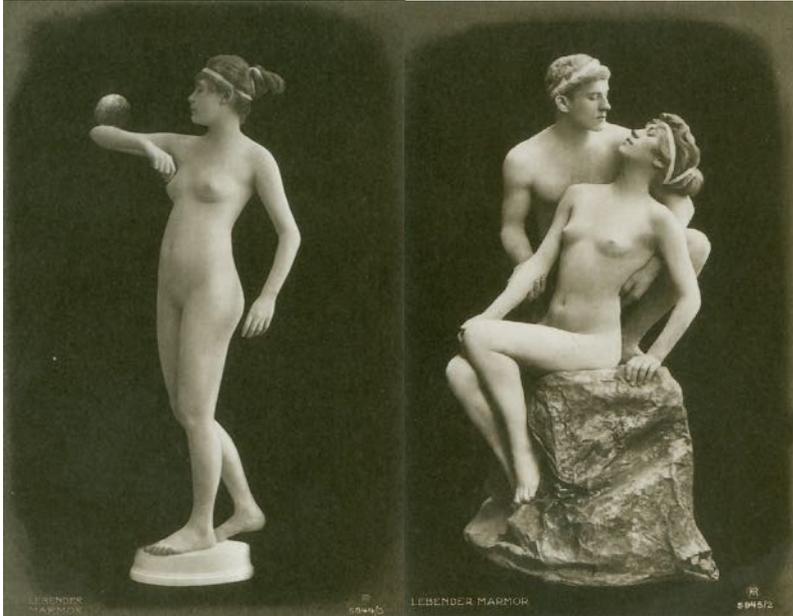
Links: [Ohne Titel] Verso: Lebender Marmor. Serie 2. Signet: RPh im Kreis [Rotophot AG Berlin]. Nicht gelaufen.

Rechts: Nina, eine Plastikdarstellerin aus der Ulbrichschen Gruppe als "Bacchantin". In: Wulffen / Abraham 1931, Bild 108.



Links: Eine Ulbrichsche Plastik, wie sie auf kleinen Varietébühnen gezeigt wurde. In: Wulffen / Abraham 1931, Bild 119.

Rechts: Ulbrichs Lebender Marmor in der Vorstellung. In: Wulffen / Abraham 1931, Bild 120.



Links: Lebender Marmor. Signet: RPh im Kreis [Rotophot AG Berlin] 5944/3. In: Die erotische Postkarte, S. 13 (nach eigener Zählung).

Rechts: Lebender Marmor. Signet: RPh im Kreis [Rotophot AG Berlin] 5945/2. In: Die erotische Postkarte, S. 13 (nach eigener Zählung).

III.4.6 Nacktes in der Salonkunst

III.4.6.1 Erotik im Salon

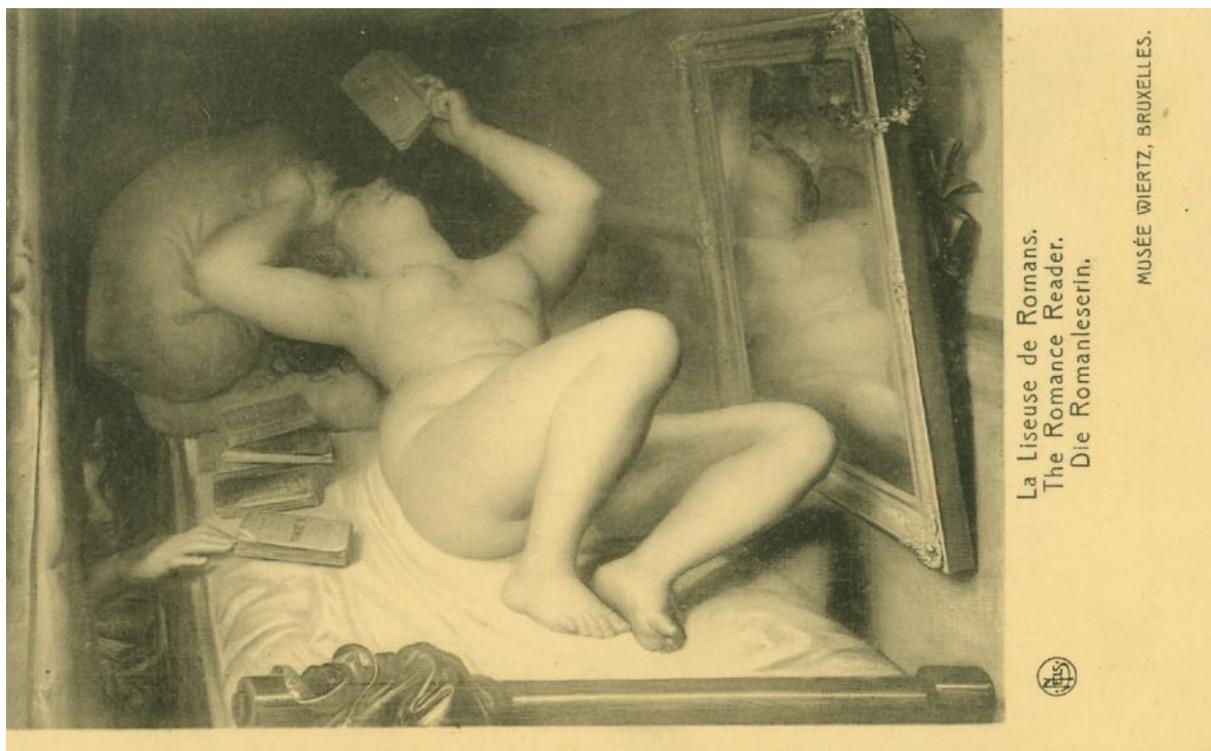


Links: [Ohne Titel] Im Bild signiert: L. Schmutzler. Verso: L. Schmutzler. Hetäre. Signet: O.G.Z.-L. unter Bild im Achteck [O. G. Zehrfeld, Leipzig] 364. Rechts unten: S. 40. Nicht gelaufen. - Leopold Schmutzler (1864-1941), deutscher Maler.

Rechts: [Ohne Titel] Verso: S. Reicke: "Schleiertanz". Verlag Hermann Wolff, Berlin S 5° Boppstr. 7. K 120. Nicht gelaufen.



J. J. Henner - Nymphe couchée. Im Bild signiert: J. J. Henner. 57.-E.M. Palais des Beaux-Arts de la Ville de Paris - Petit Palais. Nicht gelaufen. - Jean Jacques Henner (1829 - 1905), französischer Maler.



La Liseuse de Romans. Musée Wiertz, Bruxelles. Signet: NELS im Kreis. Verso: Ern. Thill, rue Simonis, 20-22. Bruxelles. Signet. Nicht gelaufen. - Antoine Wiertz (1806-1865), belgischer Maler. Das Bild zeigt die erotische Stimulierung einer Frau durch Romanlektüre. Zur Aufgeilung dient ein Spiegel. Links erkennt man den Teufel, der für Nachschub an Romanen sorgt. Das Bild thematisiert das Verderbnis durch Romanlektüre, stellt den Vorgang aber zugleich erotisch stimulierend dar. Diese Widersprüchlichkeit von Bildaussage und Bildwirkung charakterisiert das Gemälde.



Links: [Ohne Titel] Verso: Nr. 32. Wiertz. L'attente. Signet: D im Kreis. Nicht gelaufen. - Antoine Wiertz (1806-1865), belgischer Maler.

Rechts: P. Carrier-Belleuse. La Farandole. Im Bild signiert: Pierre Carrier-Belleuse, 1912. Salon 1912. N.B. Signet: AN Paris [Armand Noyer, Paris] 1369. Verso, Signet: SPA mit Lorbeer im Viereck. A. Noyer, Editeur, Paris. Gelaufen. Poststempel 1912. - Pierre Carrier-Belleuse (1851 - 1932), französischer Maler.



Links: [Ohne Titel] Verso: Germain pinx. Erste Sitzung. Signet 476. Noria Kunst-Karte. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Im Bild signiert: Maggy Manier. Verso: 2689. La chemise. Printed in Paris - I. Lapina. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Im Bild signiert: Philipp Zehbe. Verso, Signet: NPG [Neue Photographische Gesellschaft A.G., Berlin] 08023/5. Nicht gelaufen.

Rechts: Eine Idee. Verso: F. Lematte pinx. O.K.W. Nr. 86. Nicht gelaufen. – Fernand Lematte (1850-1929), französischer Maler.



Links: [Ohne Titel] Im Bild signiert. Verso: A. Boyé pinxit. Dans la forêt. Im Walde. Signet. Salon de Paris. S.A.F. A.N. Paris [Armand Noyer, Paris]. N° 112. Luxochromie A. Noyer - Paris. Gelaufen. Datiert und Poststempel 1916.

Rechts: Le Bouquet, par Delphin Enjolras. Salon de l'École Française 1906. 1060 Gr. ND Phot. [Atelier "Neurdein Frères" in Paris] Im Bild signiert. Nicht gelaufen. - Delphin Enjolras (1857-1945), französischer Maler.



L. Muraton: Sur L'Oreiller (étude). Salon d'Hiver. Im Bild signiert. Signet: AN Paris. 1116. Verso: A[rmand]. Noyer, Paris (Fabrication Française) 83. Gelaufen. Datiert und Poststempel 1918. - Louis Muraton (1850-1901), französischer Maler.



[Ohne Titel] Verso: 26. G. Papperitz, Das Echo. Verlag der Vereinigten Kunstanstalten, Berlin. Nicht gelaufen. - Georg Papperitz (1846-1918), deutscher Maler.



J. Loysel. Étude sur les mouvements des Danses Grecques. 1611. Salon 1912. A.F. Signet: AN Paris. Verso: A.R.&C.i.B. [Arthur Rehn & Co. in Berlin] A[rmand] Noyer, Editeur, Paris. Nicht gelaufen. - Jacques Loysel (1879-1925), französischer Bildhauer.



H. Larramet de Belot. La Sieste. 7348. Verso: Braun & Cie, Éditeurs, Salons de Paris - 7348. Nicht gelaufen. - H. Larramet de Belot (1849-1918), französischer Maler.



[Ohne Titel] Verso: Fenner-Behmer. Bücherwurm. Hanfstaengl's Künstlerkarte Nr. 232. Copyright F.H. Nicht gelaufen. - Hermann Fenner-Behmer (1866-1913), deutscher Maler.



[Ohne Titel] Serie X,2. Phil. Klein, In Gedanken. G. Hirth's Verlag, G.m.b.H., München. Copyright. "Jugend"- Postkarte. Nicht gelaufen.

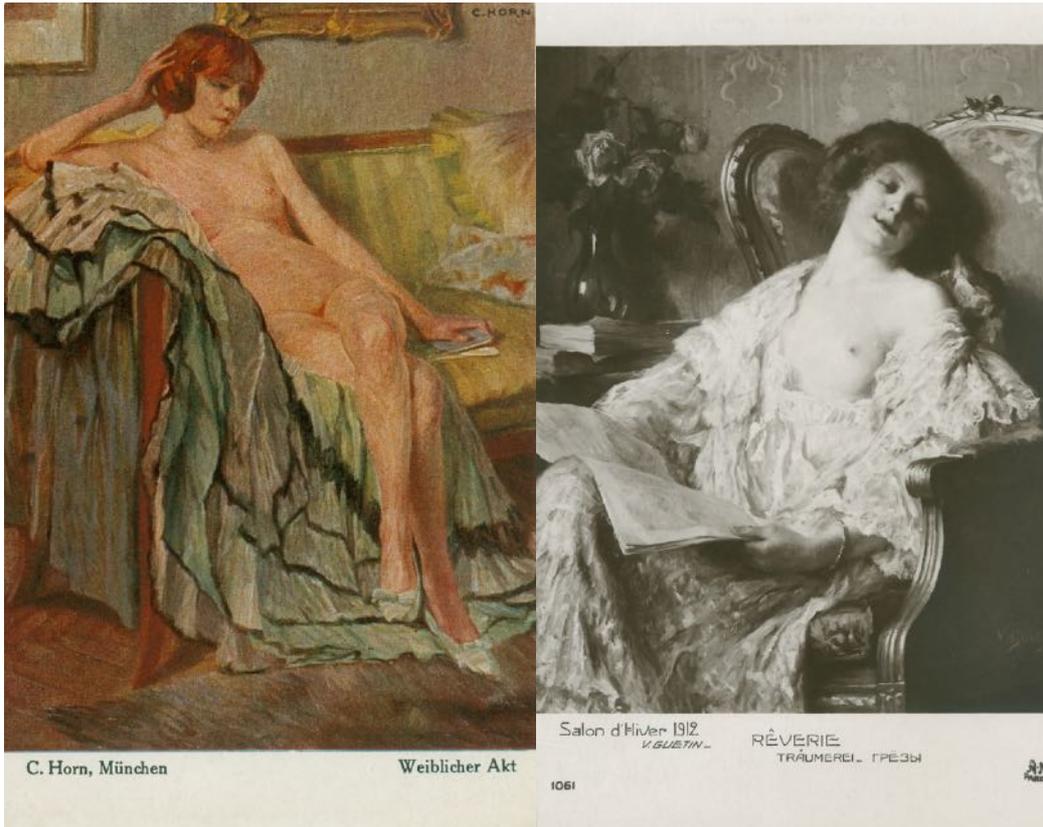


[Ohne Titel] Martin Kavel. Schlaflosigkeit. 1180. Printed in Paris - I. Lapina. Nicht gelaufen. - Françoise Martin Kavel (1861-1931), französischer Maler. Er stellte regelmäßig auf dem Salon de Paris aus.



Links: Liseuse, par E. Sain. Salon de 1908. 3149 Dt. ND Phot. [Atelier "Neurdein Frères" in Paris] Verso, Signet: SPA mit Lorbeerzweig. Nicht gelaufen. - Edouard Alexandre Sain (1830-1910), französischer Maler.

Rechts: [Ohne Titel] Verso: Enjolras, Pinxit. L'auteur favori. Paul Heckscher, Stockholm. Imp. No. 1220/3. Feldpost 1915. - Delphin Enjolras (1857-1945), französischer Maler.



Links: C. Horn, München. Weiblicher Akt. Im Bild signiert. Verso: Neue Photographische Gesellschaft Aktiengesellschaft, Berlin-Steglitz. Nr. 293. Nicht gelaufen. - Carl Horn (1874-1945), deutscher Maler. Rechts: V. Guetin. Rêverie. Salon d'Hiver 1912. 1061. Signet: AN Paris. Verso, Signet: SPA mit Lorbeerzweig. A.R. & C.i.B. A[rmund] Noyer, Editeur, Paris. Nicht gelaufen.

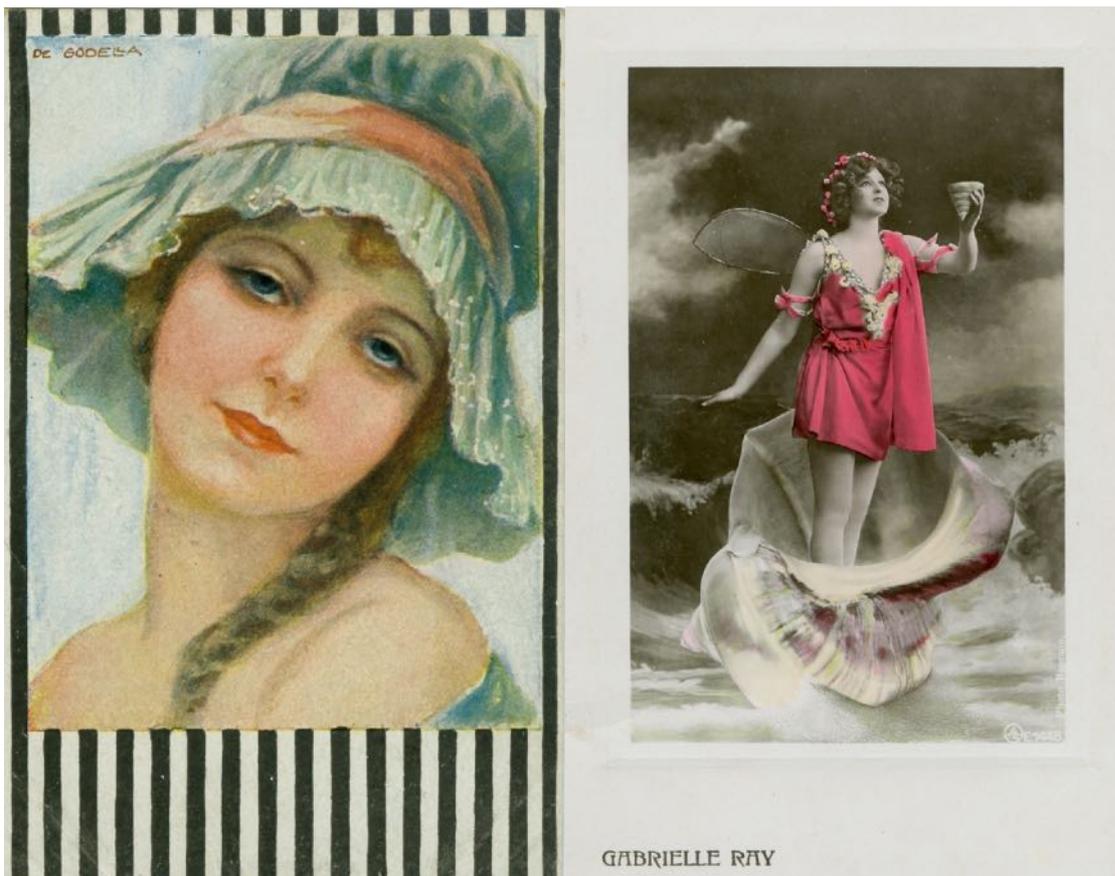
III.4.6.2 Frau am / im Wasser



[Ohne Titel] Verso: Klimeš: Wassernymphe. Signet: Pete. 1227. Beschrieben, aber nicht gelaufen. - Frantisek Klimeš (1866-1916), tschechischer Maler.



H. Bouvet. Soir. No 86. E. M. Musée municipal de la Ville de Paris (Petit-Palais). Nicht gelaufen.
 - Henry Bouvet (1859-1945), französischer Maler.



Links: [Ohne Titel] Im Bild signiert: De Godella. Verso, Signet: Verlag Neue Meister, Berlin K 59. Nr. 269. Beschrieben, aber nicht gelaufen.

Rechts: Gabrielle Ray. Signet im Bild: AL. E.1448. Photo Bassano. Verso, Signet: AL. Aristophot Real Photo Post Card. Aristophot Co. Ltd. London. W.C. Im Briefmarkenfeld: Printed in Saxony. AL Series. Nicht gelaufen. - Gabrielle Ray (1883 - 1973), englische Bühnenkünstlerin, Tänzerin und Sängerin.



[Ohne Titel. 5 badende Mädchen] Verso: Serie 80. Nicht gelaufen. Adressseite ungeteilt.



NPG [Neue Photographische Gesellschaft AG, Berlin] Ser. 7 / Nummer abgeschnitten. Nicht gelaufen.



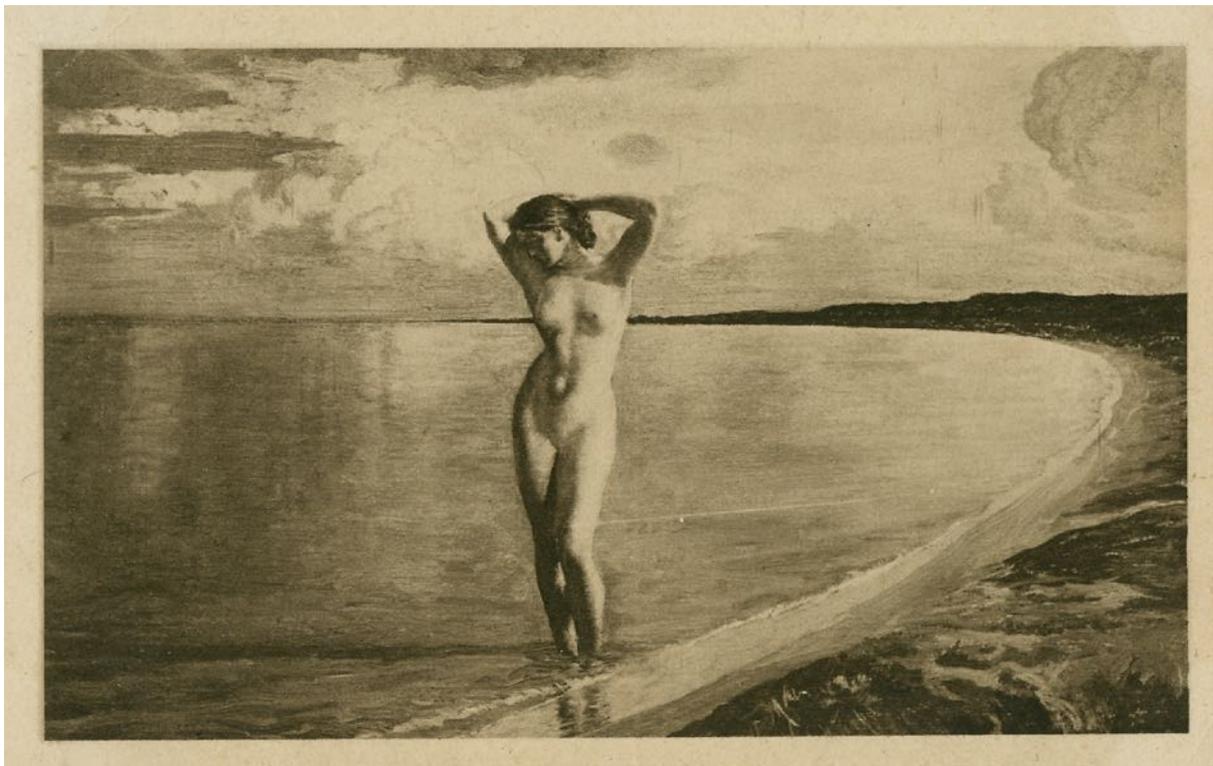
A. Fourié. La Nymphe de la Source. Die Wasser-Nymphe. Salon 1912. N.B. 1185. Signet: AN Paris. Verso, Signet: mit Lorbeerzweig. A[rmand] Noyer, Éditeur, Paris. Nicht gelaufen. - Albert Auguste Fourié (1854-1896), französischer Maler.



Etude par Jan Styka. 273 Dt. ND Phot. [Atelier "Neurdein Frères" in Paris] Verso, Signet: SPA mit Lorbeerzweig. Nicht gelaufen. - Jan Styka (1858-1925), polnischer Maler, bekannt auch für seine Orientsszenen.



Nirwana par Paul Duthoit. Salon de l'Ecole Française. 1559 Gr. ND Phot. [Atelier "Neurdein Frères" in Paris] Nicht gelaufen. - Paul Duthoit (geb. 1858), französischer Maler.



[Ohne Titel] Verso: Ménard: Am Meer. Signet. Nicht gelaufen. - Émile-René Ménard (1861-1930), französischer Maler.



Links: E. Bellandi. Die Quelle. M. H. Bayerle, Kunstverlag, München - Künstlerpostkarte No. 205. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.

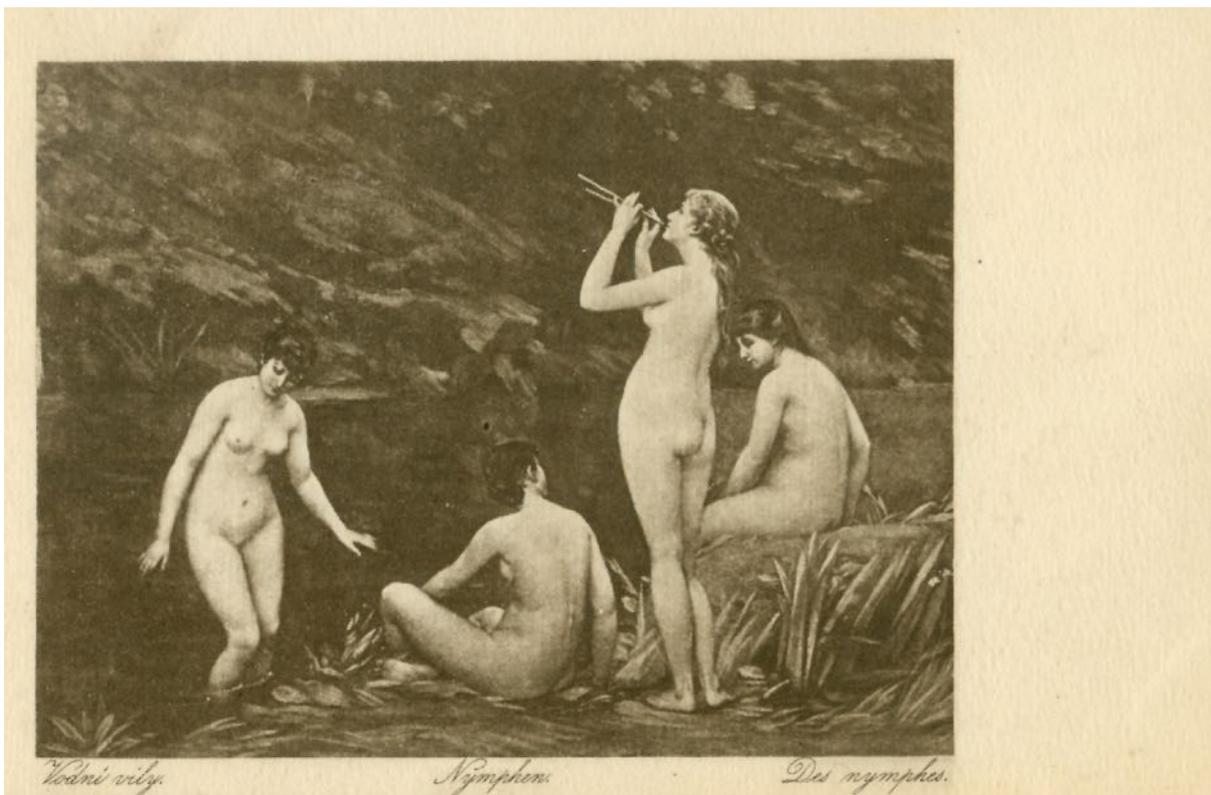
Rechts: Maurice Chabas- "L'Été". Salon 1908. 159. Signet: SIP im Kreis [Société Industrielle de Photographie, Paris]. 159. Verso, Signet: ??? Nicht gelaufen. - Maurice Chabas (1862-1947), französischer Maler.



Salon 1913. - J. Scalbert. - Quietude - Ruhe. Signet: Pfeil durch J.K. [Éditeur Katz, Rueil] 1724. Verso Signet. Nicht gelaufen. - Jules Scalbert (1851-1928), französischer Maler.



L'heure dorée - par H. E. Delacroix. Signet: GGCo [Georg Gerlach & Co. AG, Berlin] 5731. Nicht gelaufen. - Henri Edmond Delacroix (1856-1910), französischer Maler.



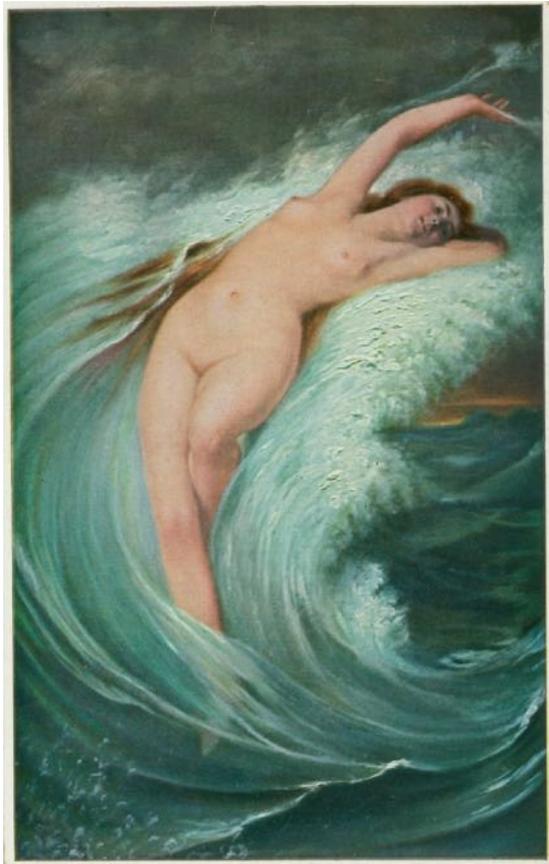
Nymphes. Verso: Jean Aubert pinx. Signet: O.K.W. Nr. 75. Nicht gelaufen.



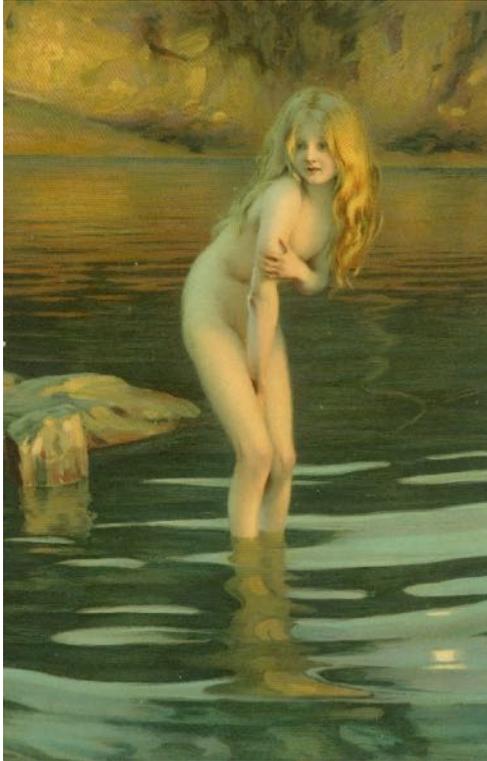
Walter Einbeck. Ballade. Verso: Walter Einbeck, München "Ballade". Graph. Kunstanstalten F. Bruckmann A.-G. München. Nicht gelaufen. - Walter Einbeck (1890-1968), deutscher Maler.



Links: [Ohne Titel] Signet: RPH [Rotophot AG, Berlin] 6579/1. Gelaufen. Dated 1927. Poststamp illegible.



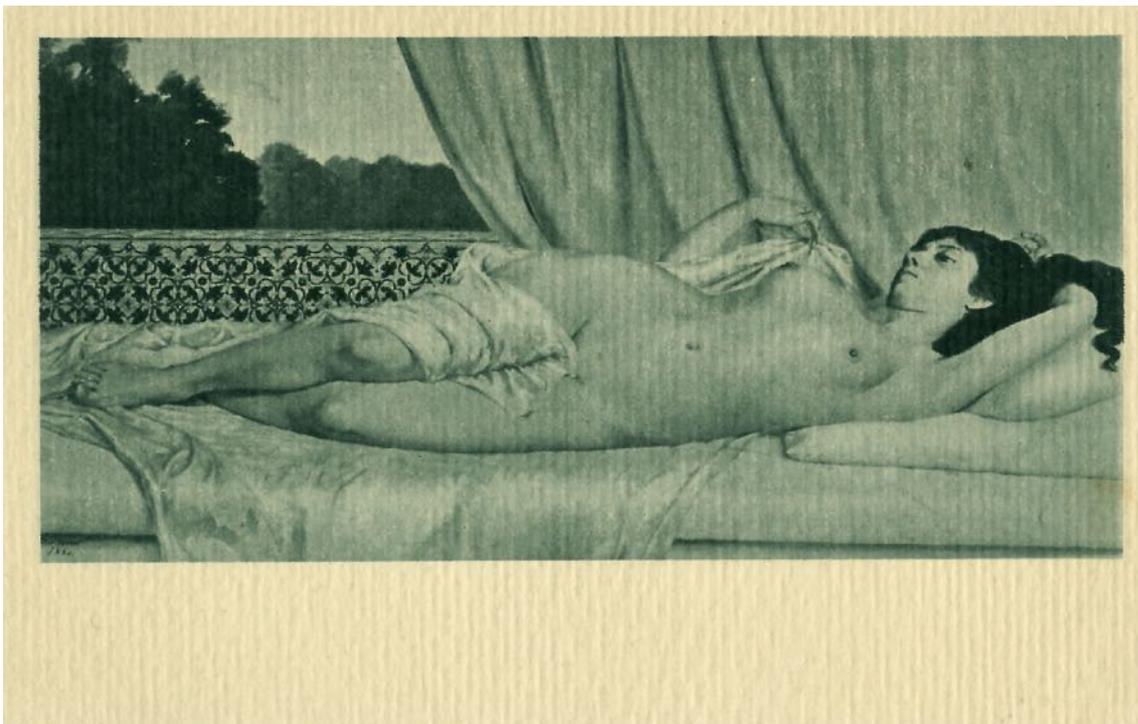
Rechts: [Ohne Titel] Verso: P. Dupuis. Die Welle. Hanfstaengl's Künstlerkarte Nr. 199. Legally protected. Not run.



[Ohne Titel] Verso: Paris. Au crépuscule. Chabas. Paul Chabas, né 1869 à Nantes, vive à Paris. Élève de Bouguereau et de T. Robert Fleury. Signet: Stengel. Stengel & Co., G.m.b.H., Dresden 29245. Made in Germany. Nicht gelaufen.

III.4.7. Hüllenlos

III.4.7.1 Der Akt. Nackt



[Ohne Titel] Verso: Künstler-Aktkarte No. 36. H.-V. B.-St. Nicht gelaufen.



[Frau mit Struempfen blickt Betrachter an] 1213/3. Nicht gelaufen.



Gruss aus [Nackte, auf dem Bauch liegend]. Verlag Rob. Becker Leipzig. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.



Links: Die 5 Sinne (Das Gesicht). Serie 303. No 1. Gelaufen. Poststempel 1902. Adressseite ungeteilt.
 Rechts: Künstlerstudie No. 9. Gelaufen. Poststempel 1901. Adressseite ungeteilt.



[nackte Frau, liegend] Signet JR. 6. Verso: W 10025. Nicht gelaufen.



[nackte Frau, liegend, mit Hündchen] Ohne Angaben. Nicht gelaufen.



Links: [nackte Frau, stehend, mit Schleier] Signet: KH. Ohne weitere Angaben. Nicht gelaufen.

Rechts: [nackte Frau, stehend, mit Schleier] 1200/17. Ohne weitere Angaben. Nicht gelaufen.



Links: [nackte Frau, stehend, mit Blumen] Keine Angaben. Nicht gelaufen.

Rechts: [nackte Frau, stehend mit Spiegel, vor Paravent] KAHA 1200/4. Ohne weitere Angaben. Nicht gelaufen.



Links: [nackte Frau, stehend, vor Tisch und Stuhl] 1209/3. Ohne weitere Angaben. Nicht gelaufen.

Rechts: [nackte Frau, stehend, mit Tischchen] Ohne Angaben. Nicht gelaufen.



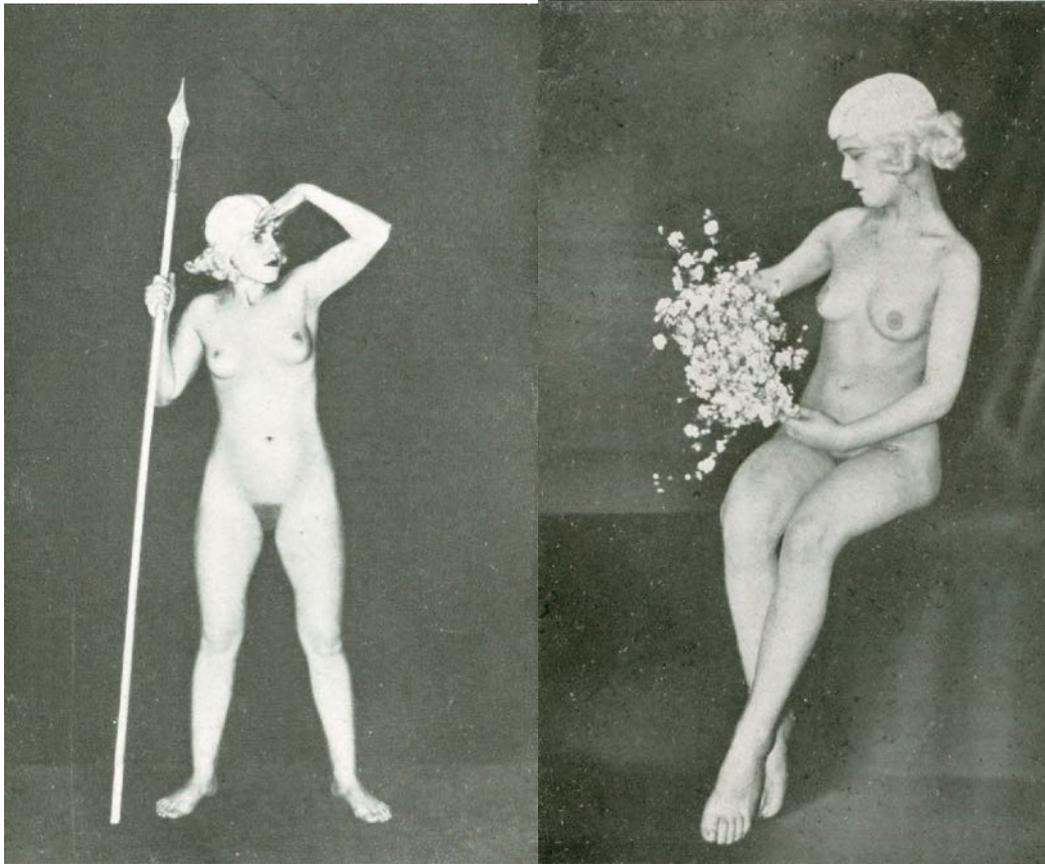
Links: [nackte Frau, stehend, mit Stuhl und Liege] Signet: ERIE (?). 23. Ohne weitere Angaben. Nicht gelaufen.

Rechts: [nackte Frau, stehend, mit Totenkopf] Ohne Angaben. Nicht gelaufen.



Links: [nackte Frau mit Hund im Wald] 780. Ohne weitere Angaben. Nicht gelaufen.

Rechts: [nackte Frau unter blühendem Baum] Ohne Angaben. Nicht gelaufen.



Links: Späherin, Aktaufnahme eines Ulbrichschen Modells. In: Wulffen / Abraham 1931, Bild 116.
 Rechts: "Stimmungsvolles" Frühlingsbild der M. B. (weiße Perücke), auch für den Postkartenhandel vorgesehen. In: Wulffen / Abraham 1931, Bild 49.



Links: [nackte Frau, sitzend, gelehnt auf Tischchen mit Rose] N 7. In: Nørgaard 1972, S. 63.
 Rechts: [nackte Frau, kniet auf Sessel] Série 59. In: Die erotische Postkarte, S. 7 (nach eigener Zählung).



[nackte Frau stehend] J. Mandel. AN 201. In: Die erotische Postkarte, S. 7 (nach eigener Zählung).



[Ohne Titel] Verso: Fenner-Behmer: Auf der Bärenhaut. Signet. Nicht gelaufen. - Hermann Fenner-Behmer (1866-1913), deutscher Maler.

III.4.7.2 "Sapphische Liebe" - oder was Männer sich darunter vorstellen



Links: [Ohne Titel] Signet: K.B.M. 604/2. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet überdeckt. 1211/1. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet überdeckt, ohne Nummer. Nicht gelaufen. - Zwei Frauen, linke Frau sitzend, mit Blumen in der Hand].

Rechts: [Ohne Titel] Keine Angaben. Nicht gelaufen. - Zwei Frauen, eine gefesselt.



[Zwei junge Frauen, tanzend] Verso: Verlag "Sect" [Verlag des „Sect“, Leipzig]. Ges. Gesch. Nicht gelaufen.

III.4.7.3 Flagellation



Links: [ohne Titel] Verso: Adressseite ungeteilt. Nicht gelaufen.
Rechts: [ohne Titel] Verso: Adressseite ungeteilt. Nicht gelaufen.



Links: [ohne Titel] Verso: Adressseite ungeteilt. Nicht gelaufen.
Rechts: [ohne Titel] Verso: Adressseite ungeteilt. Nicht gelaufen.



Links: [ohne Titel] Verso: Adressseite ungeteilt. Nicht gelaufen.
Rechts: [ohne Titel] Verso: Adressseite ungeteilt. Nicht gelaufen.



[ohne Titel] Verso: Adressseite ungeteilt. Nicht gelaufen.



[ohne Titel] Verso: Adressseite ungeteilt. Nicht gelaufen.



Links: [ohne Titel] Verso: Adressseite ungeteilt. Nicht gelaufen.
Rechts: [ohne Titel] Verso: Adressseite ungeteilt. Nicht gelaufen.



[ohne Titel] Verso: Adressseite ungeteilt. Nicht gelaufen.

III.4.8 Nacktheit in der Bildenden Kunst

III.4.8.1 Nacktes in der „hohen Kunst“



Links: [Ohne Titel] Verso: "La Primavera" (Dettaglio) Sandro Botticelli. Firenze, Galleria Uffizi. Signet nicht lesbar. N. 686. Printed in Italy. 1939. Nicht gelaufen. – Sandro Botticelli (1495-1510), italienischer Maler.

Rechts: [Ohne Titel] Verso: The Knight Errant. Millais. London. Stengel & Co., G.m.b.H., Dresden 29266. Nicht gelaufen. – John Everett Millais (1829-1896), englischer Maler.



Fr. Boucher. Ruhendes Mädchen. Alte Pinakothek, München. Verso: Verlag Hermann Becker München. Nr. 111. Nicht gelaufen. – François Boucher (1703-1770), französischer Maler.



[Ohne Titel] Verso: Schlummernde Venus. Giorgione. Dresden. Stengel & Co., Dresden 29706. Nicht gelaufen. – Giorgione (1478-1510), italienischer Maler.

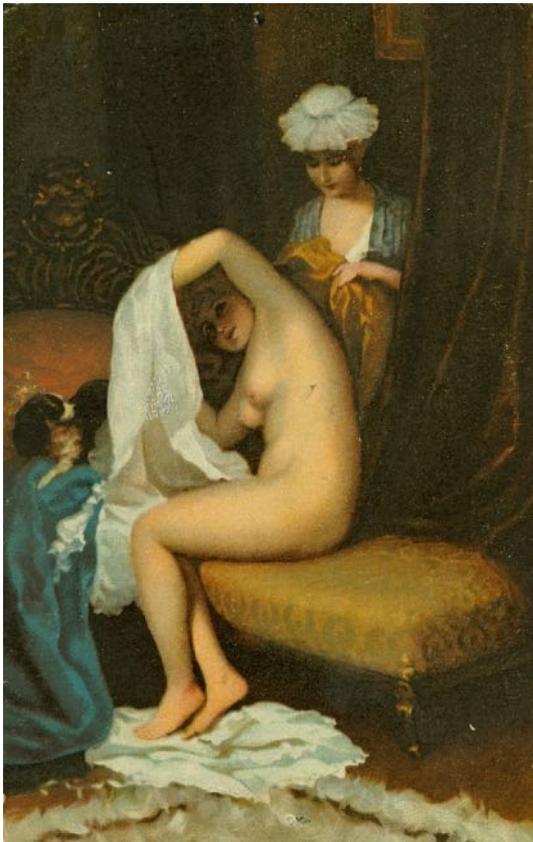


Links: [Ohne Titel] Verso: Leda mit dem Schwan. Grosse. Dresden. Stengel & Co., G.m.b.H., Dresden 29665. Nicht gelaufen. – Franz Theodor Grosse (1829-1891), deutscher Maler.

Rechts: [Ohne Titel] Verso: Les trois Grâces. Regnault. Henri Regnault, de 1842 à 1871. Coloriste hardi et original. Signet Stengel. Stengel & Co., G.m.b.H., Dresden 29209. Made in Germany. Nicht gelaufen.



[Ohne Titel] Velásquez, Diego (1599-1660). The Toilet of Venus ('The Rokeby Vernus') (2057). National Gallery. Card No. 1085. Printed in Great Britain for the Trustees. Nicht gelaufen.



[Ohne Titel] Verso: Paris. Am Morgen. Fragonard. Jean Honoré Fragonard, geb. 17. April 1732 zu Grasse, gest. 22. Aug. 1806 in Paris. Schüler von F. Boucher, malte zierliche Schäferszenen und Allegorien im Sinne Watteaus oft mit einem pikanten Einschlag. Signet Stengel. Stengel & Co., G.m.b.H., Dresden 29041. Made in Germany. Nicht gelaufen.

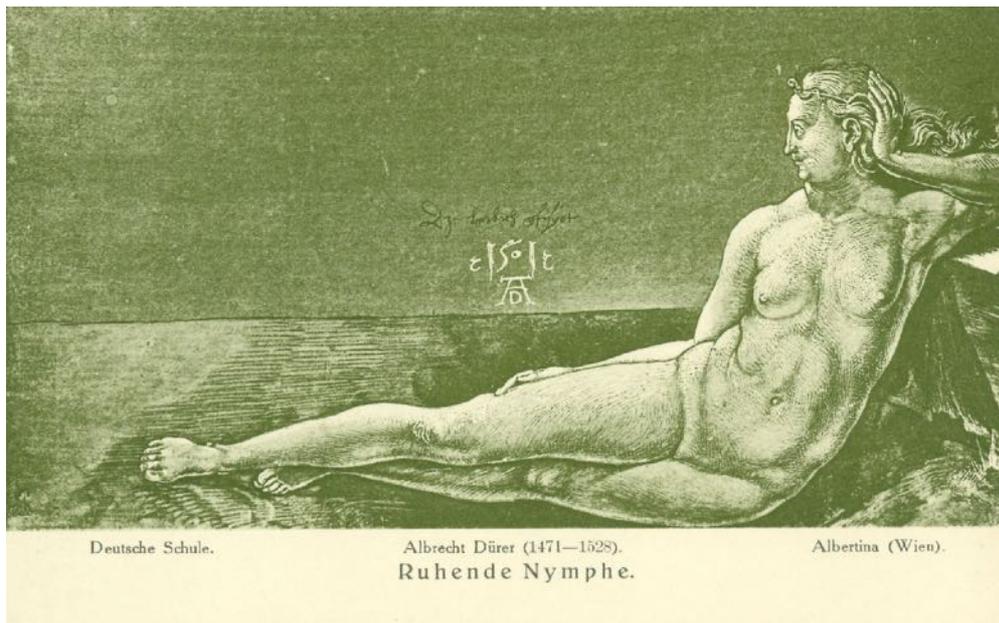
III.4.8.2 Akademische Akte



Links: [Ohne Titel] Im Bild signiert: Fenner-Behmer. Verso: Fenner-Behmer: Nach der Sitzung. Signet. Nicht gelaufen. - Hermann Fenner-Behmer (1866-1913), deutscher Maler.
Rechts: [Ohne Titel] Links oben signiert: „?? Tritter 1904. Ruhe nach dem Bade.“ Rechts unten: Copyright by ???“ Verso: Ritter: Ruhe nach dem Bade. Signet. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: D. & S. 19. Nicht gelaufen.
Rechts: [Ohne Titel] Signet: D. & S. 25. Nicht gelaufen.



Albrecht Dürer (1471-1528). Ruhende Nymphe. Deutsche Schule. Albertina (Wien). Verso: Würthle & Sohn Nachflg. in Wien, I. Das Kupferstichkabinett S. 105/27. Nicht gelaufen.

III.4.8.3 Magdalena, (lüsterne) Lesende



Links: [Ohne Titel] Verso: A. van der Werff: Büßende Magdalena. Signet: SVD [Sächsische Verlagsanstalt GmbH, Dresden]. No. 640. Nicht gelaufen. – Adriaen van der Werff (1659-1722), niederländischer Maler.



Rechts: [Lesendes Mädchen] Signet (5eckiger Stern) 8047. Verso: 197. Riproduzione di Foto d'epoca. Stampa PR. Nicht gelaufen.



[Ohne Titel] Verso: 86. Correggio. Die büßende Magdalena. Verlegt bei: Buchdruckerei der Wilhelm und Bertha v. Baensch Stiftung, Dresden - Julius Bard, Verlag für Literatur und Kunst, Berlin. Gelaufen 1917. – Antonio Allegri, gen. Correggio (1494-1534), italienischer Maler.



[Ohne Titel] Verso: Dresden. Die büßende Magdalena. Pompeo Battoni. Pompeo Girolamo Battoni, geb. 25. Jan. 1708 zu Lucca, gest. 4. Febr. 1787 zu Rom. Bildete sich in Rom durch das Studium der alten Meister. Tätig hochangesehen in Rom. Signet Stengel. Stengel & Co., G.m.b.H., Dresden 29705 Made in Germany. Nicht gelaufen.



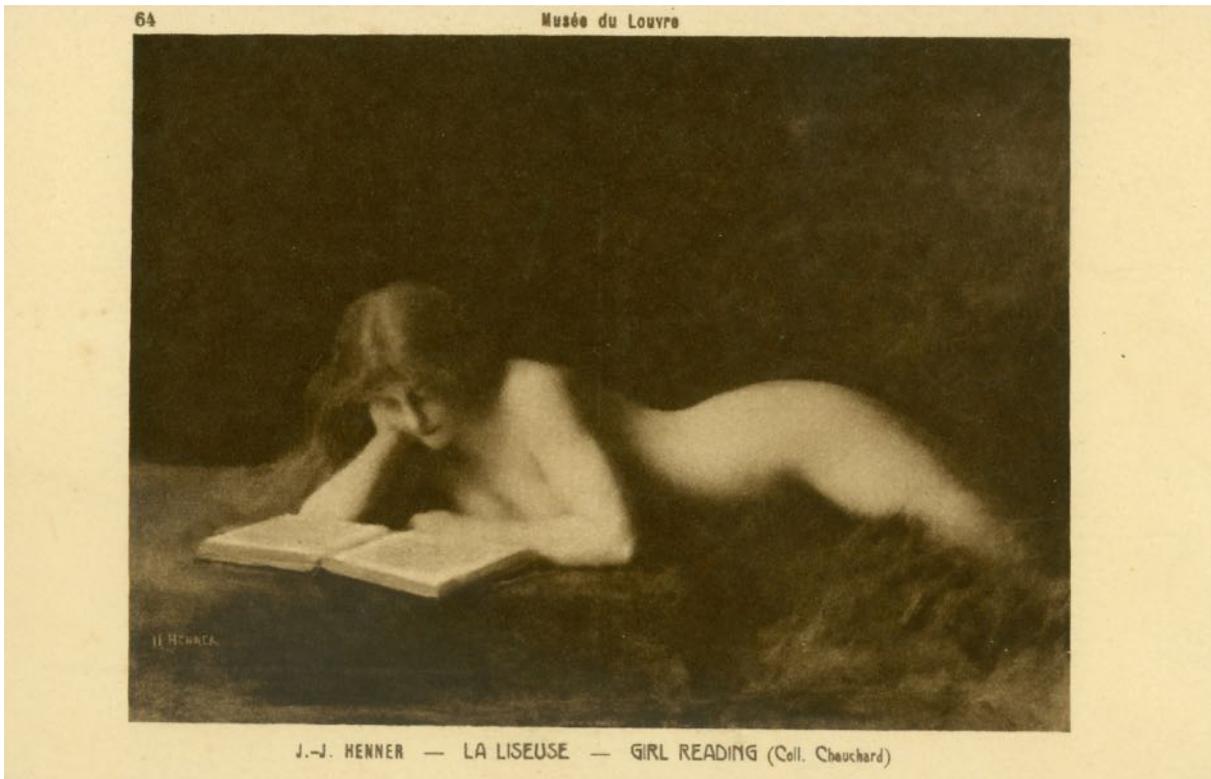
Salons de Paris. 466 Dt. - La dernière page du Roman, par E. Martens. ND Phot. [Atelier "Neurdein Frères" in Paris] Verso Signet: SPA in Lorbeerzweig. Nicht gelaufen. – Ernest-Édouard Martens (1865-1926), französischer Maler.



La lecture Pages d'Amour. Reading Love scenes. Signiert: Dolly. Verso: 615. Signet im Briefmarkenfeld: Frau vor Staffelei; auf dem Bild: B.G. Paris. Nicht gelaufen.



[Ohne Titel] Verso: 5366. A. Penot, Reflexion. Salon de Paris. Signet: SPA in Lorbeerzweig. Printed in Paris - Lapina. Nicht gelaufen. - Albert Joseph Pénot (1862-1930), französischer Maler.



J.-J. Henner - La Liseuse - Girl Reading (Coll. Chauchard). 64 Musée du Louvre. Verso: Braun & Cie. Imp. Edit. Paris - 100012. Nicht gelaufen. - Jean Jacques Henner (1829 - 1905), französischer Maler.



[Liegendes Mädchen, das liest] Verso: La cigale. Grille. M.J.S. 143. Nicht gelaufen.

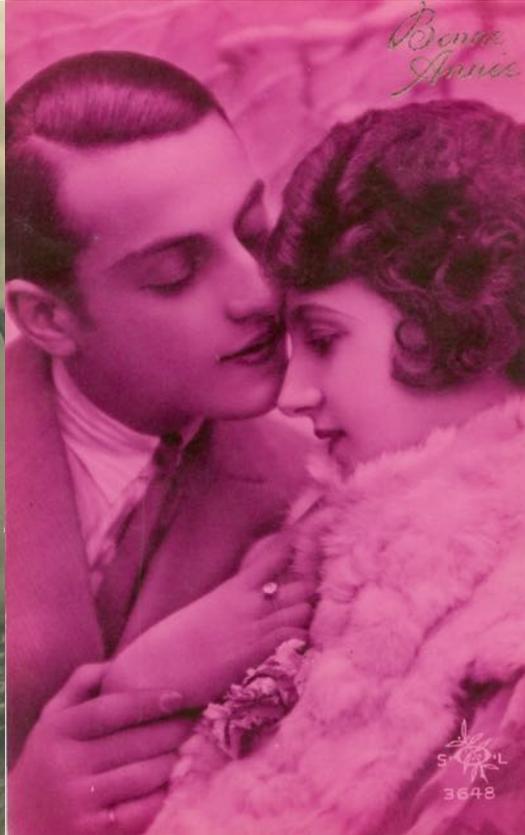
III.5. Paare

III.5.1 Vom Blick zum Kuss



Links: [Ohne Titel] Signet: A Noyer im Kreis [Armand Noyer, Paris]. 4475. Verso: Signet. Gelaufen. Poststempel 1928.

Rechts: Effectuer Souvenir. Signet: 2443. Verso: RIP. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: SOL. 3277. Verso: Made in France. Nicht gelaufen.

Rechts: Bonne Année. Signet: SOL. 3648. Verso: Made in France. Nicht gelaufen.



Links: De quel charme imprévu doucement nous pénètre / Un refus souriant qui semble tout promettre! Signet: REX. 2408. Verso: Made in France.

Rechts: Bonne Année. Signet: DÉDÉ Paris. 1952. Verso: Editions LÉO, Paris. Fabrication Française. Nicht gelaufen.



Tout aveu va droit au coeur / Et le fait battre de bonheur. REX 1880. Verso: Made in France. Nicht gelaufen.



Links: [Ohne Titel] Signet: EKCo [E.K. & Cie, Paris]. 1489. Verso, Signet EKCo. Nicht gelaufen.



Rechts: [Ohne Titel] Signet: NPG [Neue Photographische Gesellschaft A.G., Berlin] 7491-2. Gelaufen. Datiert 1923. Poststempel unleserlich.



Links: [Ohne Titel] Signet: Ela 3094. Gelaufen. Poststempel 1930.

Rechts: Qu'à ma voix votre voix réponde, / Et pour vous j'oublierai le monde. Signet: YSA. 0.456. Nicht gelaufen.



Links: Vive St. Nicolas. Signet: PC Paris im Kreis [Papeteries de Levallois-Clichy, m Paris]. 746. Verso, Signet: P-C Paris im Kreis. Fabrication Française. Beschrieben, aber nicht gelaufen.

Rechts: Die Sehnsucht stets zu Dir mich trieb, / O hab mich lieb! Signet: RPH im Kreis [Rotophot A.G. Berlin] 6681-1. Nicht gelaufen.



[Ohne Titel] Signet: O mit Blatt. 2855. Verso: Fabrication Française. Datum 1929. Gelaufen?

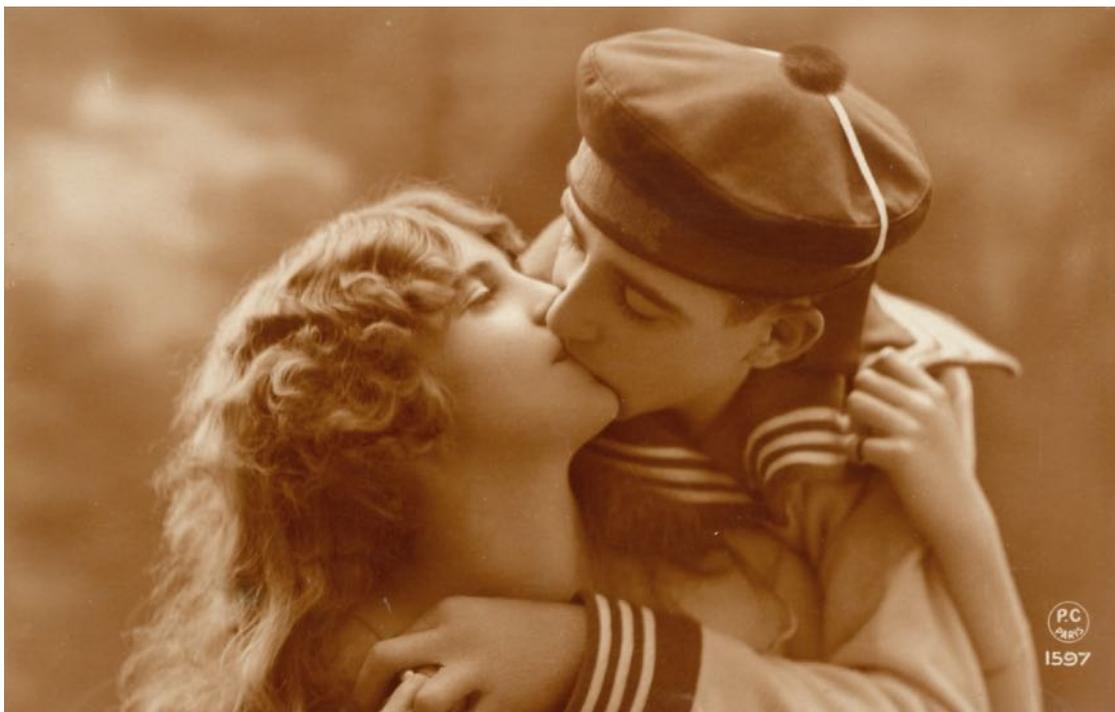


Links: Bonne Année. Signet: Carmen 175. Verso: Made in France. Beschrieben, aber nicht gelaufen.
 Rechts: [Ohne Titel] Signet: PC Paris im Kreis [Papeteries de Levallois-Clichy, Paris]. 1331. Verso, Signet: P-C Paris im Kreis. Fabrication Française. Gelaufen. Poststempel 1926.



Links: Quand mon âme chagrine / Te cherche dans le noir, / Ta pensée illumine / Son horizon, d'espoir! Signet: A NOYER im Kreis [Armand Noyer, Paris]. 2239. Verso: A. Noyer, Paris (Fabrication Française) 116. Nicht gelaufen.

Rechts: Hartelyk Gefeliciteerd [Holländisch: Herzlichen Glückwunsch]. Signet: ABC. 2741. Verso: Fabriqué en France. Gelaufen. Poststempel unleserlich.



[Küssende] Signet: PC Paris im Kreis. 1597. Verso: P-C Paris im Kreis [Papeteries de Levallois-Clichy, Paris]. Made in France. Nicht gelaufen.

III.5.2 Das imaginierte Glück



Links: Le Rêve. Signet: PG im Kreis, im Viereck [Photographische Gesellschaft Wien]. Verso, im Briefmarkenfeld: PRA [Verband Photographischer Reproduktions-Anstalten] im Kranz. Datiert 1912. Gelaufen?

Rechts: Bientôt. Je pense à notre amour, je revis le passé / Je rêve au grand bonheur qui nous est réservé. Signet: PC Paris im Kreis [Papeteries de Levallois-Clichy, Paris]. 4420/3. Verso, Signet: P-C Paris im Kreis. Made in France. Droits de reproduction interdits pour tous pays. Nicht gelaufen.



Links: [Mann mit Blume, träumt] 0011235. Keine weiteren Angaben. Nicht gelaufen.

Rechts: [Ohne Titel] Signet: Roto. 5747. Gelaufen. Poststempel 1905.



Links: [Ohne Titel] Signet: PC Paris im Kreis [Papeteries de Levallois-Clichy, Paris]. 2389. Gelaufen. Poststempel unleserlich.

Rechts: Plaisir d'amour ne dure qu'un moment. Signet: Wappen S. Gelaufen. Poststempel 1904.



Links: Si vous le vouliez, quel songe divin / On pourrait rêver, la main dans la main. Signet: PC Paris im Kreis [Papeteries de Levallois-Clichy, Paris]. 3190. Verso, Signet: P-C Paris im Kreis. Made in France. Nicht gelaufen.

Rechts: [Frau, rauchend, träumt von Mann] Import. Made in Germany. 1365. Gelaufen. Poststempel 1914.



Links: Lass Dich küssen! Und nun sinkst Du, liebewarm, / Willig selbst in meinen Arm. / Lässt Dich küssen. Signet: KKHG. 2593/8. Gelaufen. Poststempel unleserlich.
 Rechts: [Traum vom Häuschen] Yett 189. Nicht gelaufen.



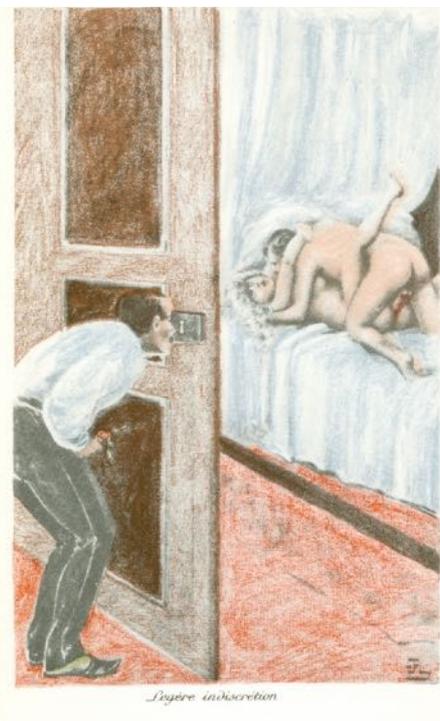
ETRE Seul AU Lit / EST Bien ENNUYEUX / QUAND IL EST SI DOUX / DE COUCHER A DEUX. Signet: IDÉA im Oval. 804. Nicht gelaufen.

III.6 Begehren und Zensur

III.6.1 Beispiele pornografischer Postkarten



Links: [Zwei Frauen] Signet undeutlich. 78 [abgeschnitten] Nicht gelaufen. Adressseite ungeteilt.
Rechts: 5. O! mon Yvonne. Signet undeutlich. Nicht gelaufen. Reprint einer unbekanntem französischen pornografischen Karte.



Links: 6. La petite pommade. Signet undeutlich. Nicht gelaufen. Reprint einer unbekanntem französischen pornografischen Karte.
Rechts: Legère indiscretion. Signet undeutlich. Nicht gelaufen. Reprint einer unbekanntem französischen pornografischen Karte.



Links: [Handjob] Nicht gelaufen. Reprint einer unbekannten französischen pornografischen Karte.
Rechts: [Cunnilingus] Nicht gelaufen. Reprint einer unbekannten französischen pornografischen Karte.



Links: [Geschlechtsverkehr durch Gitter] Nicht gelaufen. Reprint einer unbekannten französischen pornografischen Karte.
Rechts: [Frau im Sessel, Geschlecht dem Betrachter zugewandt] Keine Angaben. Adresseite ungeteilt.



Links: [Nackte im Salon auf Leopardenfell] A[rmund] Noyer. 4068. Adresseite: Signet. Made in France. Nicht gelaufen.

Rechts: [Nackte, sitzend, mit Hut, Strümpfen und Strumpfhalter, den Betrachter ansehend] Adresseite unbedruckt. Keine Angaben.



[Nackte, liegend auf Teppichen, mit Halskette, den Betrachter ansehend] Signet: Seckiger Stern. Paris 108. Adresseite unbedruckt.

III.6.2 Lex Heinze



Links: F. Doubek. Frau Venus von Medicis. Im Bild signiert: F.D. Fr. A. Ackermann, Kunstverlag, München. - Künstlerpostkarte No. 899. Gelaufen. Poststempel 1900. Adresseite ungeteilt. - Franz Bohumil Doubek, geb. in Budweis am 20. 3. 1865, studierte 1880 bis 1885 in Prag, dann an der Akademie in München (bei Otto Seitz u. Alex. v. LiezenMayer), wo er auch ansässig blieb. (Thieme-Becker)

Rechts: F. Doubek. Frau Ariadne von Dannecker. Dem Panther ins Maul gehängt die Tafel: Lex Heinze. Im Bild signiert: F.D. Fr. A. Ackermann, Kunstverlag, München - Künstlerpostkarte No. 900. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt. - Franz Bohumil Doubek, s.o.



Scholl - Im Bild signiert: Scholl - Mchn. Es war der barberin'sche Faun, / Gar scham- und ruchlos anzuschau'n, / Wie sittlich edel steh'n dem Losen, / Die tugendhaften Unterhosen. Nr. 1617. Gelaufen. Poststempel 1900. Adresseite ungeteilt.

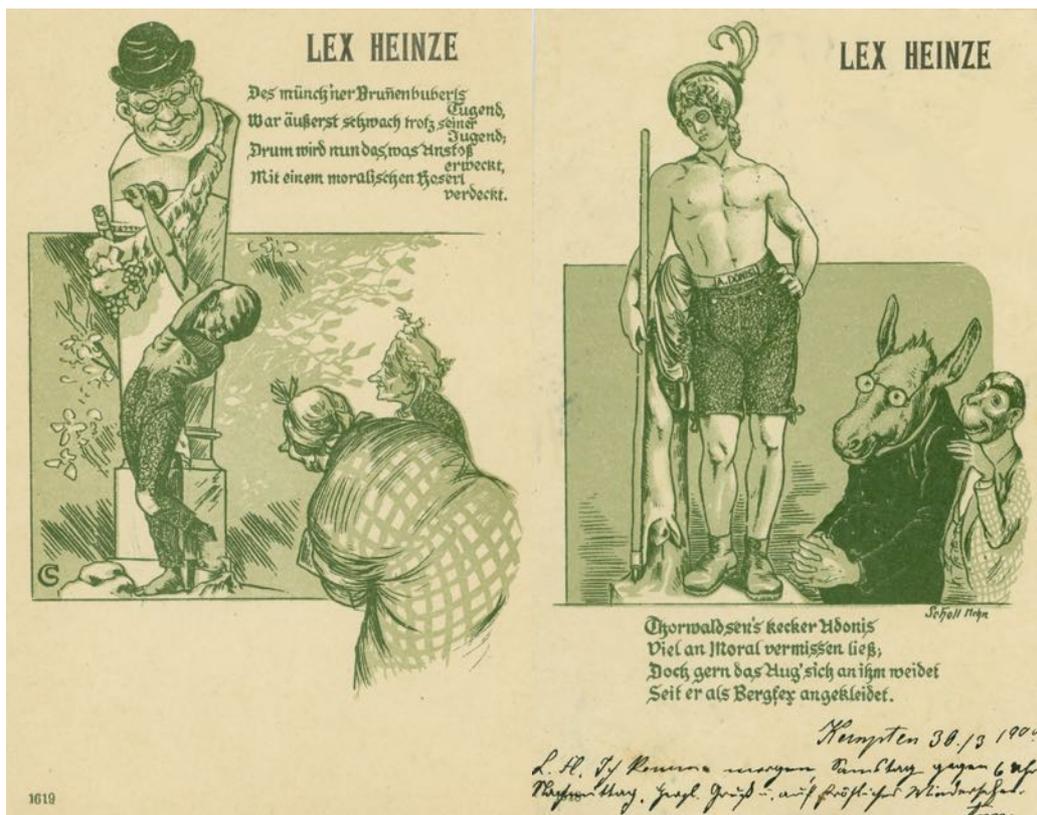


Scholl - Im Bild signiert: Scholl - Mchn. Pudentia sei's Panier! Lex Heinze. Mit wissenschaftlicher Exaktheit, / Frag' ich: wozu stets diese Nacktheit? / Ist er auf "die Art" etwa schlechter, / Der berühmte borghesische Fechter? Nr. 1620. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.



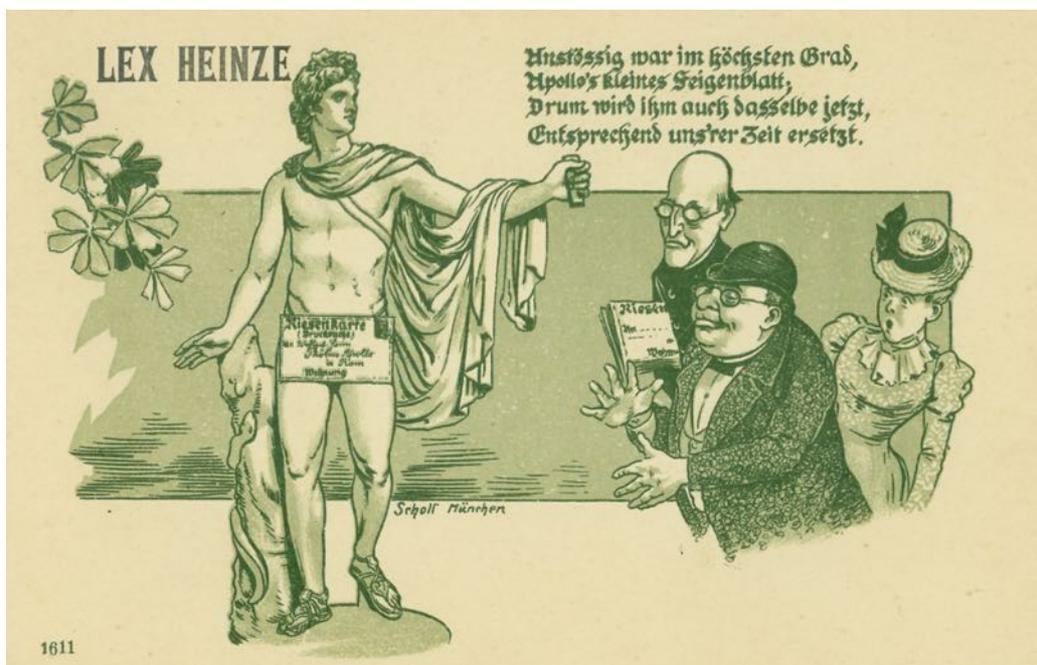
Links: Lex Heinze. Frau Venus war bis dato leider, / Ohne die nöthigsten Unterkleider. / Zeitgeistgemäß hier sieht man sie, / Die ungenierte: von Medici! Nr. 1613. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.

Rechts: Lex Heinze. Ariadne die schamlos dem Frommen / Viel Ärgerniß schon bereitet, / Man sieht sie hier gar sittsam / Im Geist der Jetztzeit bekleidet. Nr. 1614. Nicht gelaufen. Adresseite ungeteilt.



Links: Lex Heinze. Im Bild signiert: CS. Des münch'ner Brunnenbuberls Tugend, / War äußerst schwach trotz seiner Jugend; / Drum wird nun das, was Anstoß erweckt, / Mit einem moralischen Hoserl verdeckt. Nr. 1619. Nicht gelaufen. Adressseite ungeteilt.

Rechts: Scholl - Lex Heinze. Im Bild signiert: Scholl Mchn. Thorwaldsen's kecker Adonis / Viel an Moral vermessen ließ; / Doch gern das Aug' sich an ihm weidet / Seit er als Bergfex angekleidet. Nr. 1618. Gelaufen. Datiert u. Poststempel 1900. Adressseite ungeteilt.



Scholl - Lex Heinze. Im Bild signiert: Scholl München. Anstössig war im höchsten Grad, / Apollo's kleines Feigenblatt; / Drum wird ihm auch dasselbe jetzt, / Entsprechend unsrer Zeit ersetzt. Anstelle des Feigenblattes eine Tafel: Riesenkarte (Drucksache) An wohlgeb. Herrn Phöbus Apollo in Rom (Wohnung). Nr. 1611. Nicht gelaufen. Adressseite ungeteilt.

Teil IV Dokumentarischer Anhang

von GEORG JÄGER

Dokument 1. Otto Weise: Die Herstellungsarten der Postkarten-Ansichten.

I. Lithographie (1898).

Zur Lithographie geeignete Steine werden hauptsächlich bei Sonthofen in Bayern in möglichst großen Platten von über Handstärke gebrochen und auf einer oder beiden breiten Seiten ganz glatt geschliffen; die Steine haben die Eigenschaft, dass sie Fett aufsaugen und sehr lange festhalten und zerfallen in bessere graue und weniger gute gelbe.

Unser Ansichtkarten-Lithograph beabsichtigt, die Gesamtansicht einer kleinen Stadt zu stechen und muss sich dazu vor allem ein geeignetes Bild verschaffen; er kann es zeichnen, wird aber in den meisten Fällen eine vorhandene Photographie kaufen oder solche aufnehmen lassen. [...] Nach der Photographie entwirft er eine Zeichnung genau in der für die Ansichtkarte beabsichtigten Größe und Anordnung, also mit allem Beiwerk in Verzierungen und Schrift, und überträgt diese verkehrt mittels Durchpausverfahrens auf den polierten Stein. Letzterer ist geschwärzt worden, damit man die in den Stein zu reißenden, weiß erscheinenden Striche bei der Arbeit deutlich zu sehen vermag und verwendet man beim Durchpausen als Zwischenlage Zinnoberpapier, das alle Striche auf dem schwarzen Grunde schön rot hervortreten lässt. Die Gravur selbst (das Nachziehen der durchgepausten roten Striche) wird ausgeführt mit Gravieradeln, die spitz geschliffen sind und oft nachgeschliffen werden müssen und mit Schabadeln, verschieden breit geschliffen, zum Ausschaben der stärkeren Striche; beide Sorten stecken des besseren Hantierens wegen in Holzhüllen von mehr als Bleistiftlänge. Zu den feinsten Schattierungen verwendet man in Haltern steckende Diamantsplitter. Die fertige Gravur zeigt sich in den Stein eingekratzt, die Schwärze wird abgewischt und der Stein durch eine Walze mit Farbe versehen, die in die Vertiefungen (die gravierte Zeichnung) eindringt und an die aufgelegte Postkarte durch Pressung seitens der Druckmaschine abgegeben wird – damit ist Druck und Ansichtkarte fertig.

Bei einer Auflage von 500 bis 1.000 Stück würde indes das Verfahren zu viel Zeit beanspruchen und überträgt man deshalb einen frischen Druck des gravierten Bildes auf einen soeben erst geschliffenen (rohen) Stein; hier lässt sich die Zeichnung, (die nun nicht vertieft ist) viel schneller mit Farbe versehen, als auf dem ersten, in welchem die Vertiefungen auszufüllen waren. Auch können eine Anzahl Ansichten, soweit die Größe der Kartonbogen es gestattet, zugleich auf einen Stein übergedruckt und dann gleichzeitig abgedruckt werden, wodurch die Kosten sich sehr verringern. Nach dem Trocknen der Drucke werden dann die Bogen in Postkartenformat zerschnitten.

Im Gegensatz dazu wird die Federarbeit nicht auf einem polierten Steine (der Fett nicht annimmt), sondern auf einem rohen (frisch geschliffenen) ausgeführt, damit die mit Fetttusche gemachten Federstriche vom Stein angesogen werden; nach Fertigstellung der Zeichnung wird der Stein mit Säure übergossen, welche die Striche der Fetttusche nicht angreift, während beim Druck wieder nur letztere Druckfarbe annehmen und an die Postkarte abgeben.

Die Vorzüge lithographischer Ansichten bestehen darin, dass der Lithograph in der Lage ist, wichtig Scheinendes hervorzuheben und Störendes wegzulassen. Es hat dies Bedeutung besonders bei Allgemeinansichten von Landschaften, Städten etc., die in Lichtdruck vielfach unklar und verschwommen erscheinen, während bei einzelnen Gegenständen – bei größerem Maßstabe also – der Lichtdruck seiner bei weitem größeren Naturtreue wegen vorzuziehen ist. Man wird lithographische Ansichten leicht erkennen, weil sie mit Bleistift oder Feder gezeichneten ähnlich sind; bei letzteren erscheinen die Striche fast so ungleichmäßig und stark, wie bei autographierter Schrift.

Von großen Herstellern nennen wir vor allen Dingen (auch als einen der ältesten) Franz Scheiner in Würzburg; sonst wird die einfarbige Lithographie meist von Lithographen angewendet, die nur ganz nebenbei Bilder für Ansichtskarten herstellen, also in zahlreichen kleinen Städten. Federarbeit findet sich meist nur auf Gelegenheitskarten, durch Laien ausgeführt. Des verhältnismäßig bescheidenen Auftretens wegen müssen wir einfarbig lithographierte Ansichtskarten zu den selteneren rechnen, da ein großer Teil derselben über den Umkreis ihres Erscheinungsortes nicht hinauskommt.

Quelle: Centralblatt für Ansichtskarten-Sammler. I. Jg., 1898, S. 5. In Rechtschreibung und Zeichensetzung dem heutigen Stand angeglichen. Abschnitte eingefügt.

Dokument 2. Otto Weise: Die Herstellungsarten der Postkarten-Ansichten.

II. Buntdruck (1898).

[Unter Buntdruck wird hier die bunte Lithographie verstanden. Der Buntdruck benutzt die im lithographischen Verfahren entstandenen schwarzen (oder andersfarbig dunklen) Bilder] und versieht sie mit weiteren Farben. Kommt nur eine der letzteren zur Verwendung, so nennen wir dies *Tondruck* und sprechen von bunt erst, wenn zumindest drei Farben vorhanden sind.

Für den Druck muss zu jeder reinen Farbe ein besonderer Stein hergestellt werden derart, dass nur die Punkte, Striche und Flächen auf dem rohen (frisch geschliffenen) Steine mit Fetttusche bedeckt werden, die im fertigen Bilde in der betreffenden Farbe erscheinen sollen.

Grundfarben sind außer weiß und schwarz (die hier nicht in Frage kommen) rot, blau und gelb. Im allgemeinen werden die meisten anderen Schattierungen aus diesen drei Farben hergestellt und zwar geben rot und blau violett, rot und gelb orange, blau und gelb grün – rot, blau und gelb braun. So hätten wir drei Grundfarben und vier Mischfarben; außerdem aber lassen sich noch zahlreiche Farbschattierungen durch technische Mittel erzielen. Drucken wir eine Fläche in rot, dagegen Striche und Punkte darauf in blau, so erlangen wir ein rotviolett, weil die rote Fläche vorherrscht – blaue Fläche mit roter Strichelung gibt blauviolett, eine blaue Fläche mit gelber Strichelung blaugrün, eine gelbe Fläche mit blauer Strichelung gelbgrün u.s.w.

Zur Herstellung einer bunten Ansicht ist zunächst die Anfertigung einer getuschten Vorlage nötig, welche die beabsichtigten Farben des fertigen Bildes zeigen muss; diese Farben kann man auch sämtlich rein drucken, das heißt Mischfarben dadurch erzielen, dass man bereits die Farbmasse vor dem Druck in einander mischt und dann diese Mischung mittels der Farbwalze auf den Stein und danach auf die Postkarte überträgt. Dann würde also für jeden auf der Ansicht erscheinenden Farbenton ein besonderer Stein nötig werden, was in Rücksicht auf die weit höheren Kosten vermieden wird. Dafür meist ist es nun die oft schwierige Aufgabe des Herstellers der Farbsteine, bei der ersten und zweiten Farbe nichts zu vergessen, was schließlich mit der dritten zusammen die beabsichtigten Farbenwirkungen erzielen soll, so dass vielfach noch von technischen Hilfskräften für jede reine Farbe eine besondere Tuschkarte angefertigt wird.

Buntdrucke unterscheiden sich von den später zu besprechenden Aquarelldrucken hauptsächlich dadurch, dass bei jenen dunkle Umriss und ebensolche Schatten in der Zeichnung zu erkennen sind, die dem Bilde eine feste Grundlage geben, welche durch weitere Farben nur ausgefüllt wird, während der Aquarelldruck ohne dunkle Umriss arbeitet, also die bunten Farben weit zarter zur Geltung kommen lässt. Häufig finden sich beide Herstellungsarten auf einer Karte vereinigt derart, dass z.B. der Himmel meist in Aquarellmanier gedruckt ist.

Die Vorzüge der Buntdrucke sind die gleichen, wie bei einfarbigen Lithographien – der Hersteller hat die Möglichkeit, gewisse Stellen des Bildes, die ihm wichtig erscheinen, hervorzuheben, andere zurücktreten zu lassen, was z.B. der Photographie und ihren Abarten nicht möglich ist. Im übrigen aber wird der Wert der Buntdrucke vielfach überschätzt. Denken wir an das Gesamtbild eines Ortes, so wäre es allerdings höchst angenehm und wertvoll, wenn

dasselbe die Farben des Originals brächte, also alle Felder und Wälder, Dächer und Häuser in den wirklich vorhandenen Tönen. Es ist klar, welche ungemein großen Schwierigkeiten dem Hersteller aus solch einer naturgetreuen Darstellung erwachsen müssten – es könnte dies nur am Orte selbst geschehen und die Tuschvorlage nur in steter Vergleichung mit der Natur angefertigt werden. Da den meisten Lithographien aber Photographien als Vorlage dienen, welche letztere ohne bunte Farben sind, so entspringen die auf den Buntdrucken erscheinenden Farben lediglich der Phantasie des Herstellers, haben also nur dann einigen Wert, wenn wenigstens der Typus einer Gegend (Schieferdächer, Laubwald, Nadelwald, Bodenfarbe etc.) gewahrt bleibt.

Firmen, die Buntdrucke fertigen oder verlegen, gibt es in großer Anzahl und gilt als die älteste J. Miesler in Berlin. Außerdem nennen wir als Beispiele großer Anstalten oder Verleger Carl Garte und Louis Glaser in Leipzig, Ottmar Zieher und C. O. Hayd in München, Lautz & Isenbeck in Darmstadt, Kunstanstalt Rosenblatt in Frankfurt a.M., Peitz & Töpfer in Dresden und schließlich Schneider & Lux in Wien als größte österreichische Anstalt für Buntdruck mit sehr bedeutendem Umsatz.

Quelle: Centralblatt für Ansichtkarten-Sammler. I. Jg., 1898, S. 20f. In Rechtschreibung und Zeichensetzung dem heutigen Stand angeglichen. Abschnitte eingefügt.

Dokument 3. Die Herstellungsarten der Postkarten-Ansichten.

IV. Aquarelldruck und Handmalerei (1899).

Nachdem lange Zeit Buntdrucke genügt hatten, das Auge der Ansichtskartenkäufer und – Sammler zu erfreuen, waren jüngere Herstellerfirmen genötigt, neue Mittel und Wege zu finden, um gegenüber den Erzeugnissen der älteren, eingeführten Firmen sich Geltung zu verschaffen. Zu diesen Mitteln gehören vor allem die Vervollkommnung des Lichtdrucks und der Übergang vom Buntdruck zum Aquarelldruck.

Als hauptsächlichstes Merkmal des Aquarellverfahrens finden wir, dass Umrisse und Schatten der dargestellten Gegenstände nicht in schwarzen Strichen verzeichnet sind, vielmehr durch Abtönungen der betreffenden bunten Farben hervorgerufen werden. Wir haben also keinen Buntdruck vor uns, der eine vorhandene Lithographie nur ausmalt, vielmehr ist der Aquarelldruck selbständig ohne jene Hilfe – die bunten Farben sind nicht mehr Zugabe, sondern Selbstzweck.

Einige Firmen bringen Übergänge, indem sie in vorsichtigem Umfange Zeichnungen als Grundlage verwenden mit Umrissen in zart brauner Farbe; fast alle sogenannten Künstlerkarten aber sind in reiner Aquarellmanier ausgeführt. Vertreter des Übergangsdrucks ist z.B. Friedrich Kirchner in Erfurt, während Meissner & Buch in ihren Künstlerpostkarten vom Harz den vollendetsten Aquarelldruck bringen. Bei Prüfung dieser Serie finden wir sofort, dass nicht jede Zeichnung sich zur Vervielfältigung in Aquarell eignet, dass vor allem größere Flächen in Landschaften und Gebäuden eintönig wirken und viel besser in Lichtdruck wiedergegeben würden. Wo aber eine Kleinmalerei möglich wird, wie im Schierker Burghotel oder den Ilsefällen, ist die Wirkung eine wundervolle und wir sind damit bei den vollkommensten Drucken in bunter Manier angelangt.

Die Platten zu Aquarelldrucken sind viel schwieriger herzustellen, als zu Buntdrucken, weil die Farbentöne viel mehr in einander laufen und viel weniger scharf begrenzt sind, als bei letzteren; außerdem müssen besonders gute Farben verwendet werden, um trotz vielfach greller Töne doch zart und angenehm zu wirken. Der Aquarelldruck, der zu den mechanischen Verfahren gehört, befriedigt den gewissenhaften Sammler durch die Richtigkeit seiner Farben – der Lichtdruck, ohne Wiedergabe der Farben, durch die Naturtreue des Dargestellten.

Auch die Handmalerei wird meist mittels Aquarellfarben ausgeführt und richtet sich die Schönheit des getuschten Bildes vor allem nach dem Werthe der wohl meist lithographierten Unterlage. Wirklich schöne Ansichten und Handmalereien sind schwer zu erzielen und

gehören zu deren Ausführung wirkliche Künstler (deren Thätigkeit indes für die billige Ansichtskarte zu kostspielig wäre) oder zum mindesten sehr geübte Leute. Besonders schwierig zu verwenden sind lebhaft und Druckfarben, so dass Laien sich meist mit einem Anflug der gewünschten Farben begnügen. [...]

Quelle: Centralblatt für Ansichtskarten-Sammler. Vereinsblatt des Centralverbandes für Ansichtskarten-Sammler. II. Jg., 1899, S. 3f. In Rechtschreibung und Zeichensetzung dem heutigen Stand angeglichen.

Dokument 4. Die Herstellungsarten der Postkarten-Ansichten.

V. Photogravüre (1899).

Die „Photogravüre“ (auch Heliogravüre, Heliographie, Lichtkupferätzung etc. genannt), zweifellos das modernste und künstlerisch vornehmste mechanische Reproduktionsverfahren, ist eine für die Kupferdruckpresse bestimmte photographische Tiefätzung in Kupfer – also in gewissem Sinne der Gegensatz zu den für die Buchdruckpresse arbeitenden Hochätzmethoden (Autotypie etc.) und eignet sich, da sie auf Photographie beruht, zur Nachbildung jeglicher Vorlage (Zeichnung, Gemälde, Skulptur, Stich, Lithographie, fotogr. Aufnahme etc. etc.). Es können mit diesem Verfahren nicht nur die anspruchsvollsten Kunst-Blätter für Wanddekoration sowie Mappenwerke, Diplome, Buchillustrationen etc., sondern ebenso gut die feineren merkantilen Illustrationen: Briefbogen, Prospekte, Postkarten, Menükarten, Etiquetten, Ex-libris etc. in Halbton wie Strichmanier gehandhabt werden.

Die Photogravüre-Druckplatte wird erzielt von dem Negativ durch öfteres Umkopieren mit lichtempfindlichem Pigmentpapier und Einätzen des fotogr. Bildes in eine vorher geschliffene gekörnte Kupferplatte. Nach der Ätzung wird die Platte kupferstecherisch von Künstlerhand in Wirkung gebracht, meist, wenn nicht besondere Billigkeit des Druckes beansprucht wird, mit der dem Kupferdruck charakteristischen Facettenabschrägung an den Kanten versehen, sodann galvanisch „verstählt“ zur Widerstandsfähigkeit gegen die spätere Bearbeitung des Kupferdruckers und zum Schluss in der Regel mit Schriftgravierung ausgestattet zwischen Bild und Facetten. Gedruckt werden diese Platten nachher auf Kupferdruckpressen, ähnlich wie Kupferstich-Radierungs-Schabkunst- oder Aquatinta-Platten.

Der Hauptvorzug der „Photogravüre“ ist, außer absoluter photographischer Treue in der Wiedergabe der Vorlage, eine Feinheit und doch gleichzeitig Satttheit der Tonabstufungen, wie solche eben von jeher nur mit Hilfe des Kupferdrucks möglich war und weder von der reinen Photographie, d.h. der direkten Papierkopie des Negativ's, noch vom Lichtdruck, Steindruck, geschweige dem Illustrations-Buchdruck etc. erreicht werden kann. Dazu kommt die bei Kupferdruckblättern bekannte fast absolute Unveränderlichkeit, da Kupferdruck noch heute, wenigstens in den besseren Anstalten, als Produkt einer mit den reinsten und lichtechtesten Papier- und Farbmaterialien kunstgemäß betriebenen Handarbeit zu betrachten ist.

Außerdem gestattet das Verfahren in der Entstehung eine Beseitigung von mancherlei Mängeln des Originals, wenn erwünscht, was bei fast allen anderen Reproduktionsarten ausgeschlossen oder sehr schwer zu erreichen ist. Besonders vorzügliche Eigenarten der Druckplatten resultieren aus gewissen Specialeinrichtungen, die mehr oder minder jede bessere Kunstanstalt pflegt, und aus eigenartigem Kopier- und Ätzverfahren, welche wesentlich kräftigere Wiedergaben ermöglichen, als im Allgemeinen üblich sind, und welche außerdem – was zweifellos die Hauptsache – eine außerordentliche Haltbarkeit der Druckplatten garantieren. Hand in Hand mit dem Kopier- und Ätzverfahren muss eine sorgsame druckerische Behandlung der Platten gehen, da dieser Umstand und namentlich die stets rechtzeitige Erneuerung der galvan. Verstählung bei größeren Auflagen einen besonders wichtigen Punkt bei dem ganzen Verfahren darstellt.

Bei einem so umständlichen und peniblen Reproduktionsverfahren, wie es die „Photogravüre“ ist, kann die Ausführungsdauer naturgemäß keine ganz kurze sein, umso mehr, als gerade diese, wie kaum ein anderer Reproduktionsprozess, von den geringsten ungünstigen Licht- und Temperaturverhältnissen schädlich beeinflusst wird. Im Allgemeinen sind trübe und feuchte, aber auch warme Perioden derart schädigend, dass Anstalten, die für ihre eigenen Zwecke „Photogravüre“ arbeiten [!], zu solchen Zeiten den Betrieb häufig ganz ruhen lassen, soll etwas Gutes erreicht werden.

Unter durchschnittlichen Witterungsumständen dauert der Prozess der Plattenherstellung incl. Aufnahme, Retuschen und Probeandruck etc. 4-6 Wochen, bei besonders günstigen Verhältnissen, wenngleich dies zu den selteneren Fällen gehört, zwei bis drei Wochen. Es können aber auch Umstände eintreten, namentlich bei verantwortungsvollen, werthvollen u. größeren Reproduktionen, dass eine längere Frist, als anfangs genannt, unbedingt erforderlich ist.

Bei unseren Ansichtskarten finden wir die Photogravüre seit Jahresfrist in Anwendung. In erster Linie ist die Firma Ackermann-München, welche ihre bekannten Genrekarten (wohl fast 100 Dessins) darin angefertigt hat.

An Ansichtskarten finden wir leider nur von größeren Städten Photogravüre-Ansichten; jedenfalls sind die Kosten der Herstellung zu große, so dass nur Orte mit großem Umsatz solche anfertigen lassen können.

Als besonders hervorragend nennen wir weiter die Künstler-Gravurkarten von A. Hildebrandt, Berlin; Heuer [?] & Kirmse, Berlin; J. B. Obernetter, München; L. Angerer, Berlin. [...]

Quelle: Centralblatt für Ansichtskarten-Sammler. Vereinsblatt des Centralverbandes für Ansichtskarten-Sammler. II. Jg., 1899, S. 53 f. In Rechtschreibung und Zeichensetzung dem heutigen Stand angeglichen.

Dokument 5. Die Herstellungsarten der Postkarten-Ansichten.

VIII. Autotypie (1899).

Die Autotypie ist eine der gebräuchlichsten Herstellungsarten, nachdem die Anfertigung der für dieselbe notwendigen, mittels photomechan. Verfahren herzustellenden Platten eine verhältnismäßig leichte geworden ist, es andererseits nur einer kurzen Frist bedarf, solche herzustellen und schließlich die Verwendung der Platten (Klichees) eine sehr mannigfaltige ist, da Autotypie sich zusammen mit Lichtdruck drucken lässt. Man findet daher so viele Werke mit Autotypieillustrationen geschmückt.

In der ersten Zeit nannten wir die Aut. kurz Zinkdruck, später indes wurden wir durch die mannigfachen, wechselnden Verfahren in den einzelnen Herstellungsarten gezwungen, die zuerst allgemein gehaltenen Bezeichnungen zu spezialisieren und schieden wir dann die gewöhnlichen Zinkdrucke von den Autotypien.

Seine so große Verbreitung auf allen Gebieten der Illustration verdankt der Autotypiedruck dem Vorzuge, ein billiges Ersatzmittel für Photographie u. Lichtdruck zu sein. Wir sagten Ersatzmittel, indes ist der Autotypiedruck dem Lichtdruck und der Photographie nicht ebenbürtig, da er ihnen gegenüber geringwertig genannt werden muss, wie es sich schon aus der Art des Verfahrens selbst erklären lässt.

Der Autotypiedruck setzt sich nämlich, genau betrachtet, aus lauter kleinen, schräg verlaufenden Pünktchen zusammen [...], die man mit bloßem Auge kaum sieht; untersucht man jedoch genauer, so entdeckt man die Pünktchen sehr bald.

Oft laufen dieselben horizontal, je nachdem der die Pünktchen erzeugende Raster angewendet wurde.

Soll ein Autotypie-Klichee angefertigt werden, so wird zunächst das Original – die Zeichnung oder die Photographie – durch einen eigens dafür eingerichteten photographischen Apparat

nochmals photographiert, wobei zwischen Objektiv und Platte ein Raster eingeschoben wird, der das Bild in die kleinen, unzähligen Punkte zerlegt.

Die verschiedenen Verfahren zu erklären, die nun zur Anwendung kommen, würde zu weit führen und erklären wir nur in der Hauptsache, dass nach dem am meisten gebräuchlichen Verfahren die lichtempfindliche Platte, in der Regel die Zinkplatte selbst, durch Säuren geätzt wird.

Hierbei erklärt sich auch der Zweck der Zerlegung des Bildes in lauter Punkte: die Säure frisst sich nämlich in die Platte ein, wobei jedoch die Stellen, die das Bild in Punkten wiedergeben, gegen die Säure unempfindlich sind, so dass nur jene Stellen in Mitleidenschaft gezogen werden, an welche durch die Rasteraufnahmen keine Lichtstrahlen gelangt sind. Die Säure frisst daher alle Flächen um die Punkte hinweg, diese treten dadurch hervor und sind druckfähig. Ohne die Zerlegung des Bildes durch den Raster würde die Säure nicht auf die Platte einzuwirken vermögen, da dann alle Stellen des Bildes unempfindlich für die Säure würden. Der Chemiker hat hierbei darauf zu achten, dass die Säure nicht die Stellen, die erhaben bleiben sollen, unterminiere, was geschieht, wenn die Säure zu lange auf die Platte wirkt. Ist die Platte so gebrauchsfertig gemacht, so wird sie auf ein Holzklötzchen genagelt und kann ohne weiteres zum Druck verwendet werden. [...]

Neuerdings sind durch Verwendung gekörnter Papiere Bilder gefertigt worden, welche der Autotypie sehr ähneln; man achte deshalb auf die in schnurgeraden Linien sich aneinanderreihenden Pünktchen (durch die Lupe ganz sicher zu erkennen); sie sind das Merkmal der Autotypie.

Quelle: In: Centralblatt für Ansichtskarten-Sammler. Vereinsblatt des Centralverbandes für Ansichtskarten-Sammler. II. Jg., 1899, S. 240f. In Rechtschreibung und Zeichensetzung dem heutigen Stand angeglichen.

Dokument 6. Gustav Jähig: Wesen und Wert des Lichtdrucks.

I. Was ist **Lichtdruck**? (1905)

[...] Diese eigensinnige Gelatine ist nun in anderer Beziehung wieder recht schmiegsam und gefällig, sie lässt sich in warmem Wasser auflösen, beliebig verdünnen und in dünner Schicht auf eine reine Glasplatte in horizontale Lage bringen, dass sie darauf eine gleichmäßige Flüssigkeitsschicht bildet, welche durch Verdunsten des Wassers zu einem glatten Häutchen auf-trocknet, einem dünnen Häutchen wie die Küchengelatine. Wenn wir dazu eine fingerdicke Spiegelglasplatte nehmen, so haben wir im großen und ganzen bereits die Lichtdruckplatte präpariert, denn diese Druckplatte besteht tatsächlich nur aus Glas und einer Gelatineschicht. Das Glas ist der Träger und die Gelatineschicht ist die eigentliche Druckplatte, die druckende Substanz.

Wie aber sollen nun diese dünnen Leimhäutchen Bilder drucken, die von einer Photographie kaum zu unterscheiden sind? Sie sind doch ganz flach und glatt und haben keine nennenswerten Erhöhungen und Vertiefungen!

Da kommt nun das Licht zum Leim und beide erzeugen das Wunder – es war wirklich eine wunderbare Erfindung, als vor etwa 30 Jahren die erste Lichtdruckplatte hergestellt wurde. Würde man eine gewöhnliche trockne Gelatineglasplatte – es sei erlaubt so zu sagen – mit schwarzer Druckfarbe einwalzen, so würde der Druck wohl so aussehen wie das Chaos vor der Schöpfung der Welt, schwarz, alles schwarz, vom Bild keine Spur. Wenn man dagegen diese Gelatineschicht feuchtet und dann halb trocken mit der Farbe überwalzt, so erlebt man das genaue Gegenteil, die Druckplatte nimmt ebenso wenig überhaupt Farbe an, wie der Bogen, den man darauf abdrucken würde. Die Druckfarbe ist, wie jeder weiß, fett, denn die enthält neben dem Farbstoff Firniss. Diese Fettfarben aber haften an der nassfeuchten Schicht der Gelatine nicht. Wenn ich nun ein Mittel hätte, einige Teile der Gelatine trocken zu halten, während ich die übrigen nass mache, so könnte ich beliebig Striche, Punkte, Bilder drucken,

wie mit dem Stein des Lithographen. Wie aber will man diese teilweise Trockenheit der Gelatine erreichen? [...]

Durch die Untersuchungen der Lichtchemie ist man nun darauf gekommen, dass ein anderer Stoff auch den Leim gerbt, nämlich das doppeltchromsaure Kali, wenn man die Mischung von Leim mit diesem chemische Stoff dem Licht aussetzt. Wenn man eine Gelatinelösung mit einer Lösung von Kaliumbichromat, wie der Chemiker auch sagt, vermischt und diese Lösung auf einer Glasplatte aufdrocknen lässt, so ist sie zunächst hellgelb, legt man die Platte aber in die Sonne oder längere Zeit, etwa ½ Stunde, ins Tageslicht, so hat sich die Schicht gebräunt und wenn man sie nun ins Wasser steckt, bleibt sie fest und hart, wird aber nicht mehr glitschig gelatinös, sie kann auch kein Wasser mehr aufsaugen und wenn man sie abtrocknet, ist sie sofort hart. Diejenigen Teile, welche man aber bei der Belichtung etwa mit einem Streifen Stanniol bedeckt hatte, haben ihre Fähigkeit zu quellen ohne weiteres behalten, sie lassen im Wasser ihren Chromgehalt einfach wieder fahren und bleiben Gelatine mit den gewöhnlichen Eigenschaften.

Diese Chromogelatine nun ist die Unterlage des Lichtdruckes. Mit ihr wird die Platte des Lichtdruckes präpariert und getrocknet. Sie wird dann unter dem photographischen Negativ dem Licht ausgesetzt, kopiert, dann ausgewässert, um ihr die überschüssige Chromsäure zu entziehen, wieder aufgetrocknet und ist nun fertig vorbereitet für den Druck. Das wunderbare ist nur, dass ein photographisches Negativ mit allen seinen Feinheiten, mit allen seinen vielen Tönen durch das Licht auch vollkommen auf die Gelatineschicht übertragen und festgehalten wird, so dass das Druckbild auf ein Haar dem Lichtbild gleicht. [...]

Quelle: Die Postkarte. 1. Jg. 1905, Nr. 5, S. 45f. In Rechtschreibung und Zeichensetzung dem heutigen Stand angeglichen.

Dokument 7. Verschiedene Herstellungsarten der Ansichtskarten.

I. Erhabene und einfarbige (1905).

[...] Ganz auffällig ist zunächst ein Unterschied in der Oberflächengestaltung des Bildes; während die größte Anzahl der Bilder in der Fläche des Papiers bleibt, erheben sich andere aus dieser Fläche mehr oder minder deutlich und führen aus der Kunst der ebenen Fläche hin zur Kunst des Bildhauers, zur Skulptur. Das sind Hochprägungen, Dekorationen, Figuren und auch Landschaften. Sie werden verwendet ohne Farbe in Elfenbeinart oder auch mit Farbe oder mit glänzender Auflage. Besonders hervorgetan haben sich unter diesen Karten Prägungsdrucke, bei denen die Farben mit Hilfe des Luftpressers oder Zerstäubers aufgetragen waren, und zwar meist so, dass von zwei verschiedenen Seiten verschiedene Farben aufgestäubt werden, so dass ein schillernder Eindruck entsteht: Irisprägung. Auch Lichtdruck- und Buntdruckansichten mit Hochprägungen haben viele Freunde gefunden, da die Prägung den Eindruck des Natürlichen noch mehr heben hilft. Sonst ist noch die Färbung solcher Prägungen durch mattes Kolorit von derjenigen durch glänzendes Bedrucken zu unterscheiden.

Im Anschluss hieran wollen wir eine andere Art der plastischen Herstellung beiläufig erwähnen, das sind diejenigen Kunstgebilde, welche mit Hilfe eines haarscharfen Messers aus dem Karton geschnitten werden, gewöhnlich um Blumen darzustellen, sagen wir der Kartonschnitt.

Unter den Karten mit flächenhaften Bildern wenden wir uns zunächst den einfarbigen zu, indem wir erst diejenigen, bei denen das Bild lediglich aus getrennten, deutlich sichtbaren Linien und Punkten besteht. Diese rühren von Holzschnitten her oder vom gravierten Stein, in letzterem Falle sind sie besonders fein. Die Strichzeichnung entstammt dem Griffel des Künstlers, der durch seine Zeichenkunst die Welt hinstellt, wie sie sich seinem Auge malt. Mit wenigen Ausnahmen sind diese Karten anspruchsloser Art, so dass meist doch noch einzelne Farben flüchtiger Art zur Hilfe gezogen werden. Bei weitem eine größere Bedeutung haben aber die einfarbigen Bilder, welche sich aus Tönen zusammensetzen, welche der Photographie oder der Tuschzeichnung ähnlich sind. Diese tonreichen Darstellungen sind

begreiflich im allgemeinen ein noch besseres Darstellungsmittel als Linie und Strich. Wenn sie auch der Farben entbehren, geben sie doch Figuren und Landschaften in ihrer vollen Körperlichkeit wieder, die Natur im Reiz von Licht und Schatten. In der Nuancierung der Tonabstufungen lässt sich dabei eine solche Mannigfaltigkeit und zugleich eine so feine Abstufung erzielen, dass höchste Kunstleistungen durch solche Art erreicht werden.

Die verschiedenen Verfahren lassen sich durch die besonderen Eigenheiten dieser Töne unterscheiden. Es sind nämlich meist nicht eigentliche einfache Töne, mit denen die Druckerei arbeitet, sondern es sind zusammengesetzte Töne, die aus feinen Punkten und Strichen bestehen, die aber so fein sind, dass sie mit dem bloßem Auge nur mit angestrengter Aufmerksamkeit, zum Teil aber nur mit Hilfe der Lupe zu erkennen sind. Wenn die Töne aus lauter äußerst feinen Linien zusammengesetzt sind, fein wie ein Haar, und zugleich eine feine, aber satte und matte Farben zeigen, so haben wir es mit einem Kupferstich zu tun, und wenn die Linien unendlich fein werden und zugleich scheinbar ungeordnet einander kreuzen, mit einer Kupferradierung. Beide sind durchweg auf feinem Papier nicht ganz glatter Art gedruckt. Gewöhnlich werden diese Arten durch einen leicht geprägten Facettenrand charakterisiert, doch kann man sich auf diesen bei der Unterscheidung nicht verlassen, da er auch fehlen kann, ebenso wie man ihn bei Imitationen anbringt. Eine gute Charakterisierung bieten diese Bilder auch dadurch, dass die dunkleren Stellen gewöhnlich eine etwas andere Farbnuance haben als die helleren, wodurch die Töne eine viel größere Abwechslung und eine viel schönere Nuancierung erhalten und besonders geschmackvoll aussehen. Sind die schwarzen Linien der Töne jedoch kräftiger, so handelt es sich um Holzschnitte, die aber im ganzen nicht häufig zu Postkarten verwendet werden, wie diese Technik ja überhaupt seit der Zeit der Postkarte stark in den Hintergrund getreten ist.

Feinere Töne als die Holzschnitte haben die Autotypien, welche aus lauter regelmäßig in Reih und Glied gelegten schwarzen oder weißen Punkten bestehen, aus welchen sich die Töne des Bildes zusammensetzen. Ihrer Entstehung nach ein Zeitgenosse der Postkarte überhaupt, hat sich das Autotypieverfahren überraschende Verbreitung errungen wegen der Leichtigkeit und Schnelligkeit seiner Herstellung und der Vielseitigkeit seiner Verwendung, die natürlich mit einer gewissen Billigkeit verbunden sind. Hinderlich ist nur, dass sich gewöhnliches Elfenbeinkarton oder gar rauher Karton nicht als Material eignet, sondern dass die feinsten Resultate nur von sogenanntem Chromkarton erzielt werden, das ist ein Karton mit einer kreidehaltigen Schicht überzogen, auf welchem die Bilder aber sehr oft verhältnismäßig leicht verletzlich und wenig haltbar sind. Erst neuerdings stellt man haltbarere Bilder her. Die Druckfarbe kann beliebig sein, doch gibt schwarz den besten Effekt.

Ebenfalls aus Punkten, aber viel feineren und mit bloßem Auge fast nicht sichtbaren, die auch nicht in Reih und Glied geordnet sind, besteht der Lichtdruck. Die Feinheit des Kornes macht hier sogar im gewissen Sinne die Qualität des Bildes mit aus. Zum Lichtdruck werden meist ebenfalls die dunkleren Druckfarben verwendet, doch kann man dieselben beliebig wählen. Am meisten ist der Lichtdruck bekannt in einfarbigen Landschaftsansichten, durch deren Verwendung das Kartenwesen den eigentlichen überraschenden Aufschwung genommen hatte. Der Lichtdruck ist ebenfalls ein Zeitgenosse Postkarte und ist mit dieser in seiner Entwicklung sehr eng verknüpft. Er eignet sich übrigens ebenso gut zur Wiedergabe einer photographischen Landschaft, wie zur Reproduktion eines Gemäldes, ja sogar auch zur Reproduktion nach Kupferstichen und Radierungen und zur Imitation derselben, ist also gewissermaßen das Mädchen für alles unter den Druckverfahren. Es kann blanker oder gestrichener Karton verwendet werden. Die Farbe muss eine ziemliche Fettigkeit besitzen, darum trocknet Lichtdruck schwer und wird mit Papierzwischenlage versehen. Besonders eigenartig ist die Verwendung des Lichtdruckes zu täuschender Imitation gewöhnlicher Photos, welche, um die Ähnlichkeit voll zu machen, noch lackiert werden, eine Anwendungsart, die zwar weniger künstlerisch, aber bei dem Publikum bekannt und beliebt ist, so dass nach Einführung der

Vorderseitenschrift wieder eine Neubelebung dieser Art eintreten dürfte; auf glänzenden Karton schreibt es sich bekanntlich nicht gut.

Ähnlich dem Lichtdruck, aber feiner in der Farbe mit noch zarteren Pünktchen ist die Photogravüre, eine phototechnische Kupfer-tonplatte, in Druckart und Färbung gleich dem Kupferstich. Sie gilt gegenwärtig als die idealste der einfarbigen Reproduktionsarten und verlangt die größte Kunstfertigkeit. Auch sie wird durch Lichtdruck täuschend imitiert. Der Photogravüre im ganzen Aussehen sehr ähnlich ist die Rembrandttypie, die aber ihre Elemente wie die Autotypie in Reih und Glied zeigt. Einfarbige Lithographien beobachtet man fast gar nicht. Dieses Verfahren ist fast völlig vom Lichtdruck verdrängt worden.

Eine überraschend ausgedehnte Verbreitung hat unter den einfarbigen Bildern die eigentliche Photographie und zwar die Bromsilberphotographie gewonnen. Man findet zwar auch die gewöhnliche braune Silberphotographie in Verwendung, welche in der Sonne kopiert und dann fixiert wird, blauen bis violetten Ton zeigend, aber meist nur als manuelle Spezialität in Landschaften. Weitaus die meisten Bilder von Frauenschönheiten werden in Schwarz-Bromsilber hergestellt, denen sich neuerdings auch farbige, rötliche und andere Töne dieser Art zugesellen. Die Töne dieser Photographien sind wirklich reine Töne, denn sie sind so fein, dass man sie auch mit der Lupe nicht mehr auflösen kann in einzelne Punkte und Elemente. Das gibt der Photographie die Einfachheit und die Eleganz.

Soll man die einfarbigen Karten nach den Druckbezeichnungen ordnen, so erhält man die Reihe: Buchdruck, Steindruck, Kupferdruck, Lichtdruck, Photographie. [...]

Quelle: Die Postkarte. 1. Jg. 1905., Nr. 6, S. 56f. In Rechtschreibung und Zeichensetzung dem heutigen Stand angeglichen.

Dokument 8. Verschiedene Herstellungsarten der Ansichtskarten.

II. Mehrfarbige und bunte (1905).

Man könnte zunächst glauben, dass mehrfarbig und bunt dasselbe wäre. Das ist insofern nicht der Fall, als es sich bei bunten Karten um die Verwendung der verschiedenen Farben der Malerpalette handelt, über die der Drucker gleichfalls verfügt, während bei den mehrfarbigen Karten nur mehrere Töne einer und derselben Farbe Verwendung finden, die zusammen für das oberflächlich prüfende Auge in ihrer Zusammenwirkung nur den Eindruck einer einzigen Farbe machen, man bezeichnet diese letzteren darum auch eigentümlicherweise als „*Monotint*“, ein klassisches Beispiel ist das „Grau in grau“ der Maler.

Zu diesen Mehrfarbendruckern gehört die „*Photoimitation*“ oder das „*Photoimit*“, welches eine der anfänglichen Stufen der Ansichtskartenproduktion bezeichnete. Man versuchte die damals hoch in Blüte stehende braune Landschafts-Silberkopie und deren warmen, braunen oder braunvioletten Ton durch Übereinanderdrucken von mehreren Tönen zu erreichen. Als andere Erscheinung dieser Art muss der Doppeltonlichtdruck „*Duplex*“ genannt werden, welcher durch die Verbindung zweier aufeinanderfolgender Lichtdrucke ein ganz vollendetes tonreiches Bild erzielt und eine neuere Erscheinung bildet.

Die Verbindung zwischen den einfarbigen und den bunten Karten wird durch alle jene Karten hergestellt, welche zunächst einfarbig, sagen wir schwarz gedruckt und sodann mit Farben versehen werden. Die verständlichste Art ist das Kolorit, bei welchem, sei es frei mit der Hand, sei es mit Hilfe einer Schablone, mit Pinsel oder Zerstäuber die verschiedensten Farben aufgetragen werden. Da man gewöhnlich Wasserfarben verwendet, lösen sich die Farben auch wieder im Wasser, was zu ihrer Prüfung, aber auch zu ihrem Verderben führen kann. Das Kolorit sieht häufig matt aus, kann aber durch Zuhilfenahme von Zusätzen zur Farbe auch glänzend sein, so dass dann keine wesentliche Unterscheidung gegeben ist. Mit diesem Handkolorit werden nicht bloß Lichtdruckkarten versehen, sondern mit vielem Erfolg auch Bromsilber, ferner Buchdruck und Steindruck.

Bei letzteren greift man jedoch seltener zum Kolorieren mit der Hand, weil man es bequemer findet, die Koloritfarben ebenfalls aufzudrucken, so dass man dann von einem *Maschinenkolorit* spricht (machine coloured). In dieser Art sind häufig die einfacheren Witzkarten ausgeführt, bei denen man deutlich die schwarzen Striche von aufgesetzten flächigen und linienartigen Farben unterscheidet. Bei dem jetzt verlassenen *Photobunt*, der Imitation einer bunten Photographie, wird gleichfalls eine dunkle Zeichenpalette durch Koloritplatten auf den gehörigen Effekt gebracht. An diese Art schließt sich eng das *Autochrom* an, ein Autotypie- oder Autodruck, welcher mit Hilfe von einigen aufgedruckten Steindruckfarben (Chromo) koloriert ist. Man druckt die Autoplatte in schwarz sowohl vom Stein als auch vom Buchdruckercliché und erkennt sie, wie bereits früher erwähnt, an der regelmäßigen Anordnung der reihenförmigen Punkte. Eine große Reihe von Phantasienamen, welcher dieser Ausführung infolge eigentümlicher Umstände gegeben wurde, verwirren hier die guten Absichten des Sammlers: Heilicolor, Heliochrom, Autocolor u.s.w. Wir kommen auf die Ursachen dieses Wirrwarrs noch speziell zurück. Wie beim Autochrom ein Autodruck koloriert erscheint, so geschieht dies in gleicher Weise bei dem *Chromolichtdruck* (Collochrom) mit einem Lichtdruck, der ebenfalls mit einer Anzahl Chromodrucken farbig ausgestattet wird. In beiden Arten sind bereits ganz bedeutende Erfolge erzielt worden.

Unter *Iris* versteht man einen Chromolichtdruck, bei welchem ein blauer oder blauschwarzer Lichtdruck nur mit den beiden Druckfarben gelb und rötlich (rosa) koloriert erscheint. Auch durch dieses äußerst einfache Mittel werden bei gewissen Objekten wie Gebirge und Wasser unerwartet gute Wirkungen erzielt.

Die farbigen Elemente selbst haben die später unter Chromo noch zu erwähnenden Eigenheiten.

Von dem Autochrom gehen wir über zu dem *Vierfarbendruck*. Auch dieser ist eigentlich ein Maschinenkolorit, ein schwarzer Grunddruck wird nämlich durch einen Dreifarbendruck koloriert. Es bestehen hier alle vier Drucke, die schwarzen sowohl als auch die drei Koloritfarben aus Autoplaten, während beim Autochrom die Koloritfarben durch Lithographie hergestellt werden.

Dies führt uns zu den eigentlichen bunten Drucken, bei denen eine groß hervorstehende Zeichenplatte in der Grundfarbe nicht zu erkennen ist. Sie sind zunächst als *Chromos* oder *Chromolithographien* allgemein bekannt und es ist auch wohl jedem geläufig, dass in ihnen so viel Druckplatten liegen als überhaupt Farben bekannt sind, meist 7-10, oft auch bis 15 und selbst bis 20 Farben, die man in äußerst geschickter Weise übereinander gedruckt hat. Wenn man die Zeichnungselemente solcher Farbenplatten durch die Lupe betrachtet, findet man entweder feste, scharf begrenzte Punkte oder ein weiches und regelmäßig begrenztes Korn, jene nennt man die *Federlithographie*, diese die *Kreidemanier*. Es ist möglich in diesen Arten jedes Produkt der farbigen Malerei mit Erfolg zu reproduzieren, natürlich unter Anwendung aller Kunst des Lithographen und des Druckers.

Einen Schritt weiter in der Feinheit farbiger Wiedergabe geht das *Photochrom*. Es dient bis jetzt im wesentlichen zur Wiedergabe von photographischen Aufnahmen in bunten Prachtfarben. Das Korn ist besonders weich und der Übergang der Farben ausgesucht zart neben ersichtlicher Wahrung der photographischen Zeichnung. Die Anzahl der Farben schwankt zwischen 7 und 11. Wenn Chromo oder Photochrom eine große Anzahl Farben zu ihrer Herstellung brauchen, so hat man anderenteils versucht die Anzahl der erforderlichen Farben auf ein Minimum zu reduzieren. Das geschah durch den *Dreifarbendruck*. Unter drei Farben kann man im allgemeinen nicht herunter gehen, aber wie ein Maler imstande ist ein großes Gemälde mit Hilfe der drei Grundmalfarben, gelb, rot, blau herzustellen, indem er dieselben teils rein, teils gemischt zur Verwendung bringt, so verwendet auch der Drucker diese einfachste Farbgebungsmethode in seinem Druckverfahren. Es sind drei Autos, welche mit ihren regelmäßigen Punktsystemen übereinander gedruckt werden, so dass ihre Farben die

notwendige Mischung geben. Wenn man dabei aber genau zusieht, bemerkt man, dass die verschiedenfarbigen Punkte in Wirklichkeit gar nicht über-, sondern nebeneinander gedruckt sind, so dass eigentlich farbige Figuren entstehen. Trotzdem ergibt sich bei dem Betrachten ein wunderschöner Reiz der Farbenmischung. Da die Platten in der Hauptsache photographisch hergestellt werden, erhalten die Dreifarbenreproduktionen ganz vorzüglich die Eigenheiten der verschiedenartigen Maltechnik und müssen heute als die vollendetste Wiedergabe der Malerei gelten. Im Dreifarbendruck vertritt das etwas dunkle Blau die Rolle der Grundplatte.

Eine andere Art des reinen bunten Farbendrucks ist der *Farbenlichtdruck*, nicht zu verwechseln mit dem schon genannten Chromolichtdruck. Bei ihm wird eine geeignet erscheinende Anzahl farbiger Lichtdruckplatten übereinander gedruckt, so dass dieselben teilweise rein erscheinen, teilweise durch Übereinanderlagerung sich mischen. Durch herrliche reine Farbenwirkung in zartester Abtönung übertrifft der Farbenlichtdruck wohl so ziemlich alle bunten Ausführungen. Die in dieser Ausführung hergestellten Blumen sind allgemein bekannt.

Es erübrigt noch, auf jene Ansichtspostkarten zu kommen, welche eine Kombination von einfarbiger und bunter Druckausführung bilden. Dieselben zeigen meist einfarbige Lichtdruckbilder mit einer Umrahmung in Chromo, zu welcher auch wohl noch die Prägung tritt. So entstehen die Rahmenkarten, die vor einigen Jahren eine große Rolle spielten. Es sei zuletzt noch auf jene Karten hingewiesen, welche durch Auflegen farbiger Zutaten, wie Perlen, Glimmer, den Bildern einen ganz besonderen Reiz zu geben trachten. Damit treten wir aber von den Druckausführungen zu den mechanischen Zulagen und eigentlich über das gesteckte Ziel hinaus.

Quelle: Die Postkarte, 1. Jg., 1905, Nr. 8, S. 80f. In Rechtschreibung und Zeichensetzung dem heutigen Stand angeglichen.

Dokument 9. Erzeugung von Hochglanz auf Bromsilber- und Lichtdruckkarten (1906)

Im allgemeinen werden beim Verkauf von Ansichtskarten besserer Qualität die Bromsilberkarten vorgezogen, indem sie den ab- oder nachgebildeten Gegenstand, das Porträt oder dergleichen in derselben Weichheit und Feinheit darstellen, wie die bestens ausgeführten üblichen photographischen Bilder.

Tatsächlich werden die **Bromsilberkarten** in ganz derselben Weise wie die Photographien hergestellt, so dass hierbei die bei den anderen Ansichts- und Künstlerkarten gebräuchlichen Druckmethoden (Steindruck, Buchdruck, Lichtdruck, Heliogravure-Kupferdruck) nicht in Anwendung gelangen. Das Bromsilberpapier enthält in seiner Präparatur eine gewisse Silbermenge nebst anderen Bestandteilen, wodurch es äußerst lichtempfindlich gemacht wird. Diese Lichtempfindlichkeit ist unbedingt nötig, um das Bild zu erzeugen, welches vermittels entsprechender photographischer Negative auf das Papier aufkopiert und durch entsprechende Entwicklungsbäder hervorgerufen und in Fixierbädern dauerhaft gestaltet wird.

Die vorerwähnte Präparatur des Papiers mit Silbernitrat usw. ist also von wesentlicher und ausschlaggebender Bedeutung für den ganzen Prozess; die Präparatur, speziell das Silber, hat die Eigenschaft, dass es sich im Lichte verändert je nach dem Grade der Belichtung, und beruht auf dieser Lichtempfindlichkeit die Photographie sowie auch der Bromsilberbilder. Die Veränderungen, die durch das Licht herbeigeführt werden, sind indessen nicht sofort auf dem Bromsilberpapiere (auch auf den photographischen Platten) zu erkennen oder wahrnehmbar, sondern durch die vorher erwähnte Entwicklung tritt das positive Bild in schwarzer, brauner oder einer sonstigen Farbe hervor, welches, wenn es genügend tief und kräftig geworden, durch das Fixieren beständig und lichtwiderstandsfähig gemacht wird. Die darauffolgende Wässerung ist bestimmt, um alle Bäderrückstände auszuschneiden.

Die verschiedenen Färbungen der Bromsilberbilder oder –Karten werden durch verschiedene Bäder erzielt.

Hieraus ist zu ersehen, dass die ganze Arbeitsweise ziemlich umständlich und kostspielig ist, woraus sich auch der wesentlich höhere Preis der Bromsilberkarten folgern lässt.

Die **Lichtdruckkarten** sind bedeutend billiger, denn deren Herstellung geschieht vermittels des Druckes von Gelatine-Druckplatten, die ebenfalls auf photographischem beziehungsweise photochemiegraphischem Wege erzeugt werden.

Der Hergang hierbei ist, kurz geschildert, etwa folgender: Von dem photographischen Negative (Lichtdrucknegativ) wird eine mit einer Chromlösung versetzte flüssige Gelatine auf Glasplatten aufgegossen und diese Schicht, die gleichfalls stark lichtempfindlich nach dem Trocknen ist, wird unter dem Lichtdrucknegative dem Lichte ausgesetzt. Durch die Belichtung wird auf der Schicht ein positives Bild erzeugt, welches in entsprechenden Bädern hervorgerufen wird. Durch diese Bäder wird teilweise das unbelichtete Chromsalz ausgeschieden, während es dort, wo es vom Lichte mehr oder weniger getroffen wurde, seine Löslichkeit eingebüßt hat und demnach in der Gelatineschicht verbleibt. Die Gelatine hat die Eigenschaft, in feuchter Luft aufzuquellen, sie behält auch diese bei, wenn sie mit Chromsalz versetzt ist; je nach dem Grade nun, als das Chromsalz in der Gelatineschicht vom Lichte getroffen wurde, nach demselben Grade quillt sie auch hierbei auf, und es entsteht ein sogenanntes Reliefbild, von welchem im weiteren Verlaufe auf Papier gedruckt werden kann, und haben wir hier die Erklärung für den Lichtdruckprozess.

Es wird für jeden Ansichtskartenhändler nicht uninteressant sein, in allgemeinen Umrissen zu erfahren, wie und auf welche Weise diese beiden Sorten von Ansichtskarten hergestellt werden und ist, wie ersichtlich, ein großer Unterschied zwischen den beiden Verfahren in Bezug auf ihre Fabrikation.

Nach dieser belehrenden Einleitung wende ich mich zum eigentlichen Zwecke dieses Artikels, d.i. die **Glanzerzeugung auf Bromsilberdruckkarten** und Lichtdruckkarten.

Vielfach haben die ersteren, vielleicht durch langes Lagern oder sonst Beeinflussung, am Glanze gelitten, und kann man denselben auf verschiedene Weise ergänzen, verbessern oder erneuern, z.B. verwendet man eine Wachslösung, welche aus je 20 Teilen reinem gelben Bienenwachs, rektifiziertem Terpentinöl und Lavendelöl besteht. Zuerst wird das Wachs mit dem Terpentinöl in einem sauberen Geschirr in der Weise geschmolzen, dass das Geschirr in kochendes Wasser, also nicht direkt auf das Feuer gestellt wird (Wasserbad), und wenn die Lösung erfolgt ist, hebt man das Geschirr ab und gibt die 20 Teile Lavendelöl dazu. Nach dem Abkühlen ist die Masse gebrauchsfertig und wird eine Wenigkeit davon auf einen Flanelllappen genommen und damit die Karte erst eingerieben und darauf unter mäßigem Drucke nachpoliert, bis der Hochglanz sich zeigt, welcher sehr dauerhaft ist und brillant wirkt.

Auf die gleiche Weise kann man das in photographischen Geschäften erhältliche Cerat verwenden, welches nach Prof. Eder aus 100 gr. weißem Wachs, 100 gr. Terpentin und 4 gr. bestem Damarharz besteht. Auch dieses Präparat wird durch vorheriges Schmelzen erzielt, und ist die Anwendung gleichfalls wie vorher angegeben, indem mit einem Flanelllappen erst etwas aufgetragen und die Karten nachher mit einem trockenen Teile des Lappens nachpoliert werden.

Auf matten Bromsilberkarten wird dagegen auch Hochglanz erzeugt, wenn die Karten erst einige Zeit in einer Schale reinen, kalten Wassers eingelegt werden, wodurch die Gelatineschicht der Karten erweicht wird. Während dieser Zeit reinigt man eine fehlerfreie Spiegelglasscheibe mit Essig und Kreidepulver recht sorgfältig von allem Schmutz und Fett, spült sie gründlich ab, und erst wenn das Wasser streifenlos auf der ganzen Fläche des Glases haften bleibt, hat man die Gewissheit, dass die Platte vollkommen rein ist, andernfalls muss sie nochmals mit Kreide und Essig behandelt werden. Die Glasplatte wird nachher mit einem reinen trockenen Tuche abgerieben und trocken gemacht und flach auf einen Tisch gelegt, worauf sie

mit etwas Talkum (Federweiß) und reiner, ungeleimter Watte kräftig abgerieben und mit einem zweiten Stück Watte sanft abgestaubt wird. Nun nimmt man die Karten aus dem Wasser, legt sie dicht nebeneinander, mit der Bildseite nach unten, auf das talkumierte Glas, und wenn in dieser Weise die Platte voll belegt ist, werden zwei bis drei Bogen ungeleimtes Papier aufgedeckt, worauf mit der flachen Hand unter mäßigem Drucke das Papier überfahren werden muss, wodurch die Bromsilberkarten innig an das Glas angequetscht und keine Luftblasen zwischen Glas und Karten enthalten sind, worauf besonders geachtet werden muss.

Liegen alle Karten fest auf dem Glase, so stellt man die Platte auf die Seite, und springen diese, sobald sie völlig trocken sind, von selbst von der Glasfläche, wobei sie eine hochglänzende, brillante Fläche zeigen. Die Karten haben eine ganz flache Lage und bedürfen keiner weiteren Behandlung, so dass man hintereinander eine große Menge Karten behandeln kann.

Es gibt für diese Zwecke auch besondere Emaille-Platten, welche eine hochglänzende, fehlerfreie Fläche haben, die bezüglich der Dauerhaftigkeit den Spiegelglasplatten vorzuziehen sind. Bei Benutzung solcher Emailleplatten werden die Karten genauso behandelt wie auf Spiegelglas.

Bezüglich des Spiegelglases ist noch zu erwähnen, dass es erstens vollkommen glatt und blank ist, denn je schöner und glätter die Fläche ist, umso glänzender fällt der Hochglanz der Karten aus. Zweitens dürfen keinerlei Risse oder sonstige Fehler vorhanden sein, weil sich solche genau auf den Karten markieren, oder sie bleiben an dieser Stelle auf dem Glase haften.

Ferner ist nochmals zu wiederholen, dass die nassen Karten blasenfrei aufgequetscht werden müssen, sonst entstehen an solchen Stellen, wo die Kartenschicht nicht innig genug am Glase haftete, matte, schlierige Streifen oder Flecken, und muss man solche Karten nochmals feuchten und aufquetschen, um sie zu verbessern.

Kolorierte Bromsilberkarten lassen sich, wenn sie mit Anilinfarben übermalt sind, ebenfalls in derselben Weise mit Glanz versehen, doch dürfen diese Karten nur einige Augenblicke ins kalte Wasser getaucht werden, worauf sie sofort aufgequetscht werden müssen.

Lichtdruckkarten können in zweierlei Weise mit einem schönen, dauerhaften Hochglanz ausgestattet und dadurch leichter verkäuflich gemacht werden. Dies geschieht, indem sie entweder mit Lack überzogen oder gelatiniert sein müssen.

Um durch das **Lackieren** der Ansichtskarten einen schönen, streifenlosen Hochglanz zu erzielen, müssen diese vorerst mit einem Anstriche von Gelatine, Leim, Kleister, isländischem Moos oder essigsaurer Tonerde vorgrundiert werden, da sonst der Lack (sogenannter Spiritus- oder Etikettenlack) in das Papier resp. die Karten schlägt und diese total verdirbt.

Die *Vorgrundierung* z.B. mit Gelatine stellt man sich einfach in folgender Weise her: Man kocht ein Viertel Liter Regen-, Fluss- oder destilliertes Wasser auf, und setzt einige Tafeln bester Speisegelatine zu, die sich sehr rasch auflöst. Die erhaltene Grundierlösung muss ziemlich stark zwischen den Fingern kleben, und wenn sie ausgekühlt ist, muss sie etwas dicklich, so ähnlich wie Glycerin, sein. Die Lösung wird in erwärmtem Zustande aufgetragen.

Isländische Moosteeabkochung wird durch Abbrühen von diesem Moos erhalten, der Absud wird nach dem Abkühlen durch Leinwand gepresst, worauf er zum Grundieren geeignet ist, auch diese Lösung muss warm aufgetragen werden.

Das Auftragen geschieht mit einem weichen Schwämmchen, wobei nur darauf zu sehen ist, dass die bezügliche Lösung stets warm erhalten bleibt und dass der Aufstrich keine Streifen aufweist und nicht viel genommen wird. Es genügt, wenn die Kartenbilder mit einem dünnen Überzuge versehen sind, auf welchem es sich nach dem Trocknen der Grundierung vorzüglich lackieren lässt. Die gelatinierten oder mit Moostee behandelten Karten werden einzeln ausgelegt und nachdem sie vollkommen trocken sind, schreitet man zum *Lackieren*. Der Spiritus-Etikettenlack muss bester Qualität sein, und bezieht man denselben am besten aus einem

Druckereifachgeschäft als sogenannten Etikettenlack-Extrakt (per Liter inkl. Flasche ca. Mk. 3.00). Dieser Extrakt kann bis zu 1/3 mit Spiritus verdünnt werden, weshalb man mit ca. 100 gr. dieses Extrakts ziemlich viel Karten lackieren kann. Aus eigener Erfahrung muss ich vor dem Kaufe des Lackes aus den Drogerien usw. warnen, da diese Präparate bräunlich gefärbt sind und die Karten unschön werden.

Man schüttet von dem verdünntem Extrakt eine Portion in eine Schale, taucht einen breiten weichen Pinsel in den Lack, streicht den Überschuss am Schalenrande aus und trägt den Lack ganz dünn, möglichst mit einem oder zwei Strichen auf die Karten. Öfteres Überstreichen gibt Streifen, weshalb man sich erst soweit einüben muss, um mit zwei bis höchstens drei Strichen, die nicht über-, sondern nebeneinander zu erfolgen haben, einen glatten Anstrich zu erhalten.

Das Lackieren muss im warmen Raume erfolgen, da die Schicht hierdurch bedeutend mehr Glanz erhält und die Arbeit flott und leicht vor sich geht, wogegen im kalten Raume der Lack erstarrt und milchig-weiße unegale Streifen entstehen. Der Lack selbst ist leicht entzündlich, weshalb man ihn dementsprechend vor offener Flamme behüten muss, ebenso enthalte man sich bei dieser Arbeit des Rauchens.

Die lackierten Karten werden im warmen Raume ausgelegt, sie trocknen sehr rasch und glänzend aus, worauf sie zusammengenommen und unter mäßigem Drucke verwahrt werden. Sollte es sich zeigen, dass der Lack während des Lackierens zu dick wird, so ist er noch mit etwas Spiritus zu verdünnen, und hebe ich nochmals besonders hervor, dass, je dünner der Lack aufgetragen wird, umso mehr Glanz erwartet werden darf. Dicke Schichten springen leicht beim Biegen der Karten, dünne jedoch nicht!

Als Unterlage der Karten beim Lackieren benutzt man alte Zeitungen, und zwar für jede Karte ein frisches Blatt. Diese Blätter sind etwas größer zuzuschneiden als die Karten. [...]

Handkolorierte Karten lassen sich indessen nicht lackieren und gilt die hier gegebene Anleitung für schwarze, braune oder sonstige Lichtdruck- oder Buntdruckkarten.

Das **Gelatinieren** der Ansichtskarten zur Erzeugung von Hochglanz geschieht in folgender Weise. Weiches, d.h. Fluss- oder Regenwasser, wird gut aufgeköcht und setzt man dem noch heißen Wasser so viel der besten Gelatine in Tafeln zu, dass die Masse nach der Abkühlung stark zwischen den Fingern klebt. Die Masse wird nochmals im Wasserbade erwärmt und durch dichte Leinwand gepresst, damit aller Schmutz und die Klümpchen zurückbleiben, worauf man der Gelatinelösung einige Tropfen Spiritus zugibt und sie ständig warm erhält.

Mit dieser Lösung werden die Karten erst einmal recht mager überstrichen, worauf sie einzeln ausgelegt werden müssen. Nach dem Trocknen werden sie dagegen nochmals, aber ziemlich dick und möglichst gleichmäßig, überstrichen und abermals getrocknet. Es ist darauf zu sehen, dass man keine Streifen erhält, weshalb die Lösung warm sein muss, und ist hierzu ein feinerer Pinsel zu verwenden.

Nachdem auch dieser Anstrich vollkommen trocken ist, werden die Karten in kaltes Wasser gelegt, wodurch der Anstrich erweicht wird, dann legt man sie auf eine reine, recht sauber geputzte Spiegelglasscheibe und quetscht sie fest an, wie ich dies bei Bromsilberkarten beschrieben habe.

Das überschüssige Wasser wird durch Auflegen von einigen Bogen weißen Löschpapiers und durch Überstreichen mit der flachen Hand oder einer steifen Bürste entfernt, wobei auch gleichzeitig ein inniges Anlegen der Karten an die Glasplatte erzielt wird.

Die Glas- oder Emailleplatte wird darauf auf die Seite gelegt und springen die Karten nach dem Trocknen von selbst ab, eine hochglänzende, vollkommen egale Schicht aufweisend. Außerdem liegen sie schön glatt und behalten diese Lage auch bei, wenn sie nicht in feuchten Räumen verwahrt werden.

Bei der Zubereitung der Gelatinelösung ist darauf zu sehen, dass keine Bläschen oder Schaum entstehen, weil dergleichen Fehler das Ankleben auf der Glasplatte verursacht, und lässt sich

dies vermeiden, wenn man in die unfiltrierte Lösung einen ganz geringen Zusatz von frischer Milch gibt, wodurch die Schaum- und Blasenbildung total verhindert wird.

Nach den hier erteilten Ratschlägen lassen sich auch andere Drucksachen, wie Plakate, Bilder usw. behandeln, und empfehle ich diesen Artikel zur allgemeinen Beachtung.

Quelle: Erzeugung von Hochglanz auf Bromsilber- und Lichtdruckkarten. Von M. T. In: Der Postkarten-Markt. III. Jg., 1906, Nr. 16, 1. Oktober, S. 274f.; Nr. 17, 15. Oktober, S. 288, 290. - Augenscheinlich richtet sich die Anleitung an Wiederverkäufer, die ihre Karten verschönern wollen, um deren Absatz zu befördern. - Absätze und Hervorhebungen eingefügt; Rechtschreibung und Zeichensetzung dem heutigen Stand angeglichen.

Dokument 10. Rud. Lutz: Erinnerungstafel sportlicher Ereignisse (1840 bis 1900)

1. Oktober 1869: Österreich führt die Korrespondenzkarte ein.

25. Juni 1870: Deutschland führt die Korrespondenzkarte (vom März 1872 ab „Postkarte“) ein.

1870 – 1878 folgten die übrigen Länder Europas.

16. Juli 1870: Buchhändler Schwarz-Oldenburg versendet die erste gedruckte Genre-Karte mit Abbildung auf der Vorderseite.

Anfangs 1872 fertigt C. Rohrig & Sohn-Nürnberg für die Firma F. H. Locher-Zürich die ersten wirklichen Ansichtskarten in Stahlstich von Luzern mit Rigi.

24. Juli 1872. Von diesem Tage abgestempelt ist als älteste bekannt eine Karte mit Ansicht der Schneekoppe.

10. Mai 1894. Warming-Hamburg gründet den „Sammler-Verein für illustrierte Postkarten zu Hamburg“.

Oktober 1894. Weise-Weimar gründet den „Tauschverband für Ansichtskarten-Sammler in Weimar.“

1. März 1895. Durch Zusammenschluss der Hamburger und Weimarer Verbände entsteht der „Central-Verband“ (C.V.) als älteste, jetzt noch bestehende Vereinigung.

1. März 1895. Alfred Mello in Göggingen gibt Nr. 1 der „Monatsschrift für Ansichtskarten-Sammler“ aus.

1. April 1896. Koch-Suhl gründet den „Kaufverband für Ansichtskarten-Sammler“ (später D.A.S.V.).

1. April 1896. Heitmann-Leipzig lässt unter der Redaktion von Weise-Weimar den „Postkarten-Sammler“ erscheinen.

1. Juli 1896. Cuneus-Halle lässt die „Zeitschrift für Ansichtskarten-Sammler und Liebigbilder-Interessenten“ erscheinen.

1. November 1896. Der „Internationale Verband für Postkarten-Sammler in Beeskow“ wird gegründet.

Januar 1897. Das erste „Adressbuch für Ansichtskartensammler“ erscheint bei Heller-Stein a.D.

1. März 1897. „Gut Ferngruß!“ – Erfindung resp. Idee von Paul Zetsche – wird als ‚Sportdevise‘ der Ansichtskartensammler akzeptiert und ist als einzige Devise allgemein populär geworden.

1. Juli 1897. In Nürnberg wird der „Weltverband Kosmopolit“ unter dem Vorsitz von Fritz Schardt gegründet, der bis heute unter allen dergleichen Vereinen die größte Mitgliederzahl erreicht hat.

18. Juli 1897. Die erste größere Zusammenkunft der Ansichtskartensammler findet unter dem Regime des C.V. in Kösen statt.

20. Juli 1897. Die Monatsschrift „Gut Ferngruß“, Organ des D.A.S.V., erscheint erstmalig bei Fischer-Ems.

29. August 1897. Das Ministerium des Innern des Königreichs Sachsen erlässt das erste staatliche Preisausschreiben für Postkartenentwürfe.
- September 1897. Es erscheint das erste Versbuch für Ansichtskarten bei Röpke & Wortmann-Hamburg.
- Ende November 1897. In Wien wird die „Internationale Association der Ansichtskarten-Sammler (I.A.)“ gegründet.
- Ende Dezember 1897. In Wien erscheint als Organ der I.A. „Die illustrierte Postkarte“ erstmalig.
- Ende 1897. Der erste ausländische Verband „Schweizer Verein für Ansichtskarten-Sammler“ wird in Saanen gegründet.
1. Januar 1898. Der erste überseeische Postkartensammler-Verein wird in New York gegründet.
25. Januar 1898. Die erste Auslands-Zeitung „Schweizerische Postkarten-Zeitung“ beginnt in Saanen zu erscheinen.
1. April 1898. Das „Central-Blatt für Ansichtskarten-Sammler“ erscheint erstmalig als C.V.-Organ bei Metzner-Nordhausen.
1. Mai 1898. Die erste größere „Internationale Ausstellung illustrierter Postkarten“ wird im Grassi-Museum in Leipzig eröffnet.
5. Mai 1898. Die beiden größten und ältesten Vereinigungen D.A.V. und C.V. verschmelzen sich.
19. Und 20. Mai 1898. Der Congress der Ansichtskartensammler (Mitglieder der C.V. und D.A.V.) findet in Leipzig statt.
19. Mai 1898. Die erste außerdeutsche Postkarten-Ausstellung wird in Wien eröffnet.
1. Oktober 1898. Die Comp. „Comet“ arrangiert mit eigenem Weltreisenden die erste „Weltreise“ zwecks Versand von Ansichtskarten an Abonnenten.
1. Januar 1899. Die künstlerisch ausgestattete „Künstler-Postkarte“ beginnt in Berlin zu erscheinen.
- Anfangs 1899. Die „Internationale Ansichtskarten-Gesellschaft A.-G.“ etabliert sich in Berlin zwecks Herausgabe von Postkarten namhafter Künstler.
23. März 1899. Die „Internationale Association der Ansichtskartensammler Wien“ vereinigt sich mit dem „Central-Verband“.
15. September 1899. Schiller-Nürnberg gibt als erstes bedeutendes literarisches Werk das „Jahrbuch für Postkarten-Sammler“ aus.
- November 1899 findet die erste internationale Ansichtskarten-Ausstellung in Nürnberg statt, welche von Fachleuten als die reichhaltigste und gediegenste anerkannt wurde.
1. Januar 1900. „Die Ansichtskarten-Börse“ beginnt als erstes Organ des Ansichtskartenhandels in Berlin zu erscheinen.
1. Januar 1900. Das „Handbuch für Ansichtskartensammler“ von A. Metzner ist erschienen.
15. März 1900. Der „Gelegenheitskarten-Katalog“, die bedeutendste Schöpfung von Metzner, Steppacher u.A., erscheint in Lieferungen erstmalig.
- September 1900 erscheint eine erste internationale Postkarten-Sammlerliste mit ca. 1.000 ausgesuchten Adressen im Verlage der „Internationalen Postkarten-Zeitung“.
- Quelle:* Internationale Postkarten-Zeitung, 1901, Nr. 2, S. 10f., Auszug. Vgl. Sportliche Erinnerungs-Tabelle. Nach Daten geordnete Zusammenstellung besonderer sportlicher Ereignisse (10. Mai 1894 bis 20. Mai 1899). In: Schiller's Jahrbuch für Postkarten-Sammler, S. 31-34. - Das Sammeln von Postkarten wurde zeitgenössisch als Sport bezeichnet.

Anhang 1

Eingetragene **Gebrauchsmuster** für Postkarten.
Auswahl aus den Jahren 1906-1908.

Quelle: Der Postkarten-Markt. Neueste Nachrichten für den Buch-, Kunst- und Papierhandel aus der Ansichts- und Künstler-Postkarten-Industrie. Fachblatt für den Postkartenhandel und die Postkarten-Industrie. Organ des Schutzverbandes für die Postkarten-Industrie, Sitz Berlin. III.-V. Jg., 1906-1908. Mit der Nummer des Eintrags, der Beschreibung sowie dem Namen und dem (Wohn-, Geschäfts)Sitz des Eintragenden.

- 265 171. Etui-Ansichtspostkarte mit darin herausziehbar befestigtem Heft. Gustav Kaufmann, St. Johann a. Saar.
- 265 833. Der Rückseite eines versiegelten Briefes nachgebildete Postkarte mit Ansichten. Adolf Schaupp, Bayreuth.
- 265 998. Doppelpostkarte, welche auf den beiden inneren Seiten einen geographischen Plan enthält, während die beiden äußeren Seiten zur Aufnahme von Adresse und Ansichten bestimmt sind. Louis Koch, Halberstadt.
- 266 815. Ansichtskarte mit angebogenem Beiblatt. Arthur Köstner, Dresden.
- 266 971. Zusammenklappbare Einladungskarte, deren Umriss eine Tierform bildet. Franz Kuhl, Breslau.
- 267 171. Zelluloidpostkarte mit aufgeklebtem, die Adressenfläche bildendem Papierblatt. Firma S. Hahn, Berlin.
- 268 082. Postkarte mit Plüsch-Überzug und auf diesem befestigter Zelluloidauflage. Fa. S. Hahn, Berlin.
- 268 685. Postkarte mit eingesetzten Membranen und einem Schlegel zum Anschlagen einer Membran. Julius Kohner, Teplitz i. Böhmen.
- 268 828. Verzierte plastische Postkarte mit in einer Vertiefung liegenden Ansichtsblättern. Wilhelm Franck, Duisburg.
- 269 442. Kartenbrief mit Verschluss an einer Kopf- und einer vollen Längsseite. Wm. Joynson & Sohn, Berlin.
- 269 554. Postkarte mit verschiebbarer, in Ausschnitten der Deckelkarte einstellbaren Aufdruck tragender Einlage. Vereinigte Kunstanstalten A.-G. Kaufbeuren.
- 269 625. Ansichtspostkarte, welche durch Vordruck einer Anordnung von Ansichten, Emblemen, Wappen usw. einer darauf zu klebenden Photographie des Absenders als Umrahmung dient. Conrad de la Motte, Kiel-Wik und Jacob Henningsen, Lübeck.
- 269 980. Farbige Porzellantafeln imitierendes Bild in Postkartenform, mit auf demselben lose aufliegenden Überzug, aus farbigem transparentem Material. Leo Braun, Fürth i. B.
- 270 831. Taschenförmige Ansichtspostkarte mit beim Verschieben sich selbsttätig umblättern dem Leporello-Album. Jul. Katzenberger, Frankfurt a.M.
- 270 890. Ansichtskarte mit Spiegel aus Blech. Peter Meffert, Coblenz a. Rh.
- 273 827. Dreiteilige, zickzackförmig zusammengelegte Ansichtskarte mit deren ersten Teil mit dem dritten Teil verbindenden, im umgekehrten Sinne mit dem Mittelpunkt verlaufenden Bändern. Heinrich Redlich, Brünn.

- 274 233. Aus einem Doppelblatt bestehende Ansichtspostkarte, bei der vermittelt einer hinter Ausschnitten der Bildseite angeordneten, durchscheinenden und verschiedenfarbigen Drehscheibe eine Nachahmung veränderlicher Beleuchtungen erzielt wird. F. S. Hahn, Berlin.
- 274 713. Ansichtspostkarte mit auf einem Teil der Adressseite angebrachtem verschließbarem Heftchen oder Album, dessen verlängerter Umschlag unter die andere, teilweise aufgeklebte Hälfte gesteckt wird und so den Verschluss bildet. Franz Sammet, Barmen-Rittershausen.
- 275 647. Postkarte mit Bild, das durch Aufkleben von Buntpapierausschnitten hergestellt ist. Paul Weinheimer, Düsseldorf.
- 279 138. Als aufstellbarer Photographie- oder Bilderrahmen dienende Postkarte, in deren hinterem Blatt ein Einschnitt angeordnet ist, derart, dass eine aufklappbare Zunge entsteht, die als Stütze zum Aufstellen der Postkarte dient. Max Groner, Berlin.
- 279 142. Glückwunschkarte mit eingeklebten Lametta-Fransen. Johann Adam Reppisch, Nürnberg.
- 279 540. Karte mit auf Stoffüberzug photographiertem Bild und geprägten kolorierten Blumen. Fa. S. Hahn, Berlin.
- 279 544. Gratulationskarte zum Aufziehen mit elektrischem Licht, das beim Aufziehen der Karte aufflammt. Behrendt & Wartenberger, Berlin.
- 279 574. Postkarte als Riechbeutel. Sander & Heldt, Straßburg-Königshofen i. E.
- 279 667. Postkarte mit dem Schreibraum auf der Vorderseite bedeckender Schutzklappe. Rich. Großmann, Mainz.
- 279 962. Ansichtspostkarte und dgl. mit perforierter, von Hand herausbrechbarer und umlegbarer Rückenstütze. Christian Neureuther, Schlierbach b. Wächtersbach.
- 280 110. Ansichtspostkarte mit aus dem Deckkarton ausgeschnittenen durch Bänder verschließbaren und den Bodenkarton deckenden Klappen. Paul Kleiser, Vöhrenbach, Baden.
- 281 164. Postkarte mit Plüschüberzug und auf diesem befestigter Seidenauflage. Fa. S. Hahn, Berlin.
- 281 165. Postkarte mit Seidenauflage-Verzierung, deren Blumen u. dgl. Teile mit Velvet überzogen sind. Fa. S. Hahn, Berlin.
- 282 071. Karte, die ein mit bildlichen Darstellungen umrahmtes Zifferblatt und darüberhin bewegliche Zeiger trägt. Carl Hellriegel, Akt.-Ges., Berlin.
- 282 323. Metallartig glänzende Ansichtskarte mit farbigem Unterdruck. Wezel & Naumann, A. G.
- 282 324. Stereoskopische Ansichtskarte mit abtrennbar angeordneten komplementärfarbigem Scheiben. A. Rodeck, Eisenach.
- 282 334. Ständer-Ansichtskarte mit zwei Photographierahmen. Peter Larem, Jugenheim a. d. B.
- 284 300. Ansichtspostkarte mit die Bildseite schützender Zelluloidschicht. Albert Kleeberg, Dresden.
- 284 353. Karte aus Leder. A. Fritze, Hamburg.
- 284 799. Illustrierte Postkarte, bestehend aus einer zur Hälfte zusammengeklebten Doppelpostkarte, deren nicht zusammengeklebte Teile nach Aufschneiden der Bruchkante zum Aufstellen der Karte dienen. Christian Duggen, Rendsburg.
- 286 498. Ansichtspostkarte in Form eines Tellers. J. Stadelmann, Nürnberg.

- 288 391. Buchartig aufschlagbare Postkarte mit Verschlusszunge. Richard Jaeckel, Querfurt.
- 288 496. Postkarte, die zum Einschieben einer Einlage auf der Seite offen ist. Max Croner, Berlin.
- 288 497. Postkarte aus Pergament mit hochgeprägten, mit Gewebe überzogenen Verzierungen. Max Croner, Berlin.
- 288 713. Karte mit Gelatinefenster. Franz Frick, Göppingen.
- 290 155. Doppelpostkarte mit Büchlein. Hermann Heyne, Saarbrücken.
- 290 169. Doppelperspektivkarte mit einem eingehafteten Führer. Richard Jaeckel, Querfurt.
- 290 442. Brief-Postkarte, bei der eine Reihe gelenkig miteinander verbundener Ansichtskarten mit einer Verschlusseinrichtung versehen ist. Aristophot, Taucha.
- 291 886. Gratulationskarte mit Strohgeflechtauflege. Fa. S. Hahn, Berlin.
- 292 096. Ansichtskarte mit Zelluloidbild. Otto Spitzer, Berlin.
- 293 363. Scherzansteckpostkarte mit Aufhängekasten. Papierwarenfabrik H. Weißing, Grimma i. S.
- 293 491. Ansichtspostkarte mit neben der Ansicht angeordnetem Situationsplan der betreffenden Gegend. Heinrich Kuhse, Breslau.
- 294 804. Bromsilberpostkarte mit von Seide überzogener Hochprägung. Deutsche Celluloid-Luxuswaren-Fabrik Carl Nathan Nachf. J. Priester, Berlin.
- 294 925. Im Dunkeln leuchtende Ansichtspostkarte. L. Leiner, Karlsruhe i. B.
- 297 383. Als Ansichtskarte und als Zimmerschmuck verwendbare Gratulationskarte mit von Seide überzogener Hochprägung. Deutsche Celluloid-Luxuswaren-Fabrik Carl Nathan, Nachf. J. Priester, Berlin.
- 298 631. Ansichtspostkarte mit Leporello-Album. Alfred Langer & Co., Luxus-Papier-Großwarenhandlung, Berlin.
- 299 018. Postkarte mit Photographien des Absenders und Versen. Otto Belling, Berlin.
- 299 783. Ansicht-Doppelkarte mit zwischen beiden Karten eingeschobenen Schokoladentäfelchen. Alexandra Gräfin von Dyhrn Freiin zu Schinau, Breslau.
- 300 736. Ansichtspostkarte mit Ausschnitt, durch welchen eine hinterklebte Spiegelfläche zutage tritt. Benjamin Auskerin, Berlin.
- 301 308. Ansichtspostkarte mit abtrennbarem Karton zur Aufnahme von Schokolade und dergl. Otto Sonnenbrodt, Berlin.
- 301 965. Wollstaubrahmen für Ansicht-Postkarten. Fa. A. Brockhaus, Leipzig.
- 302 821. Postkarte mit auf der Rückseite angebrachter Tasche, in welcher sich eine mit einer Öse versehene Durchsichtskarte befindet. Sophie Thom, geb. Helbig, Berlin.
- 302 845. Ansichtskarte, bestehend aus einem durch Herausziehen bzw. Hineinschieben einer Karte sich abrollenden Bilderstreifen, der in einem Umschlag mit Ausschnitt angeordnet ist. Hermann Becker, München.
- 302 847. Vielfarbiges Bild in Form einer Postkarte mit beigesteckten Grundfarbenbildern. Photochemie, Berlin.
- 303 742. Glückwunschkarte mit der Abbildung eines Abreißkalenders, dessen zur Schau liegendes Blatt die Zahl des Tages in rotem Festtagsdruck enthält. Heymann & Schmidt, Luxuspapierfabrik, AG, Berlin.
- 304 062. Ansicht-Postkarte mit perforierter Anhängerkarte, die ein Aufstellen der Postkarte mit gebogener Front gestattet. Otto Beese, Ruppertsdorf R. j. L.

- 307 288. Karte mit Belag aus lichtbrechendem Stoff und Gelatineüberzug. Jakob Silberstein, München.
- 315 146. Ansichtspostkarte mit imitiertem Holzrahmen, verbunden mit Aufstellvorrichtung und Einrichtung zum Aufhängen. Christliches Verlagshaus Knappe & Schrader, Dresden.
- 318 276. Aufhängbare Ansichtskarte. Gertrud Schmidt, Dresden.
- 325 063. Zu einem Ziehkalendar ausgebildete Postkarte. Fa. S. Hahn, Berlin.
- 325 064. Karte mit aufstellbarer Zierauflage. Fa. S. Hahn, Berlin.
- 325 381. Postkarte mit Zugbandkalendar. Deutsche Celluloid-Luxuswaren-Fabrik, Berlin.
- 328 021. Ansichtspostkarte mit Oxyd-Metall geprägt. Karl Braun & Co., München.
- 328 842. Karte für Post- und Gratulationszwecke mit einem Fächer nebst Zugkalendar. Deutsche Celluloid-Luxuswaren-Fabrik J. Priester, Berlin.
- 328 965. Postkartenständer mit umlegbarer, die Karten vor einem Vergrößerungsspiegel haltender Rückwand. Christoph Scheidler, Zirndorf i. B.
- 329 634. Postkarte mit gummiertem Feld zum Aufkleben eines Bildes. Leipziger Buchbinderei-Aktien-Ges. vorm. Gustav Fritzsche, Leipzig-R.
- 336 630. Karte mit eingeschlitztem Rahmen zum Einfügen von Bildern. Fritz Schulz, Bremen.
- 344 303. Ansichtspostkarte mit am Rand lösbar befestigter Stütze. Franz Biber, München.
- 345 226. Militärpostkarte mit einem neben den auf eine bestimmte Truppengattung hinweisenden Bildern angeordneten Raum zur Aufnahme der Namen der in einem Truppenteil dienenden Personen und einer die Namen verdeckenden Schutzklappe. Alexander Reuter, München.
- 345 578. Ansichtskarte aus einer die bildliche Darstellung in Hochprägung zeigenden Metallfolie und einer zu ihrer Versteifung dienenden Rückenschicht. Ernst Caspari, Berlin.
- 347 402. Karte, auf welcher eine mit einem freien Raum zum Aufkleben eines Bildes versehene Achselklappe angebracht ist. Karl Weiser, Plauen i. V.
- 349 687. Als Tasche ausgebildete Postkarte mit einliegendem Buch. Hugo Günther, Leipzig.

Teil V Literatur

Ausgewählt von JUTTA ASSEL und GEORG JÄGER

Die Bibliographie ist als Arbeitsmittel angelegt und nimmt auch einschlägige Titel auf, die im Aufsatz nicht zitiert werden, sowie bibliothekarisch nachgewiesene, aber nicht eingesehene Titel. Soweit die Aufnahmen nicht am Objekt erfolgten, wurden die Daten der besitzenden Bibliotheken (nachgewiesen im KVK und der ZDB) übernommen. Nicht aufgeführt werden Titel, die historisch belegt sind, für die es aber keinen Besitznachweis gibt. Erfasst werden Publikationen in deutscher, englischer, französischer und italienischer Sprache. Vollständigkeit wird nicht angestrebt. Ausgeschlossen sind Postkarten-Bücher, d.h. Sammlungen zum Herausnehmen bzw. Heraustrennen der einzelnen (Kunst)Karten, Postkarten-Kalender, Liedpostkarten bzw. Musikalische Karten sowie Reiseführer mit Ansichtskarten. Nicht aufgenommen werden die überaus zahlreichen Titel des Typs "XY in alten Ansichten / auf alten Postkarten" oder ähnlich, die - nach der Devise: "Postkarten erzählen Geschichte" - heimatkundlichen und lokalhistorischen Interessen dienen.

Postkarte: Dokumentation und Forschung

- Aizenberg, Salo (2013): *Hatemail. Anti-semitism on picture postcards*. Philadelphia (Jewish Publication Soc.).
Inhalt: The Dreyfus Affair and the birth of the anti-Semitic postcard -- The main stereotypes and canards -- Postcards from Germany -- Postcards from France -- Postcards from Great Britain -- Postcards from the United States -- Postcards from other countries -- The little Cohn: an anti-Semitic hit song -- The spa towns of Karlsbad and Marienbad -- Nazi-era postcards -- Anti-Israel postcards
- Alzheimer, Heidrun (2009): *Glaubenssache Krieg. Religiöse Motive auf Bildpostkarten des Ersten Weltkriegs*. Bad Windsheim (Verlag Fränkisches Freilandmuseum in Bad Windsheim).
- Die Ansichtskarten. Karl Stehle*. Katalog zur 26. Auktion am 18. Oktober 2013 vom Auktionshaus Christoph Gärtner. Bietigheim-Bissingen.
- Axster, Felix (2014): *Koloniales Spektakel in 9 x 14. Bildpostkarten im Deutschen Kaiserreich* (Postkoloniale Medienwissenschaft; 2) Bielefeld (Transcript). - Dissertation.
- Backhaus, Fritz (1999): *"Hab'n Sie nicht den kleinen Cohn geseh'n?" Ein Schlager der Jahrhundertwende*. In: Gold / Heuberger (1999), S. 235-240.
- Baranowska, Małgorzata (1995): *The Mass-Produced Postcard and the Photography of Emotions*. In: Visual Anthropology, Bd. 7, S. 171-189.
- Baudet, Annie et François (1978): *L'Encyclopédie internationale de la carte postale illustrée*. Bd. 1. Paris (S.N.R.A.).
- Bauer, Richard (1986): *Königliche Grüße. Ludwig II. in Postkarten*. Buchendorf (Buchendorfer-Verlag).
- Baumgartner, Lothar (2008): *Die k.u.k. Flotte in alten Postkarten - à la carte postale. Raritäten von 1890-1918 aus der Sammlung Robert Lohberger*. Wien (Stöhr).
- Behrens, Christoph (Hg.) (1988): *Fürsten-Postkarten. Sammlung Frühsorge*. München (Saur). 86 Mikrofiches.
- Belmenouar, Safia / Combier, Marc (2007): *Bons baisers des colonies. Images de la femme dans la carte postale coloniale*. Paris (Éd. Alternatives).
- Bénard, Daniel / Guignard, Bruno (2010): *La carte postale. Des origines aux années 1920*. Saint-Cyr-sur-Loire (Editions Alan Sutton).
- Binder, Gerhart (1983): *Mit Glanz und Gloria in die Niederlage. Der Erste Weltkrieg in alten Ansichtskarten aus der Sammlung von Richard Meinel*. Stuttgart (J.F. Steinkopf).
- Blumenthal, Stefan (1991): *Grüße aus der Luft. 100 Jahre Luftfahrt auf alten Postkarten*. Stuttgart (Motorbuch-Verlag).

- Bockisch, Michael (2009): *Die Bildpostkarten Österreichs*. Dokumente und Geschichte, Listen und Karten, Abbildungstabellen und Motivlisten, Handbuch und Katalog, Bilder aller Karten auf DVD erhältlich. Jesteburg (Bockisch).
- Bockisch, Michael (2011): *Die Bildpostkarten des Deutschen Reiches, Böhmen und Mährens sowie der Freien Stadt Danzig*. Dokumente und Geschichte, Listen und Karten, Abbildungstabellen und Motivlisten, Handbuch und Katalog, Bilder aller Karten auf DVD (optional). Jesteburg: Bockisch.
- Boesch-Niederer, Annemarie (1997): *Schubert à la carte. Postkartenmotive*. Bregenz (Vorarlberger Landesmuseum).
- Bogdan, Robert / Weseloh, Todd (2006): *Real Photo Postcard Guide. The People's Photography*. Syracuse, New York (Syracuse University Press).
- Boisjoly, Jean-Luc (2006): *La photo-carte. Portrait de la France du XIX siècle*. Lyon (Éd. Lieux Dits).
- Bornkamm, Henriette (2014): *Felix Axster. Koloniales Spektakel in 9 x 14: Bildpostkarten im Deutschen Kaiserreich*. Bielefeld (Edition Postkoloniale Medienwissenschaft). Zugl. Dissertation an der Philosophischen Fakultät der Universität zu Köln.
- Bräutigam, Claus (2004): *Brikettfabriken und Braunkohlenwerke auf alten Postkarten*. Borna (Südraum-Verlag).
- Brandstätter, Christian (2004): *Design der Wiener Werkstätte 1903-1932. Architektur, Möbel, Gebrauchsgraphik, Postkarten, Buchkunst, Glas, Keramik, Metall, Mode, Stoffe, Accessoires, Schmuck* (dtv; 34088) München (Deutscher Taschenbuchverlag).
- Brocks, Christine (2008): *Die bunte Welt des Krieges. Bildpostkarten aus dem Ersten Weltkrieg 1914-1918*. Essen (Klartext Verlag; Frieden und Krieg 10).
- Brouland, Pierre / Doizy, Guillaume (2013): *La Grande Guerre des cartes postales*. Paris (Hugo Image).
- Butler, Robert Olen (2004): *Had a good time. Stories from American postcards*. New York (Grove Press).
- A collection of short fiction inspired by postcards from a bygone era and their messages offers fifteen pieces, including "Carl and I," "The Ironworkers' Hayride," and "The One in White."
- Byatt, Anthony (1978): *Picture Postcards and their Publishers. An illustrated Account identifying Britain's major Postcards Publishers 1894 to 1939 and the great Variety of Cards they issued*. Malvern, Worc. (Golden Age Postcard Books).
- Carline, Richard (1971): *Pictures in the Post. The Story of the Picture Postcard and its Place in the History of Popular Art*. London (Gordon Fraser).
- Catella, Francis (1988): *La carte postale politico-militaire dans l'Allemagne de l'entre-deux-guerres, 1923-1945*. Strasbourg (Catella).
- Chéroux, Clément / Eskildsen, Ute (2007): *Frankierte Fantastereien. Das Spielerische der Fotografie im Medium der Postkarte*. Göttingen (Steidl).
- Claussen, Detlev (1999): *Vertreibung aus dem Urlaubsparadies. Über den Borkumantisemitismus*. In: Gold / Heuberger (1999), S. 251-255.
- Würzburger Couleurkarten. Studentenleben auf alten und neuen Postkarten. Ein Beitrag zur Vierhundertjahrfeier der Universität Würzburg*. Würzburg 1981 (Becker).
- Deutschmann, Wilhelm (1994): *Wiener Persönlichkeiten um 1900. Aus dem Postkartenverlag Brüder Kohn* (Sonderausstellung / Historisches Museum Wien; 186) Wien (Eigenverlag der Museen der Stadt Wien).
- Dick, Ricarda (2009): *Peter Altenbergs Bildwelt. Zwei Ansichtskartenalben aus seiner Sammlung*. Göttingen (Wallstein).
- Diekmannshenke, Hajo (2002): *"und meld' dich mal wieder!" Kommunizieren mittels Postkarte*. In: Obst. Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie, Nr. 64, August 2002, 93-124.

- Diekmannshenke, Hajo / Grünewald, Dietrich (Hgg.) (2005): *Lachen à la carte. Europäische Humorpostkarten aus dem 19. und 20. Jahrhundert. Die Sammlung Streitenfeld*. Alzey (Museum der Stadt Alzey).
- Diekmannshenke, Hajo (2006): *Polit-Postkarten: Propaganda, Wahlwerbung, politische Kommunikation*. In: Girnth, Heiko / Spieß, Constanze (2006): *Strategien politischer Kommunikation. Pragmatische Analysen (Philologische Studien und Quellen; 200)* Berlin (Erich Schmidt), S. 97-120.
- Diekmannshenke, Hajo (2008): *Text-Bild-Kommunikation am Beispiel der Postkarte*. In: Pohl, Inge (2008): *Semantik und Pragmatik - Schnittstellen (Sprache, System und Tätigkeit; 59)* Frankfurt a.M. (Peter Lang), S. 85-107.
- Dipper, Rachel (1999): *"Einmal muss der Mensch ins Bad!" Grüße aus Karlsbad und Marienbad*. In: Gold / Heuberger (1999), S. 194-204.
- Donle, Ernst (1897): *Adreß-Buch für Postkarten- und Ansichtskarten-Sammler*. Augsburg (Selbstverlag).
- Dube-Heynig, Annemarie (1984): *Ernst Ludwig Kirchner. Postkarten und Briefe an Erich Heckel im Altonaer Museum in Hamburg*. Köln (DuMont).
- Dumjahn, Horst-Werner (1976): *Bahnhöfe im Spiegel alter Postkarten*. Hildesheim (Olms).
- Eichler, Jürgen / Krenz, Egon Friedrich (1991): *Die Kaiserliche Flotte. Kriegsschiffe und Hafensichten auf historischen Postkarten*. Berlin (Brandenburgisches Verlagshaus).
- Falkenberg, Hans / Krajicek, Helmut (Hgg.) (1981): *Bäuerliches Leben auf alten Ansichtskarten (Schriften des Freilichtmuseums des Bezirks Oberbayern; 8)* Grossweil bei Murnau.
- Farina, Ferruccio (1991): *Die verbotene Venus. Erotische Postkarten 1895-1925*. Stuttgart, München (Deutscher Bücherbund).
- Felle, Manfred (1980): *Postkarten von Eugen Felle, 1869-1934. Gedanken, Erläuterungen und Betrachtungen zu einem wiederentdeckten Sammelobjekt (Kleine Kostbarkeiten im Allgäu; 6)* Kempten (Verlag für Heimatpflege).
- Feuchtmayr, Inge (2000): *Über das "aufheben". Was das Wort bedeuten und als Tätigkeit bewirken kann oder Reflexionen über 70 Jahre Postkarten. Versuch über Ursache und Sinn (m)einer Sammlung*. München (Feuchtmayr).
- Flemming, Thomas (2004): *Grüße aus dem Schützengraben. Feldpostkarten im Ersten Weltkrieg aus der Sammlung Ulf Heinrich*. Berlin-Brandenburg (be.bra verlag).
- Förderverein Marine-Luftschiff-Museum Nordholz (Hg.) (1987): *Die große Zeit der Zeppeline. Luftschiffe auf alten Postkarten*. Bremerhaven (Wirtschaftsverlag NW).
- Formery, Günter / Fürst, Thomas (2011): *Die Welt des Ansichtskartensammelns (Ratgeber für Briefmarkensammler; 7)* Schwalmthal (Phil Creativ).
- Gabriele, Nicola (2009): *Cuore, bombe, pugnale. Le cartoline degli Arditi dalla Prima Guerra mondiale agli anni Trenta*. Bassano del Grappa (VI) [i.e. Vicenza] (Itinera progetti).
- Geerdes, Karin (1998): *Ferne Heimat, doch so nah! Postkarten erzählen aus schweren Zeiten [Erster Weltkrieg] Horb am Neckar (Geiger)*.
- Gerdsen, Hermann (2001): *Großsteingräber in der Umgebung von Wildeshausen auf alten Photographien und Postkarten*. Aufnahmen von Alfred Panschar und Wolfgang Brandt. Oldenburg (Isensee).
- Geyer, Michael (1989): *Alte Postkarten erzählen von der Fischerei*. Wien (Selbstverlag).
- Gifford, Daniel (2013): *American holiday postcards, 1905-1915. Imagery and context*. Jefferson, NC (McFarland)
- "This book argues that holiday postcards circulated primarily among rural and small town, Northern, white women with Anglo-Saxon and Germanic heritages. Gifford reconsiders the postcard phenomenon as an image-based conversation among exclusive groups of Americans. This book demonstrates how the postcard images reveal deep divides at the height of the Progressive Era"

- Glückwünsche auf Postkarten*. Altonaer Museum in Hamburg, Norddeutsches Landesmuseum 1978.
- Gold, Helmut / Heuberger, Georg (Hgg.) (1999) (Hg.): *Abgestempelt. Judenfeindliche Postkarten auf Grundlage der Sammlung Wolfgang Haney* (Kataloge der Museumsstiftung Post und Telekommunikation; 4) Heidelberg (Umschau / Braus).
- Gütgemann-Holtz, Wilma / Holtz, Wolfgang (Hgg.) (2009): *Neue Photographische Gesellschaft Steglitz. Die Geschichte eines vergessenen Weltunternehmens (1897-1921)*. Berlin.
- Haack, Jutta (1988): *Bildpostkarten mit Glückwünschen. Zu Typologie und Funktion von Geburtstagskarten zwischen Jahrhundertwende und Erstem Weltkrieg* Mikrofiche-Ausgabe (Hamburg, Universität, Dissertation).
- Hagenow, Elisabeth von (2000): *Mit Gott für König, Volk und Vaterland. Die Bildpostkarte als Massen- und Bekenntnismedium*. In: Zühlke, Raoul (Hg.) (2000), S. 145-178.
- Hansen, Traude (1982): *Die Postkarten der Wiener Werkstätte. Verzeichnis der Künstler und Katalog ihrer Arbeiten* (Österreichisches Museum für Angewandte Kunst) München: Schneider-Henn.
- Hedinger, Bärbel (Hg.) (1992): *Die Künstlerpostkarte. Von den Anfängen bis zur Gegenwart*. München (Prestel)
- Hildebrandt, Gunther (2007): *Von Reims bis Wilna 1914-1915. Erster Weltkrieg: Hugo Hoppes Postkarten nach Brotterode*. Bad Langensalza (Rockstuhl).
- Hille, Horst / Hille, Frank (1986): *Technikmotive auf alten Postkarten*. Stuttgart (DRW-Verlag).
- Hille, Horst (1988): *Postkarte genügt. Ein kulturhistorisch-philatelistischer Streifzug*. Leipzig (Urania-Verlag).
- Hobert, Annegret / Jansen, Isabelle (2004): *Franz Marc. Werkverzeichnis*. Bd.2: *Aquarelle, Gouachen, Zeichnungen, Postkarten, Hinterglasmalerei, Kunstgewerbe, Plastik*. München (Beck).
- Holt, Tonie and Valmai (1971): *Pictures Postcards of the Golden Age. A Collector's Guide*. London (MacGibbon & Kee).
- Holzheid, Anett (2011): *Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und mediengeschichtliche Studie*. Berlin (Erich Schmidt).
- Ineichen, Stefan (2015): *Cap Arcona 1927-1945. Märchenschiff und Massengrab*. Zürich (Limmat Verlag) - Etwa 50 Abbildungen von historischen Postkarten.
- Jaworski, Rudolf (2000): *Alte Postkarten als kulturhistorische Quellen*. In: *Geschichte in Wissenschaft und Unterricht* 51 (2000) H. 2, S. 88-102.
- Jaworski, Rudolf (2006): *Deutsche und tschechische Ansichten. Kollektive Identifikationsangebote auf Bildpostkarten in der späten Habsburgermonarchie*. Innsbruck (Studienverlag)
- Jaworski, Rudolf (2009): *Nationale Botschaften im Postkartenformat. Aus dem Bildarsenal deutscher und tschechischer Schutzvereine vor 1914*. In: Haslinger, Peter (2009), S. 142-157.
- Jaworski, Rudolf (2015): *Mütter - Liebchen - Heroinnen. Propagandapostkarten aus dem Ersten Weltkrieg*. Köln (Böhlau).
- Kaiser, Bruno (1976): *Bücher ohne Titel. Ein Postkartenalbum*. Düsseldorf (Claassen).
- Kaiser, Führer, Republik. *Politische Postkarten vom Kaiserreich bis zur Besatzungszeit*. Hrsg. vom Deutschen Historischen Museum. Berlin: Directmedia Publishing 2003 (CD ROM).
- Kalckhoff, Franz (1911): *Die Erfindung der Postkarte und die Korrespondenz-Karten der Norddeutschen Bundespost*. Leipzig (Krötzsch).
- Kaufmann, Gerhard / Meinz, Manfred (1970): *Kunst und Postkarte*. Hamburg (Altonaer Museum, Sonderausstellung).
- Kellner, Rolf (1926): *Die wirtschaftliche und kulturelle Bedeutung der Ansichtskarten*. Karlsruhe (J. Velten Verlag).

- Kleinworth, Daniel (1984): *La vie en rose. Französische Postkarten der 20er und 30er Jahre* (Heyne-Bücher; 114) München (Heyne).
- Klinger, Dominik M. (1984): *Die Frühzeit der erotischen Fotografie und Postkarten*. Nürnberg (DMK-Verlag).
- Kopp, Josef (1915): *Künstler-Postkarten aus dem Felde. Im Schützengraben gezeichnet*. Ohne Ort (Erster Deutscher Schützengrabenverlag).
- Koschek, Hans-Peter (2000): *Die Welt der Ansichtskarten. Die Ansichtskarten der Welt (1869-1939). Kunstbuch, Enzyklopädie und Nachschlagewerk mit aktuellen Preiskategorien*. Baden bei Wien (Eigenverlag der Sammler-Boutique).
- Krause, Peter / Schantl, Josef (Hgg.) (2001): *Bildpostkarten-Katalog: Deutscher Schulverein, Alldeutsche Presse, Bund der Deutschen Nordmährens, Bund der Deutschen Südmährens, Bund der Deutschen in Mähren, Bund der Deutschen in Böhmen, Bund der Deutschen in Niederösterreich, Bund der christlichen Deutschen in Galizien, Bund der Germanen, Deutsche Kolonial-Kriegerspende, Deutscher Böhmerwaldbund, Deutscher Wehrausschuß, Deutscher Weltbund, Deutschnationaler Verein für Österreich, Freie Schule, Naturfreunde, Freie Deutsche Schule, Katholischer Schulverein, Piusverein, Nordmark, Ostmark, Südmark, Verein Deutschtum in Ungarn, Verein für das Deutschtum im Ausland*. Wien (Österreichischer Verein für Studentengeschichte. Beiträge zur österreichischen Studentengeschichte; 27).
- Kreis, Georg (2013): *Schweizer Postkarten aus dem ersten Weltkrieg*. Baden (hier + jetzt, Verlag für Kultur und Geschichte).
- Krockow, Christian von (1996): *"Unser Kaiser". Glanz und Sturz der Monarchie. Mit historischen Postkarten aus der Sammlung Jürgen Christen* (dtv; 30539) München (Deutscher Taschenbuch-Verlag).
- Ernst Kutzer 1880-1965. Gedächtnis-Ausstellung. 1980 (München, Internationale Jugendbibliothek).
- Lambelet, Edouard (2011): *Postcards of the past. Loving Egypt. Cairo* (Lehnert & Landrock).
- Lebeck, Robert (1983a): *Chronik des 20. Jahrhunderts. Eine Darstellung in Postkarten* (Die bibliophilen Taschenbücher; 393) Dortmund (Harenberg).
- Lebeck, Robert (1983b): *Salon de Paris. Erotische Postkarten* (Heyne-Bücher; 105) München (Wilhelm Heyne).
- Lebeck, Robert (1984a): *La vie en rose. Französische Postkarten der 20er und 30er Jahre*. München (Wilhelm Heyne).
- Lebeck, Robert (1984b): *Es leuchten die Sterne. Starpostkarten von anno dazumal* (Heyne-Bücher; 109) München (Heyne).
- Lebeck, Robert / Kaufmann, Gerhard (1985): *Viele Grüße ... eine Kulturgeschichte der Postkarte* (Die bibliophilen Taschenbücher; 458) Dortmund (Harenberg).
- Lebeck, Robert / Schütte Manfred (1980): *Propagandapostkarten I. 80 Bildpostkarten aus den Jahren 1898-1929*. Dortmund (Harenberg Kommunikation).
- Lebeck, Robert (1999): *Busen, Strapse, Spitzenhöschen. Erotische Postkarten* (Die bibliophilen Taschenbücher) München (Orbis-Edition).
- Lebmeier, Hans (1998): *So war's einmal. Dörfer, Märkte und Städte auf historischen Postkarten*. Horb am Neckar (Geiger).
- Leclerc, Herbert (1986): *Ansichten über Ansichtskarten*. In: Archiv für deutsche Postgeschichte, Heft 2 /1986, S. 5-65.
- Leonhardt, Ludwig (1976): *Fotografien auf Postkarten aus der Sammlung Lebeck*. Essen (Museum Folkwang).
- Leuter, Peter (2005): *Stengel und Co*. In: Ak-Express, Nr. 116, S. 9-16.
- Linhart, Sepp (2005): *"Niedliche Japaner" oder Gelbe Gefahr? Westliche Kriegspostkarten, 1900-1945*. Wien (Lit).

- May, Otto (1998): *Deutsch sein heißt treu sein. Ansichtskarten als Spiegel von Mentalität und Untertanenerziehung in der wilhelminischen Ära (1888 - 1918)*. Hildesheim (Lax).
- May, Otto (2005a): *Antisemitismus und Postkarte. Judenhetze. Ausstellung in der Domäne Marienburg*. Hildesheim (Förderkreis Stiftung Schulmuseum und Bibliothek für Bildungshistorische Forschung an der Universität Hildesheim).
- May, Otto (2005b): *Schiller auf Postkarten. Zwischen Idealisierung und Instrumentalisierung*. Hildesheim (Brücke-Verlag Kurt Schmiersow).
- May, Otto (2006): *Der missverstandene Heine - Heines Dichtung als Postkartenmotiv*. Hildesheim (Verlag Dorothea Lax).
- May, Otto (2007): *Stille Nacht, heilige Nacht ...? Weihnachtspostkarten in Deutschland 1897-1945. Begleitheft zur Ausstellung in der Rathaushalle Hildesheim*. Hildesheim.
- May, Otto (2008): *Pfingsten, liebliches Fest ...? Pfingstpostkarten in Deutschland 1897-1945*. Hildesheim, Berlin (Tharax Verlag im Verlag Franzbecker).
- May, Otto (2009a): *Engel und Elfen auf Postkarten im Kaiserreich*. Hildesheim, Berlin (Tharax Verlag im Verlag Franzbecker).
- May, Otto (2009b): *Königin Luise von Preußen. Postkartenerinnerungen im 200. Todesjahr*. Hildesheim, Berlin (Tharax Verlag im Verlag Franzbecker).
- May, Otto (2009c): *Leierkasten und Bänkelsang. Ein Stück Kulturgeschichte aus Postkartensicht*. Hildesheim, Berlin (Tharax Verlag im Verlag Franzbecker).
- May, Otto (2009d): *Ostern, friedliches Fest ...? Osterpostkarten in Deutschland 1898 - 1945*. Hildesheim, Berlin (Tharax-Verlag im Verlag Franzbecker).
- May, Otto (2010a): *Rosen und Postkarten. Auch ein Stück Kulturgeschichte*. Hildesheim, Berlin (Tharax im Verlag Franzbecker).
- May, Otto (2010b): *Scharnhorsts Leben und Wirken im Spiegel von Postkarten. Begleitheft zur Ausstellung in der Rathaushalle Hildesheim*. Hildesheim, Berlin (Tharax im Verlag Franzbecker).
- May, Otto (2010c): *Da haben wir uns schön blamiert .. Skandal auf Postkarten 1898-1918*. Hildesheim, Berlin (Tharax im Verlag Franzbecker).
- May, Otto (2011): *Goethe und sein Werk auf Postkarten 1885-1945*. Hildesheim, Berlin (Tharax Verlag im Verlag Franzbecker).
- May, Otto (2012a): *Friedrich II. von Preußen - Leben und Mythos. Ein Porträt im Postkartenbild zum 300. Geburtstag*. Hildesheim (Tharax Verl.).
- May, Otto (2012b): *Zur Geschichte der Propaganda-Postkarte* (Geschichte im Postkartenbild; 1) Hildesheim (Franzbecker).
- May, Otto (2013a): *Kaiser Wilhelm II. in der Postkarten-Karikatur. Herrliche Zeiten?* (Geschichte im Postkartenbild; 2) Hildesheim (Franzbecker).
- May, Otto (2013b): *Europa 1898-1914 in der Postkarten-Karikatur* (Geschichte im Postkartenbild; 3) Neue Ausgabe. Hildesheim (Franzbecker).
- May, Otto (2013c): *Weltkrieg der Postkarten 1914-1918* (Geschichte im Postkartenbild; 4) Hildesheim (Franzbecker).
- May, Otto (2014a): *Bismarck und sein Mythos auf Postkarten* (Geschichte im Postkartenbild; 5) Hildesheim (Franzbecker).
- May, Otto (2014b): *Luther. Sein Leben und seine Wirkung im Postkartenbild 1883-1945* (Kultur im Postkartenbild; 1) Hildesheim (Franzbecker).
- May, Otto (2015a): *Europa und der Burenkrieg* (Geschichte im Postkartenbild; 6) Hildesheim (Franzbecker).
- May, Otto (2015b): *Europa 1898-1914 in der Postkarten-Karikatur* (Geschichte im Postkartenbild; 3) Neue Ausgabe. Hildesheim (Franzbecker).
- Milliard, Jean-Bernard / Paré, Nadine (1987): *La carte postale du soldat de 1913 à 1919*. Tours (Ed. de la "Nouvelle Républ.").

- Milne, Esther (2010): *Letters, postcards, email. Technologies of presence* (Routledge research in cultural und media studies; 24) New York (Routledge).
- Molteni de Villermont, Claude (1995): *Un siècle de paquebots français par la carte postale*. LeTouvet (Vrac).
- Montel, Alfred de (1982): *Cartes postales pornographiques de la Belle Epoque*. Paris (Le Club du Livre Secret).
- Morgan, Hal (1982): *Prairie fires and paper moons. The American photographic postcard*. 2. Aufl. Boston (Godine).
- Murken, Axel Hinrich (1978): *Hier liegt mein Mann und läßt schön grüßen. Das Krankenhaus auf alten Postkarten*. Münster/W. (Coppentrath)
- Neudin, Gérard (1992): *La photographie dans la carte postale*. Paris (Ed. de l'Amateur).
- Nørgaard, Erik (1972): *With Love. The Erotic Postcard*. Reprint. London (Macgibbon & Kee)
- Die Novemberrevolution Berlin 1918/19 in zeitgenössischen Foto-Postkarten* (Edition Photothek; 4) Berlin (Nishen) 1983.
- Oberchristl, Monika (2007): *Postkarten der Wiener Werkstätte. Mit einem Werkverzeichnis des Bestandes der Grafischen Sammlung der Oberösterreichischen Landesmuseen* (Kataloge der Oberösterreichischen Landesmuseen; 56) Linz.
- Oelwein, Cornelia (2008): *Nostalgische Weihnachtsgrüße. Postkarten von 1898 bis 1930*. Dachau (Bayerland).
- Oelwein, Cornelia (2011): *Dein Bild wird ewig leben ... König Ludwig II. von Bayern im Spiegel historischer Postkarten*. Dachau (Bayerland).
- Otlik, Alfred (Hg.) (2007): *Joseph von Eichendorff auf Postkarten*. Racibórz (Wydawn. Agencja Informacyjna WAW).
- Ouellette, William / Jones, Barbara (1977): *Erotic postcards*. New York (Excalibur Books).
- Paperweights und kuriose Postkarten*. Altonaer Museum in Hamburg, Sonderausstellung 1974. Hamburg (Altonaer Museum).
- Parr, Martin / Stasjak, Jack (1986): *"The actual boot". The photographic post card boom 1900-1920*. Hg.: The National Museum of Photography, Film & Television. Northhampton (Jolly).
- Pawlik, Georg (1985): *Österreichs Marine und Küste auf alten Postkarten*. Graz (Weishaupt).
- Pawlik, Georg (2001): *Grüße aus Neptuns Reich. Die österreichische Kriegsmarine im Spiegel historischer Postkarten* (Österreichs Schifffarth in alten Ansichten; 1) Wien (Neuer Wissenschaftlicher Verlag).
- Pietsch, Hartmut B. (1988): *Grüße an die Verlobte. Postkartendokumente aus dem Ersten Weltkrieg*. Isenbüttel (Aurora).
- Die erotische Postkarte. Das Beste aus der Foto-Sammlung Robert Lebeck* (1988). Schaffhausen (Edition Stemmler).
- Purin, Bernhard (2001): *Die Welt der jüdischen Postkarten*. Wien (Brandstätter).
- Peters, Juliane (Hg.) (2008): *Spott und Hetze. Antisemitische Postkarten 1893-1945*. Aus der Sammlung Wolfgang Haney (Atlas des Historischen Bildwissens; 3) Berlin. DVD-ROM (Zeno.org).
- Pierret, Philippe / Silvain, Gérard (2009): *Une mémoire de papier. Images de la vie juive en Belgique. Cartes postales XIXème - XXème siècles*. Bruxelles (Pire).
- Pollandt, Peter (2002): *Vivat, crescat, floreat! Postkarten alter hallescher Studentenverbindungen*. Halle (Fliegenkopf-Verlag).
- Puhle, Matthias (1988): *Braunschweig - Tunis und zurück. Die Reisen eines Braunschweigers auf Postkarten um 1900* (Arbeitsberichte aus dem Städtischen Museum Braunschweig; 56) Braunschweig (Städt. Museum Braunschweig).
- Raffelsbauer, Carolin (2007): *Paul Hey - Der Maler heiler Welten. Eine kultur- und literaturgeschichtliche Untersuchung zur illustrativen Gebrauchskunst in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts*. 2 Bde. München (Utz).

- Reuter, Antoinette (2005): *Présence juive entre Meuse, Moselle et Rhin à travers la carte postale (fin XIXe - début XXe siècle)*. Une exposition réalisée par le Centre de Documentation sur les Migrations Humaines à partir de la collection de Monsieur Gérard Silvain, Maudon (F) ; Dudelage (L). Dudelage (Centre de Documentation sur les Migrations Humaines).
- Ripert, Aline / Claude Frère (1983): *La carte postale, son histoire, sa fonction sociale*. Lyon (Editions du CNRS, Presses Universitaires de Lyon).
- Roberts, Andrew (2008a): *Postcards of political icons. Leaders of the twentieth century*. Oxford (Bodleian Library).
- Roberts, Andrew (2008b): *Postcards from the Russian Revolution*. Reprint. Oxford (Bodleian Library).
- Roberts, Andrew (2009): *Postcards from utopia. The art of political propaganda*. Oxford (Bodleian Library).
- Ryan, Dorothy B. (1982): *Picture Postcards in the United States 1893-1918*. Updated Edition. New York (Clarkson N. Potter).
- Scheele, Friedrich (2008): *Gruß aus Emden und Ostfriesland. Frühe Ansichtskarten* (Veröffentlichungen des Ostfriesischen Landesmuseums Emden; 26) Oldenburg (Isensee).
- Schmidt, Claus Torsten (1983): *Geschichte des Welt-, Kauf- und Tauschverband[s] für Ansichtspostkartensammler "Kosmopolit". Ein Beitrag zur Untersuchung der Geschichte der Vereine für Sammler von Ansichtspostkarten*. Düsseldorf (Eigenverlag).
- Schmidt, Claus Torsten (1984): *Die frühen Postkarten (ab 1883) des Franz Scheiner aus Würzburg. Inkunabeln der Ansichtspostkarte. Ein Beitrag zur Geschichte der Drucker und Verleger von Ansichtspostkarten* (Materialien zur Geschichte des Sammelns von Ansichtspostkarten; 2) Düsseldorf (Selbstverlag).
- Schultheiß, Sebastian (2014): *PostSecret. Geheime Träume, Wünsche und Ängste auf Postkarten*. München (Mosaik).
- Schwerin, L. von [1902]: *Die Ansichts-Postkarte. Praktische Anleitung für Sammler zur Abschätzung und Unterscheidung der Karten sowie zum Sammeln und Ordnen derselben*. 2. Aufl. Leipzig (Franz Lipp).
- Seeba, Wilfried (2006): *Franz Radziwill (1895-1983). Werkverzeichnis der Aquarelle, Zeichnungen und bemalten Postkarten*. Hrsg.von der Franz Radziwill Gesellschaft. Oldenburg (Isensee).
- Shindo, Noriko (2003): *Das Ernst Kutzer-Buch. Biographie und annotiertes Verzeichnis der im Druck erschienenen Werke des Malers und Illustrators Ernst Kutzer (1880 - 1965)*. Salzburg (Tartin Editionen).
- Silvain, Gérard / Kotek, Joël (2005): *La carte postale antisémite de l'affaire Dreyfus à la Shoah*. Paris (Verg Internat.).
- Sonntag, Werner (1978): *Gruß von der Bahn. Die Eisenbahn auf alten Postkarten*. Stuttgart (Motorbuch-Verlag).
- Städele, Dieter (1986): *Kitsch und Kunst im Kleinformat. Schülerpostkarten - ein vergessener Brauch* (Konstanzer Beiträge zu Geschichte und Gegenwart. Neue Folge; 2) Konstanz (Verlag des Südkurier).
- Staff, Frank (1966): *The Picture Postcard & its Origins*. London (Lutterworth Press).
- Starl, Timm / Tropper, Eva (Hgg.) (2014): *Identifizieren und Datieren von illustrierten Postkarten*. Wien (Photoinstitut Bonartes, New Academic Press). Darin Timm Starl: Signets, Abkürzungen, Markennamen, S. 77-123.
- Steen, Jürgen (1999): *"Gruss aus dem Kölner Hof in Neu Jerusalem". Werbung für das "einzige judenfreie Hotel in Frankfurt am Main*. In: Gold / Heuberger (1999), S. 256-261.
- Stöckle, Wilhelm (1982): *Deutsche Ansichten. 100 Jahre Zeitgeschichte auf Postkarten* (dtv; 10041) München (Deutscher Taschenbuch Verlag).
- Struif, Bruno M. (2013): *Alphons Adolph. Erfinder der fotografischen Ansichtskarte* (GWH-Publikationen; 4) Hachenburg (Geschichtswerkstatt Hachenburg).

- Stumpp, Gerhard (2005): *Sammelbilder auf Ansichtskarten. Die Kunst- & Verlagsanstalten Photocol und Graphia von Rudolf Mayer in München*. In: Ak-Express, Nr. 116, S. 4-16 und Nr. 117, S. 16-25.
- Stumpp, Gerhard (2012a): *Die Ansichtskartenherstellung in der Kunstanstalt Carl Garte Leipzig*. Leipzig (Passage-Verlag).
- Stumpp, Gerhard (2012b): *"Halt' gegen Licht". Transparent-Ansichtskarten*. 2. Aufl. Leipzig (Passage-Verlag).
- Sturani, Enrico (2005): *La donna del soldato. L'immagine della donna nella cartolina italiana*. Rovereto (Trento) (Museo Storico Italiano della Guerra).
- Szabo, Sacha (2007): *Kirmes, Jahrmarkt und Volksfest im Spiegel historischer Postkarten. Ein kulturgeschichtlicher Streifzug*. Hildesheim (Olms).
- Till, Wolfgang (1994): *Alte Postkarten (Battenberg-Sammler-Katalog) 3. Aufl.* Augsburg (Battenberg).
- Tomasoni, Giuseppe / Nuvoli, Carmelo (2004): *La grande guerra, raccontata dalle cartoline*. Lavis (Trento) (Arca Ed.)
- Tomenendal, Kerstin (2008): *Das Türkenbild in Österreich-Ungarn während des ersten Weltkriegs im Spiegel der Kriegspostkarten*. Klagenfurt (Wieser-Verl.).
- Triantafyllidis, Jutta (2002): *Weihnachtszauber auf alten Postkarten*. Erlangen-Frauenaurach (Museum im Amtshauschüpfla).
- Valentin, Dieter (1989): *Alt-Leipziger Gaststätten auf Postkarten*. Leipzig: Seemann.
- Valentin, Dieter / Zimmermann, Ralf (1990): *Alt-Leipziger Gaststätten auf Postkarten. 64 Chromolithografien*. 2. Aufl. Leipzig (Seemann).
- Vincent, Paul (1988): *Cartes postales d'un soldat de 14 - 18 (XXème siècle Gisserot)* (Paris (Gisserot)).
- Vogel, Fritz Franz (2014): *Kitsch per Post*. Köln (Böhlau Verlag).
- Wächter, Torkel S. (2014): *32 Postkarten. Post aus Nazi-Deutschland. Das Schicksal einer deutsch-jüdischen Familie aus Hamburg vor der Deportation*. Hamburg (Acabus-Verlag).
- Walter, Karin (1995): *Postkarte und Fotografie. Studien zur Massenbild-Produktion*. Würzburg.
- Walter, Karin (2001): *Die Ansichtskarte als visuelles Massenmedium*. In: Maase, Kaspar / Kerschuba, Wolfgang (Hgg.) (2001): *Schund und Schönheit. Populäre Kultur um 1900*. Köln (Böhlau), S. 46-61.
- Weidmann, Dieter (1996): *Postkarten von der Ansichtskarte bis zur Künstlerkarte (Weltkunst Antiquitäten-Führer)* München, Berlin (Deutscher Kunstverlag).
- Weigel, Hans / Lukan, Walter / Peyfuss, Max D. (1983): *Jeder Schuss ein Russ, Jeder Stoss ein Franzos. Literarische und graphische Kriegspropaganda in Deutschland und Österreich 1914-1918*. Wien (Edition Christian Brandstätter).
- Weill, Alain (1978): *Die Jugendstil-Postkarte. 128 der schönsten Künstler-Postkarten in Originalgröße*. Gütersloh (Prisma-Verlag).
- Weiss, Peter / Britsch, Florian (1989): *Le Avanguardia Artistiche e la Cartolina Postale*. Firenze (Cantini).
- Weiss, Peter / Stehle, Karl (1988): *Reklamepostkarten*. Mit einer Einführung von Giovanni Fanelli. Basel, Boston, Berlin (Birkhäuser).
- Wellbrock, Henning (1987): *Gartenlaube und Pickelhaube. Das Wilhelminische Kaiserreich in Motiven alter Postkarten*. Freiburg i.B. (Scherer).
- Wich, Franz (2010): *Das große Buch vom Kompositporträt von Arcimboldo bis Kramer*. Halle (Projekte-Verl. Cornelius).
- Wietek, Gerhard (1977): *Gemalte Künstlerpost. Karten und Briefe deutscher Künstler aus dem 20. Jahrhundert*. München (Karl Thiemig).
- Wietek, Gerhard (2010): *Karl Schmidt-Rottluff. Zeichnungen auf Postkarten*. Köln (Wienand).

- Williams, David M. (1988): *A New Medium for Advertising: The Postcard, 1900-1920*. In: European journal of marketing, 22,8, S. 17-34.
- Willoughby, Martin (1992): *A history of postcards. A pictorial record from the turn of the century to the present day*. London (Studio Ed.)
- Willoughby, Martin (1993): *Die Geschichte der Postkarte. Ein illustrierter Bericht von der Jahrhundertwende bis in die Gegenwart*. Erlangen (Müller).
- Wittwer, Markus (2005): *Die Militärpostkarten und Ganzsachen der Schweiz. 1. und 2. Weltkrieg*. Urdorf (M. Wittwer).
- Wolowski, Louis (1873): *La Carte postale en divers pays*. In: Journal des économistes (janvier-mars 1873), p. 90-98. Online verfügbar unter der Adresse: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k37828v>
- Wolter, Burkhard (2012): *Kleist-Motive auf Ansichtskarten*. In: Heilbronner Kleist-Blätter 24, S. 239-280.
- Zadra, Joseph (1899): *Tausch-Adressenbuch für Ansichtskarten-Sammler aller Welttheile*. Wien (Wittasek).
- Zebhauser, Helmuth (1993): *Alpine Postkarten. Klassiker der Alpingeschichte aus Sammlungen des deutschen Alpenvereins*. Hrsg vom Deutschen Alpenverein. München (Berg).
- Zeinar, Hubert (2013): *Zu Weihnachten sind wir wieder zurück. Weihnachts- und Neujahrs-postkarten aus dem 1. Weltkrieg*. Graz (Vehling Medienservice u. Verl.).
- Zeyons, Serge (1979): *Les cartes postales. (Le manuel de l'amateur)* Paris (Hachette).
- Zeyons, Serge (1994): *La femme en 1900. Les années 1900 par la carte postale*. Paris (Larousse).
- Zorzetto, Gabriele (2007): *Cartoline coloniali. Catalogo per immagini*. Vicenza (Studioemme).
- Zühlke, Raoul (2000): *Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg (20th Century Imaginarium; 4)* Hamburg (Verlag Ingrid Kämpfer).
- Zum Besten der Fürsorge für Lungenkranke von Ihrer Majestät der Königin-Witwe Carola von Sachsen veranlasste Veröffentlichung von Postkarten nach eigenen Skizzen und Gemälden Fürstlicher Personen. [ca. 1909] Dresden (Römmeler & Jonas) [Auch mit dem Umschlagtitel: Fürstenkunst im Dienste der Wohltätigkeit].

Postkartengrüße

- 150 originelle Postkarten-Verse in schwäbischer Mundart für alle Gelegenheiten*. Stuttgart (Junginger) o.J.
- Abt, Johann Friedrich [1898]: *100 sinnreiche Verse für Postkarten mit Ansichten*. Werdohl (R. Dösseler).
- Bormann, Edwin (1895): *Vivat Postkarte! 300 poetisch-humoristische Postkartengrüße*. 2. Aufl. Leipzig (Bormann).
- Filou, Jean [1899]: *200 Jux-Verse für Ansichtspostkarten*. Leipzig (Scholtze & Klemm).
- Fröhlich, Raimund (1899): *Wie schreibe ich humoristische Postkartengrüße? 100 Original-Hilfs-Verse und Mustertexte zur Abfassung humoristischer Ansichts-Postkarten bei den verschiedensten Gelegenheiten*. Stuttgart (Schwabacher'sche Verlagsbuchhandlung).
- Fromm, Leopold [1899]: *Fidèle Postkarten-Grüsse. Für den Haus- und Reisegebrauch*. Berlin (A. Weichert).
- Jaeckel, Richard (Hg.) [1907]: *Gut-Fern-Gruss. Sinnreiche Verse für Postkarten mit Ansichten*. Querfurt (R. Jaeckel).
- Loew, W. (1898): *Gesammelte Postkarten-Verse*. Coblenz (J. Schuth).
- Ortleb, Alexander (1920): *158 geflügelte Postkarten-Grüße und Wünsche für alle Veranlassungen*. Stereotyp-Ausgabe. Reutlingen (Enßlin & Laiblin).
- Placht, Karl (1900): *Neue Postkarten-Verse. 121 Originaltexte zur Abfassung von Ansichtspostkarten*. Straubing (Otto Manz).

- Postkarten-Grüsse. 120 Originaltexte in Reimen zur Abfassung von Ansicht-Postkarten.* 11. bis 15. Tausend. Straubing (Volks- und Jugendschriften-Verlag Otto Manz) [5. - 10. Tausend 1898.]
- Rebe, W. [1902]: *125 gereimte Postkartengrüße passend für alle möglichen Gelegenheiten.* (Volksbücher; 2) Charlottenburg, Leipzig (A. Michow); (Berlin (Tessaro).
- Ressel, Max [1919]: *Ernst und heitere Postkarten-Grüße in Versen* (Buntes Allerlei; 6). Mühlhausen i. Th. (G. Danner).
- Schweizer Postkarten-Grüsse. 200 Original-Verse zum Schreiben auf Ansichtskarten.* 4. Aufl. Spiez (Selbstverlag) [1901].
- Unterbeck, M. [ca. 1905]: *Wie schreibe ich meine Postkartengrüße? 100 Original-Hilfs-Verse zur Abfassung gereimter Ansicht-Postkarten bei allen Gelegenheiten; für jedermann, übersichtlich geordnet und mit einer Gebrauchsanweisung versehen.* 3. Aufl. Stuttgart (Schwabacher).
- Wirth, Walther [1899]: *Postkarten-Grüsse.* Elberfeld (J. Fassbender).
200 gereimte Postkarten-Grüsse aus der Ferne. Grenchen 1901 (A. Niederhäuser).

Fachzeitschriften und Jahrbücher (chronologisch)¹

ZDB = Zeitschriftendatenbank

- Papier- und Schreibwaren-Zeitung. Organ für den Handel mit Papier, Papierwaren und Schreibwaren und für die gesamte Papier und Pappe verarbeitende Industrie. Wien (Papier- und Buchgewerblicher Verlag) 1.1895 - 48.1942. ZDB nur in Fragmenten nachgewiesen.
- Der Postkarten-Sammler. Organ des Centralverbandes für Ansichtskarten-Sammler. Leipzig 1.1896/97 - 2.1897/98[?].
- Der Philokartist. Internationale Postkarten-Zeitung. Zentralorgan des Weltverbandes "Kosmopolit." 1. Internationaler Philokartistenbund = Revue internationale des cartes postales illustrées = International Review as to illustrated post-cards. Nürnberg (Weltverband Kosmopolit.). ZDK nachgewiesen nur fragmentarisch für 16.1913 - 17.1914, 24.1921 und 26.1923.
- Centralblatt für Ansichtskarten-Sammler. Vereinsblatt des Centralverbandes für Ansichtskarten-Sammler. 1. 1898 - 4. 1901. Nordhausen (Metzner).
- Internationale Postkarten-Zeitung. Nürnberg 1.1898 - 7.1904.
- Das blaue Blatt. Internationaler Anzeiger für Philatelie und Ansichtskartenwesen. Organ für Gelegenheitsmarken- und Siegelmarken-Sammler. 1. 1899 - 16. 1914. Stolberg (Mathes).
- Schiller's Jahrbuch für Postkarten-Sammler. Ein Universum für die Freunde des Ansichtskarten-Sammelsports. Jg. 1900. Nürnberg (Wilh. Tümmel's Buch- und Kunstdruckerei).
- Centralblatt für Papierverarbeitungs-Industrie und Papierhandel. Organ für die Veröffentlichungen der Sektion IV der Papierverarbeitungs-Berufsgenossenschaft, des Schutzverbandes für die Postkarten-Industrie, des Verbandes deutscher Postkarten-Grossisten u.a.. Berlin, Wien. ZDB nachgewiesen nur in Fragmenten für 7.1908 - 10.1911.
- Mitteilungen aus aller Welt über Postkarten und über das graphische Gewerbe. Berlin: Seifert. 1.1903 - 24.1926,2[?]. ZDB nachgewiesen für 11.1913 - 24.1926,2 (ZDB).
- Papier- und Schreibwaren-Markt. Fachzeitschrift für Papier- und Schreibwaren-Handel und Fabrikation, Postkarten-Herstellung, Engros- und Détail-Handel, sowie verwandte Branchen: Buchbindereien, Buchdruckereien, Kolportage-Buchhandlungen, graphisches Gewerbe und einschlägige Maschinen-Industrien / Schutzverband für die Postkarten-Industrie. Stettin (Hiller). ZDB nachgewiesen für 7.1910 - 9.1912.
- Der Postkarten-Markt. Neueste Nachrichten für den Buch-, Kunst- und Papierhandel aus der Ansicht- und Künstler-Postkarten-Industrie. Fachblatt für den Postkartenhandel und die

¹ Zur Entwicklung und Typologie der buchhändlerischen Fachpresse, ihrer Erschließung und Bedeutung für die Forschung siehe Haug: Buchhandels- und verlagsspezifische Fachzeitschriften (unter „Internet (Auswahl)“).

Postkarten-Industrie. Organ des Schutzverbandes für die Postkarten-Industrie, Sitz Berlin. Cassel (Hessische Verlags-Anstalt) 1.1904 - 6.1909. ZDB nachgewiesen für 3.1906 - 5.1908.

Die Postkarte. Fachwochenschrift für Papier-Verarbeitungs-Industrie, Papier- und Schreibwarenhandel. Leipzig (Verlag Postkarte). 1.1905 - 6.1910[?].

Dresdner Offertenblatt. Periodisch erscheinende Fachzeitschrift der Galanterie-, Papier-, Postkarten-, Kurzwaren- etc. Branche. Pössneck (Unger). ZDB nachgewiesen für 1911.

Die Ansichtspostkarte. Monatsschrift für Händler und Sammler [1919, September ff.: Monatsschrift für Ansichtskartensammler. Zeitschrift für Liebhaber der Malerei und des Lichtbildes, für Freunde der Stenographie und des Briefwechsels | 1920, Mai ff.: Der Sammlerfreund. Monatsschrift für Briefmarken- und Ansichtskartensammler] Oranienburg (Herrgott). 1.1919 - 2.1920, April.

Im Zeichen des Verkehrs. Führer für jedermann. Organ der Internationalen Ansichtspostkarten-, Briefmarken-Tausch- und Verkehrsvereinigung. Nürnberg (Vestner). 1920,6 - 1921.

Ansichtskarten-Sammler-Brief. Mitteilungsblatt der Ansichtskarten-Interessengemeinschaft (Arbeitsgemeinschaft im BDPH, VPHA) und der Philokartisten Union (vormals Philokartisten Union Europas seit 1961) / AK-IG PU. Celle (Ansichtskarten-Sammlerbrief c/o A. Linke) 1.1962 ff. ZDB nachgewiesen ab 4.1965.

Ak-Express. Deutschlands größte Fachzeitschrift für Ansichtskarten-, Heimat-, Motiv- und Forschungssammler. Essen-Borbeck (Sobkowiak). Seit 1975, ZDB nachgewiesen ab Nr. 29, 1983.

Internet (Auswahl)

Artikel "Ansichtskarte" in der deutschen Wikipedia. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Ansichtskarte>

Artikel "Briefmarkensprache" in der deutschen Wikipedia. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Briefmarkensprache>

Artikel "Carte postale" in der französischen Wikipedia. URL: http://fr.wikipedia.org/wiki/Carte_postale

Artikel "Philokartie" in der deutschen Wikipedia. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Philokartie>

Artikel "Rudolf Franz Lehnert" in der deutschen Wikipedia. URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Rudolf_Franz_Lehnert

The Web's Best of Amateur Wrestling. Created by Tom Fortunato, Rochester, NY. URL: <http://www.wrestlingsbest.com> (mit umfanglichen Postkartensammlungen)

Historische Bildpostkarten. Universität Osnabrück. Sammlung Prof. Dr. S. Giesbrecht. URL: <http://www.bildpostkarten.uni-osnabrueck.de>

Garval, Michael (2009): *Cléo de Mérode's Postcard Stardom*. In: Nineteenth Century Art Worldwide, Vol. 8, Issue 2 / Autumn. URL: <http://www.19thc-artworldwide.org/39-spring08/spring08article/112-cleo-de-merodes-postcard-stardom>

Haug, Christine: *Buchhandels- und verlagsspezifische Fachzeitschriften. Ein Beitrag zur berufsspezifischen Fachpresse und Unternehmenskommunikation im 19. und 20. Jahrhundert*. In: IASLonline Diskussionsforum Probleme der Geschichtsschreibung des Buchhandels. URL: http://www.iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/Haug_Buchhandelszeit-schriften.pdf

Mayer, Christina: *Lehnert & Landrock*. URL: <http://orientfotograf.de/biographie.php>

Rath, Martin: *Lehrbuchfall "Borkum-Lied". "Unser Hotel ist judenfrei"*. In: Legal Tribune online, 01.01.2011. URL: http://www.lto.de/persistent/a_id/2249/

Pascha (2012): *Orientalismus, erotische Träume des 19. Jahrhunderts*. URL: <http://orient-bilder.blogspot.de/>

- Rauch, Claudia: *Historisches - Geschichte der Postkarte*. URL: http://portal.wko.at/wk/dok_detail_html.wk?AngID=1&DocID=380525
- Specht, Agnete von (1992): *Streik - Realität und Mythos*. Ausstellungskatalog des Deutschen Historischen Museums, Berlin 1992. Onlinefassung. Darin: Streikpostkarten in Frankreich und Deutschland 1884-1914. URL: <http://www.dhm.de/ausstellungen/streik/>

Weitere Literatur

- Albert, Karl (1927): *Lexikon der graphischen Techniken*. Halle (Wilhelm Knapp).
- Aschenbrenner, Ann-Kristin (2013): *Schillergedenken 1905 und der Sinn der Klassikerehrung* (Schriften zur Kulturgeschichte; 30,1) Hamburg (Kovač) - Dissertation.
- Bajohr, Frank (2003): *"Unser Hotel ist judenfrei". Bäder-Antisemitismus im 19. und 20. Jahrhundert*. Frankfurt a.M. (Fischer).
- Jitka Balcarová, Jitka (2009): *Die deutschen nationalen Schutzvereine in den böhmischen Ländern und der Tschechoslowakei 1880-1945. Begriffsabgrenzung, Klassifizierung und Periodisierung*. In: Haslinger, Peter (2009), S. 111-141.
- Behr, Detloff von (1922): *Der Handel mit unzüchtigen Schriften, Abbildungen und Darstellungen. Seine strafrechtliche Bekämpfung. Zum Handgebrauch für Polizeibeamte, Staatsanwälte, Rechtsanwälte und für die Presse*. Berlin (Heymanns).
- Bingen, Gustav (1931): *Die Organisation des geheimen Photohandels*. In: Die Erotik in der Photographie (s. dort), S. 139-154.
- Bourgeron, Jean-Pierre (1979): *Les Reutlinger, photographes à Paris 1850-1937*. Paris (Selbstverlag).
- Brettschneider, Rudolf (1931a): *Die Rolle der erotischen Photographie in der Psychopathia Sexualis*. In: Die Erotik in der Photographie (s. dort), S. 89-138.
- Brettschneider, Rudolf (1931b): *Die Wandlungen der Aktphotographie und des erotischen Lichtbildes im Laufe der Zeit*. In: Die Erotik in der Photographie (s. dort), S. 65-88.
- Brückner, Wolfgang (1973): *Die Bilderfabrik. Dokumentation zur Kunst- und Sozialgeschichte der industriellen Wandschmuckherstellung zwischen 1845 und 1973 am Beispiel eines Großunternehmens*. Frankfurt a.M. (Historisches Museum Frankfurt a.M.).
- Coe, Brian (1986a): *Farbphotographie und ihre Verfahren. Die ersten hundert Jahre in natürlichen Farben 1840-1940*. Bindlach (Gondrom).
- Coe, Brian (1986b): *Das erste Jahrhundert der Photographie 1800-1900*. Bindlach (Gondrom).
- Diederer, Roger / Depelchin, Davy (Hgg.) (2011): *Orientalismus in Europa. Von Delacroix bis Kandinsky*. München (Hirmer).
- Drobesch, Werner (1995): *Der Deutsche Schulverein 1880-1914. Ideologie, Binnenstruktur und Tätigkeit einer (deutsch) nationalen Kulturorganisation unter besonderer Berücksichtigung Sloweniens*. In: Bister, Feliks J. / Vodopivec, Peter (Hgg.) (1995): *Kulturelle Wechselseitigkeit in Mitteleuropa* (Wissenschaftliche Bibliothek Österreich-Slowenien; 1) Ljubljana (Univerze V Ljubljani), S. 129-154.
- Die Erotik in der Photographie. Die geschichtliche Entwicklung der Aktphotographie und des erotischen Lichtbildes und seine Beziehungen zur Psychopathia Sexualis* (1931). Wien u.a. (Verlag für Kulturforschung).
- Erotisch-pornografische Lesestoffe. Das Geschäft mit Erotik und Pornografie im deutschen Sprachraum vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart*. Hrsg. von Christine Haug, Johannes Frimmel und Anke Vogel (Buchwissenschaftliche Beiträge; 88) Wiesbaden: Harrassowitz 2015.
- Falckenberg, Otto (Hg.) (1900): *Das Buch von der Lex Heinze. Ein Kulturdokument aus dem Anfange des zwanzigsten Jahrhunderts*. Leipzig (Staackmann in Komm.).
- Faulstich, Werner (1994): *Die Kultur der Pornografie. Kleine Einführung in Geschichte, Medien, Ästhetik, Markt und Bedeutung*. Lüneburg (Wissenschaftler-Verlag).

- Fischer, Marianne (2003): *Erotische Literatur vor Gericht. Der Schmutzliteraturkampf im Wien des beginnenden 20. Jahrhunderts*. Wien (Braumüller).
- Förschler, Silke (2010): *Bilder des Harem. Medienwandel und kultureller Austausch*. Berlin (Dietrich Reimer).
- Frizot, Michel (Hg.) (1998): *Neue Geschichte der Fotografie*. Köln (Könemann).
- Frizog, Michel (1998a): *Der Körper als Beweisstück. Eine Ethnofotografie der Unterschiede*. In: Frizot 1998 (siehe dort), S. 259-271.
- Gebhardt, Heinz (1984): *Franz Hanfstaengl. Von der Lithographie zur Photographie*. München (Stadtmuseum).
- Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert. Das Kaiserreich 1871-1918*. Teil 1-3 (2001-2010). Berlin (De Gruyter).
- Die Geschichte der deutschen Pornographie* (2011). Frankfurt a.M. (Goliath; Gretchen Kraut Collection).
- Gloeden, Plüschow, Galdi. Aktphotographien um 1900 mit einem Text von Bernhard Albers. Aachen: Rimbaud 2009.
- Goldmann, Otto (1931): *Das Aktbild und die Zensur*. In: Die Erotik in der Photographie (s. dort), S. 155-186.
- Haeberle, Erwin J. (1986): *Zur Geschichte der Pornografie: Fotografierte Unzucht. Ein historischer Überblick*. In: Aigner, Josef Christian / Gindorf, Rolf (Hgg.) (1986): *Von der Last der Lust. Sexualität zwischen Liberalisierung und Entfremdung*. Wien (Verlag für Gesellschaftskritik), S. 25-45.
- Hall, Murray G. (1985): *Österreichische Verlagsgeschichte 1918-1938*. 2 Bde. Wien (Hermann Böhlau Nachf.).
- Haslinger, Peter (Hrsg.) (2009): *Schutzvereine in Ostmitteleuropa: Vereinswesen, Sprachkonflikte und Dynamiken nationaler Mobilisierung 1860 - 1939*. Marburg (Verlag Herder-Institut).
- Heidtmann, Frank (1984): *Wie das Photo ins Buch kam*. Berlin (Berlin Verlag Arno Spitz).
- Hirth, Georg (Hg.) (1909): *Dreitausend Kunstblätter der Münchner "Jugend". Ausgewählt aus den Jahrgängen 1896-1909. Mit biographischem Künstler-Verzeichnis*. München (Verlag der "Jugend").
- Horký, Mila (2003): *Amors Pfeil. Tizian und die Erotik in der Kunst*. Braunschweig (Herzog Anton Ulrich-Museum Braunschweig).
- Hütt, Wolfgang (Hg.) (1990): *Hintergrund. Mit den Unzüchtigkeits- und Gotteslästerungsparagraphen des Strafgesetzbuches gegen Kunst und Künstler 1900-1933*. Berlin (Henschelverlag).
- Hupfer, Georg (2003): *Zur Geschichte des antiquarischen Buchhandels in Wien*. Magisterarbeit Universität Wien. Online verfügbar.
- Jäger, Georg (1988): *Der Kampf gegen Schmutz und Schund. Die Reaktion der Gebildeten auf die Unterhaltungsindustrie*. In: Archiv für Geschichte des Buchwesens 31, S. 163-191.
- Jäger, Georg (2010): *Der Sortimentsbuchhandel*. In: *Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert. Das Kaiserreich 1871-1918* (siehe dort). Teil 3, S. 78-176.
- Jung, Stephan (2008): *Die Schmutz und Schunddebatte im zweiten Deutschen Kaiserreich*. München (GRIN-Verlag).
- Klinger, D. M. (1987): *Die Frühzeit der erotischen Fotografie 1900-1950*. Bd. 17. Nürnberg (DMK-Verlag).
- Köhler, Michael (Hg.) (1985): *Ansichten vom Körper. 150 Jahre Aktfotografie*. Kilchberg/Zürich (Edition Stemmler).
- Köhler, Michael / Barche, Gisela (Hgg.) (1985): *Das Aktfoto. Ansichten vom Körper im fotografischen Zeitalter. Ästhetik, Geschichte, Ideologie*. München (C. J. Bucher).
- König, Gudrun M. (2009): *Konsumkultur. Inszenierte Warenwelt um 1900*. Wien (Böhlau).

- Koreska-Hartmann, Linda (1969): *Jugendstil - Stil der 'Jugend'*. Auf den Spuren eines alten, neuen Stil- und Lebensgefühls. München (Deutscher Taschenbuch Verlag).
- Lemaire, Gérard-Georges (2010): *Orientalismus. Das Bild des Morgenlandes in der Malerei*. Potsdam (h.f.ullmann).
- Lengefeld, Cecilia (2000): *Anders Zorn. Eine Künstlerkarriere in Deutschland*. Berlin (Dietrich Reimer).
- Maase, Kaspar (2012): *Die Kinder der Massenkultur. Kontroversen um Schmutz und Schund seit dem Kaiserreich*. Frankfurt a.M. (Campus).
- Die gottlosen Maler von Nürnberg. Konvention und Subversion in der Druckgrafik der Beham-Brüder*. Hg. von Jürgen Müller und Thomas Schauerte. Nürnberg (Albrecht-Dürer-Haus Nürnberg) 2011.
- Mast, Peter (1986): *Künstlerische und wissenschaftliche Freiheit im Deutschen Reich 1890-1901. Umsturzvorlage und Lex Heinze sowie die Fälle Arons und Spahn im Schnittpunkt der Interessen von Besitzbürgertum, Katholizismus und Staat*. 2. Aufl. 1986. Rheinfelden (Schäuble).
- Museum der erotischen Kunst*. Mit Beiträgen von Claus Becker u.a. München (Wilhelm Heyne) (1992).
- Ochaim, Brygida / Balk, Claudia (1998): *Variété-Tänzerinnen um 1900. Vom Sinnenrausch zur Tanzmoderne*. Frankfurt a.M. (Stroemfeld).
- Otero (2005): *La belle Otero sous l'objectif de Reutlinger*. Paris (Editions du Compas).
- Pierce, Jennifer Burek: *What Young Readers ought to Know. The Successful Selling of Sexual Health Texts in the Early Twentieth Century*. In: *Book History*, vol. 14, 2011, S.110-136.
- Pieske, Christa (1983): *Das ABC des Luxuspapiers. Herstellung, Verarbeitung und Gebrauch 1860 bis 1930*. Berlin (Dietrich Reimer)
- Pohlmann, Ulrich (1987): *Wilhelm von Gloeden - Sehnsucht nach Arkadien*. Berlin (Nishen).
- Pohlmann, Ulrich (1995). *Frank Eugene. The Dream of Beauty*. München (Nazraeli Press).
- Pudelnakerd. Erotische Szenen aus der Gründerzeit*. Nachwort von Christian Bamblach (1982). Dortmund (Harenberg; Die bibliophilen Taschenbücher, 246).
- Renno, Renate und Eberhard (1984): *Weimar um 1900. Photographien von Louis Held*. München (Schirmer-Mosel).
- [Roeren, Hermann] (1910): *Die Lex Heinze und ihre Gefahr für Kunst, Litteratur und Sittlichkeit*. Von einem Parlamentarier. Köln (J. P. Bachem).
- Säuberlich, Otto (1914): *Buchgewerbliches Hilfsbuch. Darstellung der buchgewerblich-technischen Verfahren für den Verkehr mit Druckereien und buchgewerblichen Betrieben*. 2. Aufl. Leipzig (Oscar Brandstetter).
- Säuberlich, Otto (1927): *Obral-Wörterbuch. Buchgewerblich-graphisches Taschenlexikon*. Leipzig (Oscar Brandstetter).
- Sagne, Jean (1998): *Porträts aller Art. Die Entwicklung des Fotoateliers*. In: *Frizot 1998* (siehe dort), S. 102-130
- Scheid, Uwe (2000): *Erotische Photographie 1850-1920*. Wien (Tosa).
- Schlessler, Thomas (2010): *Une histoire indiscreète du Nu féminin. Cinq siècles de beauté, de fantasmes et d'oeuvres interdites*. [Boulogne-Billancourt:] (Beaux Arts éditions / TTM éditions).
- Schmidt-Linsenhoff, Victoria (2003): *Sklavenmarkt in Kairo. Zur Verkörperung verleugneter Erinnerung in der Malerei des Orientalismus*. In: *Körperkonzepte*. Hgg. von Franziska Frei Gerlach u.a. Münster (Waxmann), S. 101-119.
- Seemann, Helfried / Lunzer, Christian (2008): *Die süßen Mädels. Erotische Photographien in Wien um 1900*. Wien (Album, Verlag für Photographie).
- Siegel, Elizabeth (2009): *Playing with Pictures. The Art of Victorian Photocollage*. Chicago (The Art Institute of Chicago).

- Siemann, Wolfram, in Verbindung mit Andreas Graf (2001): *Verbote, Normierungen und Normierungsversuche*. In: Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert. Das Kaiserreich 1871-1918 (siehe dort). Teil 1, S. 87-121.
- Simplicissimus. Eine satirische Zeitschrift. München 1896-1944. München: Haus der Kunst 1977.
- Smith, Alison (Hg.) (2001): *Prüderie und Leidenschaft. Der Akt in viktorianischer Zeit*. Ostfildern (Hatje Kanz).
- Sontag, Susan (2009): *Die pornographische Phantasie*. In Dies.: Kunst und Antikunst. 24 literarische Analysen. Frankfurt a.M. (Fischer Taschenbuch), S. 48-87.
- Stark, Gary D. (1981): *Pornography, Society, and the Law in Imperial Germany*. In: Central European History, vol. 14, No. 3, Sept. 1981, S. 200-229.
- Staudinger, Eduard G. (1988): *Die Südmark. Aspekte der Programmatik und Struktur eines deutschen Schutzvereins in der Steiermark bis 1914*. In: Rumpler, Helmut / Suppan, Arnold (Hgg.): Geschichte der Deutschen im Bereich des heutigen Slowenien 1848-1941 (Schriftenreihe des Österreichischen Ost- und Südosteuropa-Instituts; XIII) Wien (Verlag für Geschichte und Politik), S. 130-154.
- Steiger, Ricabeth / Taureg, Martin (1985): *Fantasien auf Reisen. Anmerkungen zum ethnographischen Akt*. In: Köhler / Barche 1985, S. 116-136.
- Stein, Roger (2006): *Das deutsche Dirnenlied. Literarisches Kabarett von Bruant bis Brecht*. Köln (Böhlau).
- Stolleis, Michael (2010): *Der Mordfall Heinze und die Lex Heinze*. In: Recht und Literatur. Interdisziplinäre Bezüge. Hg. von Bernhard Greiner u.a. Heidelberg (Winter).
- Stone, Herbert: *Die Hauptepochen der französischen Erotik*. Publikation der Gesellschaft Österr. Bibliophilen (Stück XX). Wien: C. W. Stern 1910. Reprint Wolfenbüttel: Melchior Verlag [2006].
- Vollmar, Georg von (1900): *Für die Freiheit der Kunst! Rede gegen die §§ 184 a und b der sogenannten Lex Heinze, gehalten in der Sitzung des Reichstages vom 15. März 1900*. München (Ludwig Pickelmann).
- Wittmann, Reinhard (1993): *Hundert Jahre Buchkultur in München*. München (Hugendubel).
- Wittmann, Reinhard (2000): *Die Jagd auf Herrn Semerau - ein Streiflicht zur Zensur in der Prinzregentenzeit*. In: Hanuschek, Sven u.a. (Hgg.) (2000): Die Struktur medialer Revolutionen. Frankfurt a.M. (Peter Lang), S. 106-117.
- Wulffen, Erich (1931): *Die behördliche Verfolgung des geheimen Photohandels*. In: Die Erotik in der Photographie (s. dort), S. 187-210.
- Wulffen, Erich / Abraham, Felix (1931): *Fritz Ulbrichs Lebender Marmor. Eine sexualpsychologische Untersuchung des den Mordprozess Lieschen Neumann charakterisierenden Milieus und seiner psychopathologischen Typen*. Wien (Verlag für Kulturforschung).

Nachtrag

- Johannes Frimmel (2019): *Das Geschäft mit der Unzucht. Die Verlage und der Kampf gegen Pornographie im Kaiserreich und in der Weimarer Republik* (Buchwissenschaftliche Beiträge, Bd. 99) Wiesbaden: Harrassowitz 2019.
- Günter Formery (2018): *Das große Lexikon der Ansichtskarten*. Eine Enzyklopädie der Philokartie. Schwalmtal: Phil*Creativ 2018.
- Eduard Fuchs (1912): *Illustrierte Sittengeschichte vom Mittelalter bis zur Gegenwart. Das bürgerliche Zeitalter*. Mit 500 Textillustrationen und 63 Beilagen. München (Albert Langen. Verlag für Litteratur und Kunst).

(Für Karten und Hinweise danken wir Sammlern und Händlern, insbesondere Norbert Haidl, Detlev Hilmer †, Rainer Köbelin und Karl Stehle †.)

„Erotik und Zensur“ führt in die Geschichte der Bildpostkarte ein und stellt die deutsche Zensur bis 1930 vor. Die besondere Art des Mediums, dem Begehren der Kunden (dominant männlich) entgegen zu kommen und dieses gleichzeitig zu prägen, wird in Interpretationen schlaglichtartig und in Beispielen ausführlich vorgestellt. Ein Dokumentarteil stellt Texte aus Zeitschriften für Postkartensammler vor, in denen die Reproduktionstechniken erklärt werden. Zielgruppen: Medienwissenschaftler, Kunsthistoriker, Soziologen, Psychologen, Sammler und Verleger von Postkarten, Antiquare.

Jutta Assel (*1944-†2020) studierte an der LMU München Theaterwissenschaft, Kunstgeschichte und Neuere deutsche Literatur. Tätig als freie Autorin und Beraterin im Kunsthandel, von Kunstsammlern, Galerien und Museen. Langjährige freie Mitarbeiterin des Clemens-Sels-Museums in Neuss, Ausstellungen und Kataloge u.a. zur Bilderbibel, zu Fritz Helmuth Ehmcke, zu „Gerhard Hoehme: Einführung, Hommage à Paul Celan“. Zusammenarbeit mit Georg Jäger am Goethezeitportal, mit zahlreichen Seiten zur Kunst der Goethezeit und des 19. Jahrhunderts, insbesondere von Zeichnungen und Grafik sowie Illustrationen, z.B. zu Goethes "Werther". Engagierte Feministin, tätig in zahlreichen Projekten von und für Frauen.

Dr. Georg Jäger (*1940) Prof. für Neuere deutsche Literatur an der LMU München, Mitbegründer der buchwissenschaftlichen Studiengänge, im Ruhestand. Mitbegründer und langjähriger Herausgeber von IASLonline und dem Goethezeitportal. Die HTML-Seiten des GZP wurden größtenteils mit Jutta Assel gemeinschaftlich erarbeitet. Beiträge zur deutschen Literatur von der Empfindsamkeit bis zur Avantgarde, Forschungen zur Buchhandelsgeschichte, zur Bildungsgeschichte und Sozialgeschichte der Literatur.