

Die goldene Zeit der Ansichtskarte

Autor(en): **Curiger, Bice**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : offizielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.]**

Band (Jahr): **47 (1974)**

Heft 2

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-775225>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die goldene Zeit der Ansichtskarte

1874 legalisierte der Weltpostverein die Ansichtskarte. Der in seiner ersten Blüte stehende Tourismus leistete ihr regelrechte Geburtshilfe. Eine immense Menge von Karten wurde produziert, die Ansichten von touristischen Reisezielen zeigten. Der Tourist besass damals noch keinen eigenen Photoapparat, so war für ihn die Ansichtskarte nicht nur Beweis einer Reise, sondern auch Erinnerungsbild und Stimmungsträger.

Als die Ansichtskarte an die Gefühle zu appellieren begann, wurde sie auch zum beliebtesten Sammelobjekt. Fast jede Familie besass nun ein Ansichtskartenalbum, überall entstanden Vereine und Zeitschriften für Ansichtskartensammler. Es waren damals wie heute mehrheitlich Photographen aus bekannten Kurorten oder aus der Grossstadt, die zusammen mit Zeichnern und Lithographen die Karten herausgaben. Viele waren überzeugt, dass mit der Ansichtskarte ein Mittel gefunden war, um Kunst für den «kleinen Mann» zu produzieren und zu verbreiten.

Viele Motive wurden direkt oder indirekt von den Stichen der Kleinmeister übernommen. Sie hatten aus bestimmten Landschaftsausschnitten, wie Rheinfall oder Matterhorn, schon regelrechte Embleme gemacht. Viele Karten jener Zeit weisen eine aussergewöhnlich differenzierte Farbgebung, eine für die damalige Zeit moderne Bildauffassung und eine hohe Druckqualität auf.

Die Ansichtskarte gewann rasch an Bedeutung für immer weitere Bevölkerungskreise; Auflagen und Zahl der Motive nahmen zu. Bei Ausbruch des Ersten Weltkrieges wurden die Produzenten gezwungen, den Ausfall des touristischen Verkaufszweiges mit neuen Sujets wertzumachen. Militärkarten, Liebeskarten, aber auch solche, die das bürgerliche Leben darstellten, nahmen nun einen grossen Platz ein in der Produktion. Immer noch wurde an die Gefühle appelliert, doch bald, vor dem Zweiten Weltkrieg, verlor die Ansichtskarte an Attraktivität. Einerseits kannte man nun billigere Druckverfahren, welche reine Reproduktionen von Photographien ohne künstlerische Beigaben brachten, andererseits war durch neue Medien (Radio, Film) das Verhältnis des Käufers zur Ansichtskarte distanzierter geworden. Bice Curiger

En 1874, l'Union postale universelle a légalisé l'usage international de la carte postale illustrée, dont le tourisme, alors en plein essor, avait favorisé la diffusion. On éditait d'innombrables cartes, qui présentaient les divers aspects des buts de voyage alors à la mode. A cette époque, les touristes ne possédaient pas encore leur propre appareil photographique, de sorte que la carte postale les aidait, non seulement à attester le voyage qu'ils avaient accompli, mais aussi à en fixer le souvenir et à en évoquer les joies.

Dans la mesure où elle faisait appel au sentiment, elle tendait à devenir un objet de collection apprécié. Presque chaque famille possédait son album de cartes illustrées; les collectionneurs formaient des associations, on fondait pour eux des journaux. La plupart des éditeurs de cartes étaient déjà, comme aujourd'hui, des photographes résidant dans des stations de villégiature ou des villes, et qui souvent s'assuraient la collaboration de dessinateurs et de lithographes. Nombreux étaient ceux qui considéraient la carte illustrée comme un moyen de produire et de propager des valeurs d'art au niveau populaire.

Beaucoup de motifs étaient directement repris, ou inspirés, des gravures des «petits maîtres» d'autrefois, qui avaient conféré une valeur de symbole à certains sujets de prédilection, tels que la chute du Rhin ou le Cervin. Nombreuses étaient aussi à cette époque les cartes qui se signalaient par d'admirables couleurs et même par une conception très moderne du sujet.

La carte illustrée s'est propagée très rapidement dans tous les milieux; le nombre des éditions et des sujets ne cessait d'augmenter. Quand éclata la Première Guerre mondiale, les producteurs se virent obligés de compenser la perte du secteur de vente touristique en inventant de nouveaux sujets: les cartes pour militaires, pour amoureux, ou les scènes de la vie paysanne, composaient la majeure partie des assortiments. On continuait ainsi à faire appel au sentiment. Mais peu avant la Seconde Guerre mondiale, la carte illustrée perdit beaucoup de son attrait. On avait, d'une part, découvert des procédés d'impression à bas prix permettant de reproduire des photographies qui n'avaient pas besoin d'être retouchées; d'autre part, l'apparition de nouveaux moyens de communication de masse – radio, film (auxquels s'ajoutera plus tard la télévision) – avait considérablement réduit l'intérêt du public pour la carte postale illustrée.

1 Die ersten Ansichtskarten waren eine Weiterführung der bis anhin bekannten, mit Hotelansichten und Landschaftsausschnitten bedruckten Briefbogen und Veduten

2 Sehr bald wurde das touristische Leben selber dargestellt, als Ausdruck eines neuen Lebensstils

3 Den Produzenten war nicht entgangen, dass nicht nur Touristen zur potentiellen Käuferschicht zu zählen waren. Einen grossen Teil der Produktion nahmen nun Karten ein, die das bürgerliche Leben darstellten

4 Der Erste Weltkrieg gab Anlass für eine immense Produktion von sogenannten Militärkarten. Ihr Repertoire reichte vom «Militäridyll» bis zur Neujahrskarte, die dem Wunsch nach Frieden Ausdruck gab

5 Nach dem Ersten Weltkrieg häuften sich die patriotischen Karten. Besonders in den Bundesfeierkarten tritt das aufblühende Nationalbewusstsein oft in einem monumentalen, heroisierenden Klassizismus hervor

6 Billigere Druckverfahren brachten vor dem Zweiten Weltkrieg reine Reproduktionen von Photographien ohne künstlerische Beigaben

1 Les premières cartes illustrées prolongeaient simplement l'usage des vignettes et des vues imprimées qui ornaient à l'époque le papier à lettres des hôtels

2 Bientôt on vit apparaître aussi, comme symboles d'un nouveau style de vie, des vues illustrant les plaisirs du tourisme

3 Les éditeurs de cartes ne tardèrent pas à se rendre compte que les touristes n'étaient pas leurs seuls clients: les scènes de la vie champêtre étaient également des sujets appréciés

4 La Première Guerre mondiale mit en vogue les sujets militaires, depuis les idylles amoureuses de jeunes soldats jusqu'aux allégories exprimant des souhaits pour la paix

5 Après la Première Guerre mondiale, les cartes patriotiques firent fureur, notamment celles du Premier août, qui célébrèrent avec pathos la beauté de la patrie et de ses «glaciers sublimes»

6 Avant la Seconde Guerre mondiale, des procédés d'impression à bas prix popularisèrent les reproductions de photographies

1 Le prime cartoline illustrate erano ornate, come già la carta da lettere, con viste d'alberghi e panorami

2 Presto vi si mostrò la vita dei turisti, quale espressione d'un nuovo modo di vivere

3 I produttori si resero conto che le cartoline non venivano comperate solamente dai turisti. Su molte cartoline apparvero scene di vita contadina

4 Durante la prima guerra mondiale fu stampato un numero immenso di cosiddette «cartoline militari». I soggetti andavano dall'«idillio militare» alla cartolina per l'anno nuovo con l'augurio per la pace

5 Dopo la prima guerra mondiale ci fu l'ondata delle cartoline patriottiche. Specie su quelle che rappresentavano la festa del primo agosto, il sentimento nazionale veniva spesso espresso con un classicismo monumentale

6 Con procedimenti più economici si stamparono, prima della seconda guerra mondiale, riproduzioni di fotografie senza ornamenti addizionali, più adatte al gusto del compratore dell'epoca

1 The first postcards were a further development of the stationery bearing views of hotels and beauty spots that was already in wide use

2 Soon tourism itself was being portrayed, as the expression of a new way of life

3 Postcard makers realized that potential buyers were not restricted to tourist circles. Large numbers of cards showing scenes from country life now began to appear

4 The First World War was the occasion of an immense output of military postcards. They extended from the «military idyll» type to the New Year's card expressing a wish for peace

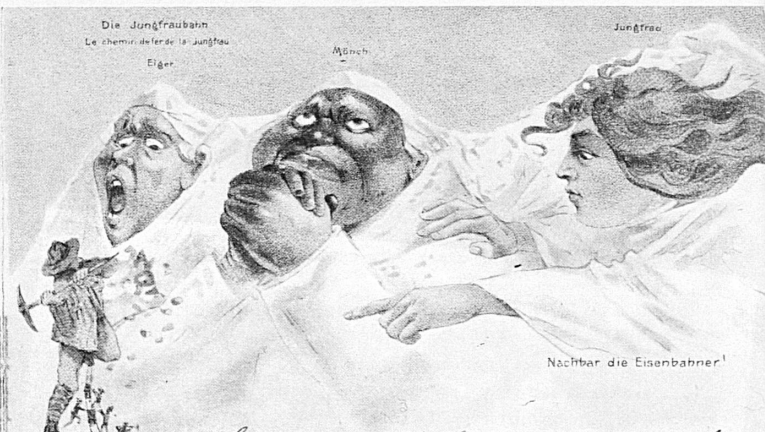
5 After the First World War there was an outpouring of patriotic cards. In postcards issued to mark festivals of the Confederation the new national spirit often announced itself in the terms of a monumental, heroic classicism

6 Cheaper printing processes led, in the period between the wars, to postcards that were simply photographic reproductions, without any artistic embellishment, which also reflected a new, more factual attitude to the postcard on the part of the general buyer

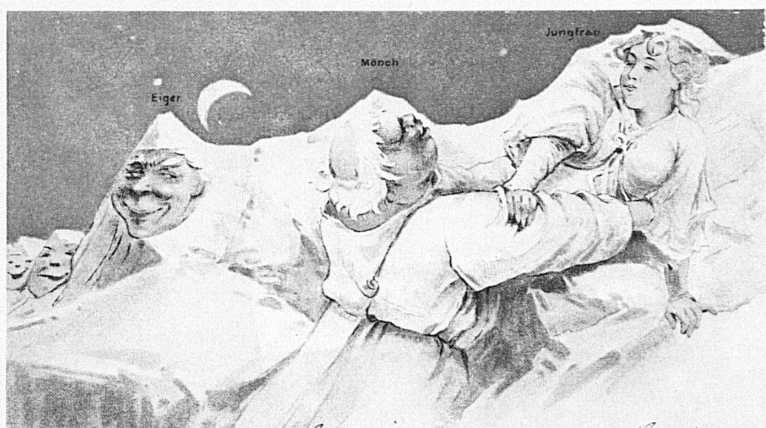




*L'Art! Reine froit gestiegenen Leuten (mit Partey Brief) KILLINGER ZÜRICH 1111
 Jungfraustock & morgen Abend, was das denn. 9 Uhr*



*habe erhalten, besten Dank! Hier ist wunderbares KILLINGER ZÜRICH 1111
 treffe in Basel ein. Ich kann dir übrigens mitteilen,*



*Wetter & selbes Hochgebirge klar wie selten. Es ist da KILLINGER ZÜRICH 1111
 Nachtag - Ein prägnantischer Erlebnis
 an einem Abend in Basel allerhöchsten 6 Tage d.*



*Einmal ohne Damen... oder? KILLINGER ZÜRICH 1111
 Entre nous compare. Du bien?*



*Die Bahn am Ziel! Drei Opfer des Fortschritts KILLINGER ZÜRICH 1111
 La cime atteinte! Trois victimes du progrès*

*her wirklich schade, das Neu nicht halt loskommen können. Heute Nachmittag gehen wir hoch auf den KILLINGER ZÜRICH 1111
 man wird in den ersten Tagen November ausserhalb bleiben sein. Also nochmal auf baldiges Wiedersehen & cheral Suisse*

Mit den Darstellungen von rauhen oder liebeizenden «Berggesichtern» wurde die Volksphantasie getroffen, die sich schon in der Namensgebung der Berge äusserte. Eiger, Mönch, Jungfrau und Jungfraubahn boten ein unerschöpfliches Thema für die Ansichtskarte um 1900. In den zahlreichen humoristischen Darstellungen der Bergbahn spürt man den Atem der Zeit. Schweiz. Museum für Volkskunde, Basel

Con immagini di «faceiate» di montagne selvagge o leggiadre si colpiva la fantasia popolare, che s'era già manifestata nella denominazione delle vette. Eiger, Mönch, Jungfrau e ferrovia della Jungfrau erano un soggetto inesauribile per i produttori di cartoline illustrate dell'inizio del secolo

La personification de montagnes sous des aspects tour à tour rudes ou attrayants, inspirée souvent par les noms mêmes des cimes, séduisait l'imagination populaire. L'Eiger, le Mönch et la Jungfrau (ces deux derniers signifiant le «moine» et la «vierge»), ainsi que le Chemin de fer de la Jungfrau, furent vers 1900 une source inépuisable de bouffonneries pour cartes illustrées, où l'humour de l'époque se donnait libre cours

The portrayal of mountains with their own rugged or inviting faces for a time caught the popular imagination, which, in its day, had also given the peaks their names. Eiger, Mönch (Monk) and Jungfrau (Virgin) and the Jungfrau Railway seemed to provide an inexhaustible source of ideas for new postcards about 1900. The spirit of the time is nicely captured in the many humorous sidelights on the famous mountain railway