



**Manchester
Metropolitan
University**

Frasch, Tilman (2019) Das Heimweh-Fernweh-Equilibrium: Bildpostkarten im Britischen Empire und Indien. Dhau. Jahrbuch für außereuropäische Geschichte, 4. pp. 97-115. ISSN 2367-4385

Downloaded from: <https://e-space.mmu.ac.uk/623542/>

Version: Accepted Version

Publisher: Roehrig-Verlag

Please cite the published version

<https://e-space.mmu.ac.uk>

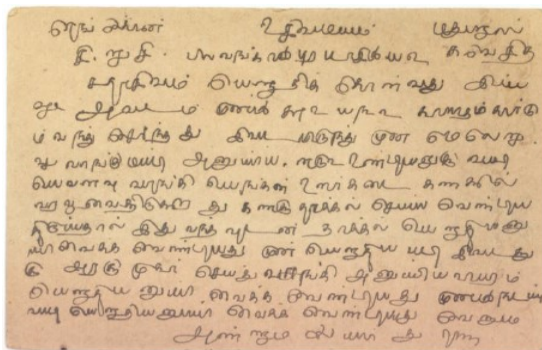
Das Heimweh-Fernweh-Equilibrium: Bildpostkarten im Britischen Empire und Indien

Tilman Frasch

Einleitung

So gut erforscht die Geschichte des Britischen Empires speziell im Hinblick auf Indien¹ sowie die imperialen Verbindungen zwischen Indien und dem Mutterland auch sein mögen, Postkarten und Bildpostkarten spielten darin nur eine untergeordnete Rolle. Dies ist eigentlich erstaunlich, denn mit der Einführung der imperialen *penny rate* 1898 erlebte die Postkarte auch in Indien einen ungeheuren Aufschwung, der sich daran ablesen lässt, dass um 1910 in Indien genauso viele Postkarten aufgegeben wurden wie im Mutterland. Die Post-Statistiken Indiens unterscheiden natürlich nicht nach Bildpostkarten und gewöhnlichen Postkarten; letztere dürften wie überall auf der Welt den deutlich größeren Anteil am gesamten Postkarten-Aufkommen gehabt haben. Für diese Vermutung gibt es auch aus Indien zahlreiche Anzeichen, nämlich Karten wie die in der Einleitung zu diesem Band vorgestellte Anfrage einer Bank in Colombo. Für Anfragen, Bestellungen, Bestätigungen und andere geschäftliche Mitteilungen bediente man sich der Postkarte, und dies nicht notwendigerweise immer auf Englisch. So pflegten zum Beispiel die Chettiyars, eine südindische Händlerkaste, die in Burma, Ceylon, Singapur und vielen anderen asiatischen Ländern das ländlichen Kleinkreditwesen beherrschte, regen Austausch zwischen den Zweigstellen vor Ort und den Mutterhäusern in Südindien, der auf Tamilisch betrieben wurde.² Karte wie diese illustrieren den weiten kommerziellen Gebrauch von Postkarten; sie bleiben aber in diesem Beitrag, der sich ausdrücklich mit Bildpostkarten befassen will, nicht nur wegen der sprachlichen Hürden unberücksichtigt.

Abb 1 Chettiar



Ebenso kann nur vermutet werden, dass Bildpostkarten in Indien einen wohl überproportionalen Anteil am insgesamt starken Anstieg aller postalisch erfasster Postkarten hatten. Dies gilt vor allem für die Zeit nach 1898, als das auf einen Penny reduzierte Porto das Versenden von Postkarten im Empire verbilligte und damit zu den weiteren technischen Neuerungen im Bereich von Verkehr und Kommunikation beitrug, die das Mutterland mit den Kolonien und die Kolonien untereinander vernetzte. Dampfschiffe, die Indien durch den Suez-Kanal ansteuern konnten und deren Reedereien sich vertraglich verpflichtet hatten, Postklarten zu befördern; wachsender Handel, der Agenten und

¹ Indien steht hier als Sammelbegriff nicht nur für das heutige Südasien, sondern schließt auch Burma, das Teil British-Indiens war, mit ein.

² Diese Korrespondenz ist bisher unbeachtet geblieben, was angesichts der Probleme, die sie bezüglich Lesbarkeit und Verständlichkeit aufwirft, leicht zu verstehen ist. Zu den Chettiyars s. David West Rudner, *Caste and Capitalism in Colonial India: the Nattukottai Chettiyars*, Los Angeles 1994.

Firmenvertreter zu Reisen in die Kolonien zwang, und nicht zuletzt eine florierende Tourismusindustrie, die nach und nach immer mehr Menschen zu einer Reise in die Ferne begeistern konnte, befeuerten die Nachfrage nach Bildpostkarten. All dies spricht für den steigenden Anteil der Bildpostkarte am gesamten Kartenaufkommen, auch wenn dieser Trend in den Statistiken nicht exakt erkennen ist.

Auf der Empfänger-Seite des Postkarten-Flusses standen die Sammler, die in Großbritannien nach 1898 (und anderswo schon ein paar Jahre vorher) dem *postcard craze* zu erliegen und ihre Postkarten-Alben zu füllen begannen.³ Am anderen Ende standen Reisende und Expats als Absender: britische Kolonialbeamte und Soldaten, Repräsentanten europäischer Firmen und Handelshäuser, und nicht zuletzt der schon genannte wachsende Touristenstrom, die dank Reiseveranstaltern wie Thomas Cook mühelos in die Ferne reisen konnten. Zwischen diesen beiden Enden sorgten institutionelle und strukturelle Neuerungen wie die IPU als Garant der Beförderung, Postkontrakte für die Reedereien, neue Routen (vor allem der 1869 eröffnete Suez-Kanal) Eisenbahnen, Dampfschiffe sowie ein wachsendes Netz an Postämtern in den Kolonien für den schnellen und reibungslosen Transport.

Akzeptiert man die Vermutung, dass die Zahl der um 1900 aus Indien verschickten Bildpostkarten stark angestiegen ist, dürfte eine „dünne Quellenlage“ also kein Grund für die Nichtbeachtung dieser Karten in der Forschung gewesen sein. Eher sollte man vom Gegenteil ausgehen, nämlich dass die Zahl an Karten, die potentiell zum Studium herangezogen werden können, einen so hohen zeitlichen und logistischen Aufwand erfordern, dass Wissenschaftler abgehalten wurden, sich eingehender mit ihnen zu befassen.⁴ Obendrein haftete Bildpostkarten der Makel der Substanzlosigkeit an: massenhaft gefertigt, von manchmal zweifelhaftem künstlerischen Wert, und dazu von eher geringem Informationsgehalt, soweit es sich um Grüße oder Glückwünsche, Kommentare zur Abbildung oder schlichte Verweise auf das Sammeln an sich handelte. Auch ohne die einschlägigen wissenschaftlichen *turns* wie den *linguistic turn* oder den *visual turn* zu bemühen, ist klar, dass es neuer wissenschaftlicher Fragestellung und Paradigmen bedurfte, um die „Substanz“ der Bildpostkarte und ihren wissenschaftlichen Wert besser erfassen zu können.⁵

Die Versuche, diesen ‚wahren‘ Wert der Bildpostkarte auszuloten, haben inzwischen auch die Forschung zum Empire und zu Indien erreicht. In einem ersten Ansatz hat Saloni Mathur versucht, die Bildpostkarte im Spannungsfeld von nationalen und imperialen Diskursen zu verorten;⁶ ebenso hat Sivasundaram auf Postkarten zurückgegriffen, um imperiale Wahrnehmungen des maritimen Knotenpunktes Colombo herauszuarbeiten.⁷ Sie heben sich damit ab von früheren Ansätzen wie zum

³ Generell bezeichnet dies die Phase zwischen ca. 1890 und dem Ausbruch des 1. Weltkrieges bzw. den 1920ern, wobei er Beginn je nach Land unterschiedlich ausfallen kann. Die Daten weichen aber nur um 2-3 Jahre voneinander ab.

⁴ So verweisen z. B. auch Geary und Webb in ihrer Einleitung darauf, dass einige der im Band herangezogenen Sammlungen – die Caroline C. Ober Collection an der University of Washington umfasst 67.000 Exemplare – „enormous“ seien: Christraud Geary und Virginia-Lee Webb, Introduction, in: idem (Hg.), *Delivering Views. Distant Cultures in Early Postcards*, Washington 1998, 9.

⁵ Siehe dazu auch Sandra Ferguson, „A Murmur of Small Voices“: On the Picture Postcard in Academic Research, in: *Archivaria* 60, 2006, 167-184.

⁶ Saloni Mathur, *Wanted: Native views: Collecting colonial postcards of India*, in: Antoinette Burton (Hg.), *Gender, Sexuality and Colonial Modernities*, London, 1999, 95-116 sowie Kap. 4 ihrem Buch *India by Design. Colonial History and Cultural Display*, New York 2007.

⁷ Sujith Sivasundaram, *Towards a Critical History of Connection: The Port of Colombo, the Geographical ‘Circuit’, and the Visual Politics of New Imperialism, ca. 1880–1914*, in: *Comparative Studies in Society and History* 59.2, 2017, 346-384.

Beispiel dem John Mackenzie, der in seinen Arbeiten zur Propagierung imperialen Denkens in Großbritannien die Postkarte zwar erwähnt, aber kaum auf sie eingeht.⁸ Auch Porter, zu dessen Theorie eines „geistesabwesenden Imperialismus“ die populäre und massenhaft verbreitete Bildpostkarte ein schlagendes Gegenargument zu liefern scheint, geht auf diese Quelle kaum mehr als cursorisch ein.⁹ Einen Objekt- bzw. Artefakt-orientierten Zugriff auf die Bildpostkarte bieten mittlerweile auch Sammler wie Omar Khan, dessen reich illustrierter Band nicht mehr nur ein *coffee table book* alter Prägung ist, sondern eine gründlich recherchierte Studie der indischen Bildpostkarte, die neben der ästhetischen Qualitäten auch Fragen der Herstellung mit einbezieht.¹⁰ Ein anderer neu erschienener Band aus Sammlerperspektive bietet gleichfalls eine gute Mischung aus Abbildungen und gedankenreichen thematischen Einführungen, auch wenn der Titel diesen Inhalt nicht auf den ersten Blick preisgibt.¹¹

Dieser Artikel kann nicht zu allen angesprochenen Themen einen Beitrag leisten. Er nimmt sich Indien als geographischen Bezugspunkt, um die Bildpostkarte im sozialen Kommunikationsraum des Empires zu verorten. Die Festlegung auf Indien lässt sich einerseits mit Bedeutung der Kolonie für das Empire begründen und andererseits mit der vergleichsweise guten Datenlage, sowohl was Statistiken betrifft als auch bezüglich gut zugänglicher, digitaler Sammlungen.¹² Der Fokus auf die Kommunikation wird erreicht, indem neben den Bildern auch die Text-Nachrichten untersucht werden; vor allem solche, die über Standard-Nachrichten wie Grüße oder „Sammler-Latein“ Hinausgehen. Solche Mitteilungen werfen Schlaglichter auf die innere Struktur und das Funktionieren des Empires bzw. des Raj in Indien, vor allem im Hinblick auf soziale und familiäre Beziehungen. Daneben hebt der Beitrag Fernweh als einen vernachlässigten Antrieb für das Schreiben und Sammeln der Bildpostkarten hervor, die damit zu Surrogaten für das persönliche Erfahren und Erleben des Empires wurden.¹³ Umgekehrt war die Bildpostkarte auch in Indien gefragtes Sammelobjekt, nicht nur bei einer indischen Oberschicht, sondern auch bei jenen Briten, die sich für längere Zeit in Indien (oder anderen Gebieten des Empires) aufhielten. Für sie leisteten Karten mit Motiven aus der Heimat einen Beitrag zur Bekämpfung des Heimwehs, so dass die in beiden Richtungen verschickten Bildpostkarten eine Fernweh-Heimweh-Equilibrium erzeugte, das räumliche und emotionale Distanzen überwand. Dies soll im zweiten Teil des Beitrages dargestellt werden.

Die Postkarte in Britisch-Indien

⁸ John M. Mackenzie, *Propaganda and Empire*, Manchester 1986, 69.

⁹ Bernard Porter, *The Absent-Minded Imperialists. Empire, Society, and Culture in Britain*, Oxford 2006.

¹⁰ Omar Khan, *Paper Jewels. Postcards from the Raj*, Mapin 2018.

¹¹ Sangeeta und Ratnesh Mathur, *Picturesque India: A Journey in Early Picture Postcards (1896-1947)*, Delhi 2019.

¹² Neben der in einem anderen Beitrag in diesem Heft genannten Sammlung Omar Khans (<https://www.paperjewels.org/>) sind dies z. B. die unlängst an der SOAS gezeigte Ausstellung „From Madras to Bangalore: Picture Postcards as Urban History of Colonial India“, deren Bestandteile auf Instagram gepostet worden sind (<https://www.instagram.com/soaspostcard/>); die Ceylon gewidmete Kompilation auf <http://lankapura.com/>, und eine Seite, die Postkarten aus Birma zeigt: <http://www.chasingchinthas.com/burma-postcards/>.

¹³ Ich möchte an dieser Stelle Malte Fuhrmann und Irmtraud Hnilica von der FernUni Hagen für die Einladung zur Konferenz „Fort von hier, nur fort von hier“ im Jahr 2014 danken. Auch wenn mein Vortrag nicht gut zu den übrigen Präsentationen passte (<https://www.fernuni-hagen.de/videostreaming/ksw/literatur/20141023.shtml>), gab die Konferenz einen wichtigen Anstoß zu diesem Beitrag.

Wie eingangs bemerkt, ist die Datenlage für Britisch-Indien relativ gut, da über alle administrativen Vorgänge wie etwa die Entwicklung des Postwesens genau Buch geführt wurde. In den Post-Statistiken tauchen Postkarten erstmals 1894 gesondert auf; die nachstehende Tabelle gibt einen gerafften Überblick über die Zunahme der verschickten Briefe und Postkarten bis 1920.¹⁴

Jahr	1894-5	1899-1900	1903-4	1908-9	1912-13	1916-17	1919-20
Briefe	206 mill	242	285	384	456	462	583
Postkarten	143 mill	206	272	384	436	529	606

Zur besseren Einordnung können zwei Angaben aus Europa herangezogen werden: 1912 wurden in Großbritannien etwa 800 Millionen Postkarten befördert, und im Deutschen Reich waren es schon 1900 mehr als 950 Millionen und 1906 mehr als eine Milliarde.¹⁵ Es ist schon angedeutet worden, dass der größte Teil dieser Karten reine Korrespondenz- oder Postkarten ohne Bildseite gewesen sein dürften, die im täglichen Geschäftsverkehr verschickt wurden. Beispiele für solche Karten aus Indien – die Umfrage der Bank in Colombo oder die Nachrichten tamilischer Geldverleiher – sind schon in der Einleitung angeführt worden. Dazu gesellen sich die vielen Reklamekarten, die auch in Indien bestimmte Produkte bewarben oder mit denen Firmen und Kaufhäuser auf ihre Angebote aufmerksam zu machen suchten. In ganz Asien weit verbreitet waren zum Beispiel die Karten der Fa. Singer, deren Nähmaschinen sich ab dem ausgehenden 19. Jahrhundert großer Beliebtheit erfreuten.¹⁶ Angesichts dieser Fülle von Einsatzmöglichkeiten im geschäftlichen Bereich scheint es klar dass Postkarten ohne Bild den Löwenanteil der von den Statistiken erfassten Karten aus. Diese kleine Zahl an Bildpostkarten verringert sich weiter, wenn man all jene unberücksichtigt lässt, die keine schriftliche Nachricht enthalten. Unter Sammlern wurden ungelieferte, d.h. unbeschriebene und ungestempelte Karten bevorzugt, die entweder in Umschlägen verschickt oder nach Ablauf der Reise persönlich zugestellt wurden.¹⁷ Dies resultierte aus dem Umstand, dass vor Einführung der geteilten Rückseite jegliche Mitteilung auf die Bildseite geschrieben werden musste, was die Ästhetik der Abbildung beeinträchtigte.

Im Ergebnis bedeutet dies, dass Bildpostkarten mit Textnachrichten, die im Mittelpunkt des Beitrages stehen sollen, nur einen sehr geringen Teil an der Gesamtmenge aller Postkarten ausmachen dürften.¹⁸ Auch ein Blick auf die digitalen Sammlungen bestätigt, dass tatsächlich nur sehr wenige der dort gezeigten Karten überhaupt zur Übermittlung von Nachrichten verwendet worden sind. Die Botschaften sind zudem nicht immer ergiebig – es ist schon darauf hingewiesen worden, dass Postkarten als „substanzarm“ galten. Zur Bestimmung ihrer Aussagekraft soll daher hier einmal versucht, die verschiedenen Textformen der Bildpostkarte zu kategorisieren.

Am einfachsten zu bestimmen sind Karten mit Reisegrüßen, die oft auch Angaben zum Verlauf der Reise enthalten. Wie erwähnt, erfuhren Fernreisen am Ende des 19. Jahrhunderts einen merklichen

¹⁴ Alle Angaben (gerundet) nach den Statistical Abstracts for British India, (verschiedene Ausgaben) London 1904-1920.

¹⁵ Angaben für das Reich nach Hinnerk Onken, Ambivalente Bilder. Fotografien und Bildpostkarten aus Südamerika im Deutschen Reich (1880-1930), Bielefeld 2019, 36.

¹⁶ Vgl. dazu Nira Wickramasinghe, *Metallic Modern. Everyday Machines in Colonial Sri Lanka*, New York 2014, dessen Titelseite eine Singer-Postkarte zeigt. Beispiele aus Birma auf <http://www.chasingchinthos.com/singer-1914-advertising-postcard-reverse/>.

¹⁷ Rogan, *Collectibles*, 2.

¹⁸ Vgl. die Überlegungen von Bjarne Rogan, *An Entangled Object: The Picture Postcard as Souvenir and Collectible, Exchange and Ritual Communication*, *Cultural Analysis* 4, 2005, 2.

Aufschwung, für den abgesehen von den verbesserten beschleunigten Transportmöglichkeiten vor allem die Organisation der Touren durch Reiseveranstalter wie Thomas Cook verantwortlich waren. Zwar blieben Fern- und Weltreisen weitgehend ein Privileg derjenigen, die sie sich solche Fahrten leisten konnten, doch wuchs dieser Kreis nicht nur in Großbritannien, sondern in ganz Europa und den USA stetig an.¹⁹ Allen gemein war die Gewohnheit, die Daheimgebliebenen mit Ansichten und Nachrichten von der Reise zu versorgen – eine Gewohnheit, die von der zeitgenössischen Publizistik mit bissigen Bemerkungen und Spott überzogen wurde.²⁰

Um die Nachfrage zu befriedigen, bildete sich an allen Hafenstädten, vor allem aber an den großen Häfen wie Colombo oder Singapur, die wegen Umsteigeverbindungen oder zum Bunkern von Kohle von viele Schiffen angelaufen wurden, eine Postkarten-Infrastruktur heraus. Skeens Reiseführer für Colombo von 1906 weist zum Beispiel darauf hin, dass in den Victoria Arcades im Bereich des Forts von Colombo die besten Kartenhändler zu finden seien.²¹ Die von den Reisenden verfassten Texte und Nachrichten sind, wie gesagt, sehr homogen und zumeist nur wenig ergiebig. Sie enthalten Aussagen zum Reiseverlauf, Wetter, persönlichem Befinden und vereinzelt landeskundlichen Hinweisen. Wenn überhaupt, bieten am ehesten in diesen Bemerkungen zu Land und Leuten Anlass für weitergehende Betrachtung, etwa im Hinblick auf Vorstellungen von Rasse oder Religion.

Eine weitere Kategorie von beschränktem Nutzen sind Karten mit Glückwünschen und Grüßen zu Fest- oder Jahrestagen. Der Verwendungszweck dominiert oft auch das Bildmotiv, das dann Blumen oder Christbäume anstatt landestypischer Motive zeigt. Für die jeweiligen Sender und Empfänger hatten diese Karten eine wichtige Funktion zur Aufrechterhaltung der sozialen Beziehungen über große Distanzen hinweg; ohne diese Komponente sind sie heute wenig aussagekräftig. Zudem wurden solche Karten oft auch (und in großer Zahl) von Firmen verschickt, womit sie eher in die Kategorie der Werbepostkarten fallen.

Den Gruß- und Glückwunschkarten verwandt ist eine eher diffuse Gruppe von Karten, die einerseits personalisierte Abbildungen – vor allem Einzelpersonen oder Personengruppen – zeigen, und deren Mitteilungen andererseits stark persönlicher Natur sind. Ohne nähere Angaben zu den beteiligten bzw. abgebildeten Personen und ohne weitere Hinweise zu den in den Texten gemachten Andeutungen bleibt bei solchen Karten vieles Spekulation. Eine nicht immer ganz von der Hand zu weisende Vermutung ist, dass sie der Anbahnung oder Fortführung von Familien- und Liebesbeziehungen dienen. Das Empire bot eine Vielzahl von Beschäftigungsmöglichkeiten, sei es im imperialen Verwaltungs- oder Militärdienst, sei in einer der Firmen oder Handelshäuser, die das administrative und kommerzielle Rückgrat des Empires bildeten. Dieser Dienst erforderte aber zumeist die Trennung von Freunden und Partnern. Junge Männer die eine Stelle in der Kolonialverwaltung antraten, wurden schon bei der Einstellung darauf hingewiesen, dass das Einstiegsgehalt nicht für den Unterhalt einer Familie ausreichen würde, so dass etwaige Heiratspläne für geraume Zeit zu verschieben waren. Und auch im Falle einer Heirat kehrte die Ehefrau nicht selten nach England zurück, sobald das erste Kind schulpflichtig wurde. Abgesehen davon wurde das Klima in weiten Teilen Indiens als unerträglich und krankmachend angesehen. A. J. White, der ab 1922 dem ICS in Birma angehörte, fasste diesen Punkt in seinen Memoiren so zusammen: „A curious feature of the British community in Burma was that since the climate was regarded as very bad for children after the age of 3 or 4, there were no British children between the age of 3 or 4 and 17, and

¹⁹ Lynne Whitey, *Grand Tours and Cook's Tours. A history of leisure travel 1750-1915*, Ann Arbor 1997.

²⁰ Z. B. *Illustrated London News* no. 113, Sept. 1899, p. 1127. Auch Karl Kraus mokierte sich über die Wiener Dienstmädchen, die auf ihren Wochenendausflügen nichts anderes machten als ihren Freundinnen Karten zu schreiben: Karl Kraus, *Zuckersteuer auf Ansichtskarten!* in: *Die Fackel* 14, 1899, 12 – 14.

²¹ George Skeen, *A Guide to Colombo with Maps*, Colombo 1906, 14.

there were no young women above that age apart from the limited number brought out for the Rangoon season and those who came out as wives." White heiratete zehn Jahre seiner Ankunft in Rangun.²²

Diese Fernbeziehungen – egal ob vor der Heirat oder danach – konnten nur auf schriftlichem Weg am Leben gehalten werden. Wegen der sehr privaten und manchmal intimen Natur der Mitteilungen waren Briefe das bevorzugte Medium, zumal sie auch mehr Raum für Text boten als eine Karte. Karten wurden in dieser Konstellation zumeist verwendet, um eingegangene Briefe zu bestätigen oder einen Brief mit ausführlicher Antwort anzukündigen. Wenn Bildpostkarten als eigenständiges Medium für eine Nachricht zum Einsatz kam, spielte nicht selten das Bildmotiv eine größere Rolle. Abbildungen mit einheimischen Frauen gaben den Anlass für Sticheleien wie „are you jealous, little girl?“ oder umgekehrt die Versicherung, dass alle Frauen Indiens so hässlich seien wie die abgebildeten und der Sender schon deshalb keinen Umgang mit ihnen pflege.²³ Dass die Fernbeziehungen nicht immer konfliktfrei verliefen, zeigt nachstehende Karte, die vermutlich im Juli 1902 in Colombo eingeworfen wurde:

Abb 2



Der Text lautet: „Dear Jessie, If I hear such bad reports about you Jessie I shall come to Boston and take you to London, you must try and be a good girl, Little (Will..?)“ [ein Teil der Unterschrift fehlt, da die Ecke abgerissen ist]. Ein Nachtrag am oberen Rand versichert dann noch „I am not so little [offenkundig eine Anspielung auf den Nachnamen des Senders] as you will see if I come after you“. Was immer der Anlass für die Nachricht gewesen sein mag, die Spannungen, die diese Verbindung belasteten, sind nicht zu überhören.

Trotz oder vielleicht gerade wegen dieser der Postkarte innewohnenden Öffentlichkeit oder *public privacy*,²⁴ die viele Unbeteiligte wie Postboten, Dienstpersonal oder auch Nachbarn an solchen Privatangelegenheiten teilhaben ließ, waren Postkarten in Großbritannien zur Zeit Victorias oder Edwards ein beliebtes Medium für einen Flirt oder auch weitergehende Avancen.²⁵ Das schien zumindest ansatzweise auch für Indien zu gelten, wo sich die weiße koloniale Oberschicht einen viel strengeren Verhaltenskodex auferlegt hatte. So schrieb 1910 ein „L“ an eine in Calcutta wohnende Miss Arden: „I shall call w[ith] v[ehicle?] this evening for you at 9pm. Be ready. Put off all other

²² A. J. White, *The Burma of 'AJ'*, London 1991, 38-45. Allgemein zur Situation der Familien im Kolonialdienst Elizabeth Buettner, *Empire Families. Britons and Late Imperial India*, Oxford 2004.

²³ Beide Karten aus der Sammlung des Autors. Vgl. auch Tom Phillips, *The Postcard Century. 2000 Cards and their Messages*, London 2000, 84.

²⁴ Esther Milne, *Postcards*, in: *The Routledge Handbook of Mobilities*, hgg. von Peter Adey et al., London 2014, 307-309.

²⁵ Esther Milne, *Letters, Postcards, Email. Technologies of Presence*, London, 2010, 104.

engagements. Seats booked".²⁶ Auch andere Kurztexte dieser Art weisen darauf hin, dass ab dem Ende des 19. Jahrhundert die Bildpostkarte auch in Indien die Funktion der Victorianischen calling card übernommen hatte.²⁷

Bildpostkarten als Sammelobjekte

Allein schon der Umstand, dass Bildpostkarten uns heute noch für wissenschaftliche Untersuchungen zur Verfügung stehen, macht deutlich, dass sie in irgendeiner Form aufbewahrt worden sein mussten. Wie gesagt, sind vermutlich all jene Karten, die ohne Text und relativ gut erhalten sind, als Sammelobjekte verschickt oder übergeben worden, und auch bei den frankierten und beschriebenen Bildpostkarten dürfte der größte Teil an einen sammelnden Empfänger verschickt worden sein. Dies zeigen zunächst die unzähligen Bemerkungen auf diesen Karten, die sich auf das Sammeln beziehen. „Eine weitere Karte für deine Sammlung“ oder „wie umfangreich ist deine Sammlung denn mittlerweile“ sind regelmäßig zu lesen; daneben finden sich auch Kommentare wie „ich dachte, dass du das Sammeln eingestellt hast“ oder „ich war überrascht, nach dieser langen Zeit wieder eine Karte von dir zu erhalten“. Die letzte Aussage weist auch darauf hin, dass sich das Sammeln oft im Austausch vollzog; oft war diese Abmachung schon Bestandteil der ersten Kontaktaufnahme zwischen den beiden Korrespondenten in Indien und Europa. Dazu unten mehr.

Auch die Form der ersten Kontaktaufnahme wird in den Kartentexten manchmal erwähnt. So unterhielt der britische Marktführer Raphael Tuck and Sons ein Register, in dem Sammelwillige ihre Adressen hinterlegen konnten, um einen Korrespondenzpartner zu finden. Für die Firma war dieser Service Teil einer Strategie, mit der sie der Verkauf ihrer Produkte ankurbelten. Daneben boten die vielen Sammlerzeitschriften ein Forum für die Anbahnung von Tauschkontakten, und wer sich diese nicht leisten konnte oder wollte, wurde auch in vielen Frauen- und Jugendzeitschriften fündig. Die weiter unter vorgestellte Bildpostkarte wird einen Beleg dafür liefern. Als letzten Punkt können schließlich auch die auf das Bildmotiv bezogenen landeskundlichen Erläuterungen des Absenders als Teil der Sammelpraxis verstanden werden. Sie versahen den Empfänger und Sammler mit Zusatzwissen zum Kontext des Motivs und seiner historischen oder politischen Bedeutung, auf die er bei der Präsentation seiner Sammlung zurückgreifen konnte. Postkartenalben waren immer auch Schaustücke, die in Salons auslagen oder Besuchern gezeigt wurden.²⁸ Bei dieser Gelegenheit konnte der Besitzer dann mit den Geschichten aufwarten, die eine Bildpostkarte immer in sich trug.

Abschließend sollen zwei zusammengehörende Bildpostkarten vorgestellt werden, die einige der eben genannten Punkte auf beispielhafte Weise beleuchten. Die Karten datieren auf Dezember 1912; geschrieben wurden sie in Bezug auf den *imperial durbar* von 1911, auf dem George V. zum Kaiser von Indien gekrönt wurde. Die Bildseite zeigt entsprechend zwei kolorierte Aufnahmen von diesem Hoftag, darunter den Pavillon, unter dem George und Mary während der Feierlichkeiten saßen. Empfänger ist eine anonym bleibende (und vermutlich junge) Frau in Manchester, und geschickt wurde der Brief - die Karten sind weder frankiert noch gestempelt - von einer G. F. Jackson, der mit dem Chester Regiment in Jabalpur (heute Madhya Pradesh) stationiert war.

Abb 3 Pavillon

²⁶ Sammlung der Autors.

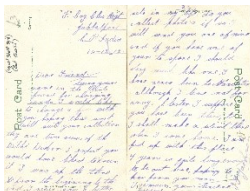
²⁷ Ferguson, 70.

²⁸ Anett Holzheid, *Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und medien-geschichtliche Studie*, Berlin 2011, 261.



Der Text lautet (Orthographie und Interpunktion folgen dem Wortlaut): „Dear Friend seeing your name in the Girl’s friend for changing cards I would like to change a few with you hoping these sort will suit your collection they are two views of the Delhi Durbar I expect you would have liked to h[ave] seen it I was up there from the beginning to the end, I never saw a better site in my life. Do you collect photos if so I will send you one of mine and if you have one of yours to spare I should very much like one, I have never been to Manchester although I live not far away Chester I suppose you have been there I shall make a visit there when I come home. I am fed up with this place 4 years is quite long enough to be out there, hoping to hear from you soon I remain yours sincere Friend G. F. Jackson“.

Abb 4 Textseiten (2 Karten)



Einige Aussagen des Schreibens bedürfen keiner weiteren Erklärung: Der Kontakt war durch eine Annonce in einer Zeitschrift für Mädchen zustande gekommen; der Austausch war auf Gegenseitigkeit angelegt, wobei die Bitte um ein Foto durchaus auch als ein Flirtversuch verstanden werden kann; und natürlich die Bemerkung zum Motiv der Karte. Der durbar in Delhi war in der Tat ein imposantes Ereignis gewesen, das etwa 150.000 Teilnehmer und Zuschauer zusammengebracht hatte, und er war multimedial inszeniert worden, nicht nur mit Hilfe von acht Kamerateams, sondern auch mit einer Vielzahl eigens zu diesem Anlass hergestellter Postkartenserien, die von einem Sonderpostamt am Ort des Geschehens abgewickelt wurden.²⁹ Sprache und Zeichensetzung bestätigen die Vermutung, dass es sich beim Absender um einen einfachen Soldaten handelte, der für einen längeren Zeitraum in Indien stationiert war. Bemerkenswert ist freilich seine Offenheit hinsichtlich seiner eigenen Situation: vier Jahre Indien waren ihm genug; er sehnte sich danach, bald wieder heimzukommen.

Das Heimweh-Fernweh-Equilibrium

Dass der einfache Soldat Jackson mit seinem Heimweh nicht allein war, zeigt eine im Britischen Museum ausgestellte Holzbox, die der erste indische Abgeordnete in Westminster, Dadabhai Naoroji, 1891 von Freunden und Gönnern überreicht bekam. Ihr Inhalt: 23 Postkarten mit Ansichten von Bombay und der Bombay Presidency (Naorojis Heimat) als ein „memento from home“. Die

²⁹ Allgemein zum durbar als Medienereignis Chandrika Kaul, Coronation, Colonialism and Cultures of Control: The Delhi Durbar, 1911, in: idem, Communications, Media and the Imperial Experience, New York etc, 2918, 19-70. Zur Filmgeschichte des durbar siehe Stephen Bottomore, “Have you seen the Gaekwar, Bob?": Filming the 1911 Delhi durbar, in: Historical Journal of Film, Radio and Television 17,3, 1997, 309-345. Siehe auch <https://www.paperjewels.org/postcard/imperial-delhi-durbar>.

Vorstellung dahinter war wohl, dass der Neu-Parlamentarier einen Blick auf die Ansichtskarten werfen konnte, wenn ihn das Heimweh überkommen sollte.³⁰ Das Geschenk und sein impliziter Ratschlag an Naoroji sollen abschließend auf zwei Aspekte des Schreibens und Sammelns von Bildpostkarten hinführen, die bisher noch keine Beachtung gefunden haben: Heimweh und Fernweh. Komplementär zueinander stehend, repräsentieren sie zwei Formen der Sehnsucht, die mit dem Gebrauch der Bildpostkarte einen Ausdruck fand.

Generell sind die Gründe für das Sammeln von Postkarten noch kaum analysiert worden. Für die Zeitgenossen war es ein zum Wahn führender Trieb, der nur dem Selbstzweck verpflichtet war: man sammelte, weil alle sammelten, und tat dies mit dem Ziel eine möglichst große Sammlung zusammenzutragen. Die Wettbewerbe der Fa. Tuck sprechen hier für sich. Unterstrichen wurde diese Interpretation mit dem ebenfalls schon zeitgenössischen Hinweis auf die „Vulgarität“ der Bildpostkarte, die wegen ihres dominanten Bildes und zumeist nur kurzen Textes ein Feld der niederen sozialen Schichten sei. Für höhere und vor allem gebildete Schichten galt der Brief als angemessene Form der Kommunikation.³¹ Andere „niedere Triebe“, die das einfache Volk zu verrückten Sammlern werden ließen, fand man in den Abbildungen der Naturvölker und „Wilden“, die oft nackt dargestellt waren und eine Form des Voyeurismus befriedigten.³²

Diese vereinfachenden Ansichten über das massenhafte Sammeln sind inzwischen mehr rationalen Erklärungen gewichen, die das Sammeln zum Beispiel als einen Akt der systematischen Welterschließung verstehen. Indem Karten in Alben einsortiert werden, entsteht eine geographische, ethnographische oder sonstige Ordnung, die die Welt im wörtlichen wie auch im übertragenen Sinn verstehbar und handhabbar macht.³³ An diesem Punkt setzt die das hier so bezeichnete Fernweh-Heim-Equilibrium an. Porter hat – nicht ganz zu Unrecht – darauf hingewiesen, dass eine große Mehrheit der britischen Bevölkerung keinen Anteil am Empire hatte bzw. nicht bewusst daran „partizipierte“ (wie sein zentraler Begriff lautet). Sie produzierten für den Export, konsumierten koloniale Produkte und lasen einen Bericht in der Zeitung, ohne das Empire darin zu erkennen.³⁴ Am allerwenigsten hatten sie eine direkte Berührung mit der fernen Welt des Empires: Die unmittelbare Erfahrung des Empires durch eine Reise in die Kolonien, sei es geschäftlich oder als Touristen, waren trotz Thomas Cook und der übrigen Infrastruktur des Reisens nur einer kleiner Elite vergönnt; für alle anderen blieb das Empire ein unerreichbarer Sehnsuchtsort, mit dem man sich nur durch Fernweh verbunden wusste.

Mit ihrer Kapazität, Distanzen zu überbrücken und Nähe herzustellen,³⁵ war die Bildpostkarte ein ideales Surrogat für die Reise selbst und half, dieses Fernweh zu stillen. Ein „Besuch“ des Postkartenalbums, alleine oder in Gesellschaft, war wie Reise in die Ferne, ihre Farben und exotischen Motive taugten zumindest momentan, dem Alltag einer grau-verrußten Industriestadt

³⁰ Die Box ist eine Leihgabe aus dem Islington Museum, wo sich weitere Stücke aus dem Nachlass Naorojis befinden.

³¹ Richard Carline, *Pictures in the Post. The Story of the Picture Postcard and its Place in the History of Popular Art*, Philadelphia 1971, 55-57. Dass dies die Oberschicht keineswegs davon abhielt, selbst zu sammeln und Postkartenalben anzulegen, ist offenkundig. Letztlich wurde der Bildpostkarte denn auch eine eigene Respektabilität zugesprochen, die diesen Widerspruch aufzulösen half.

³² Siehe dazu auch Lisa Sigel, 'Filth in the wrong People's hands': Postcards and the Expansion of Pornography in Britain and the Atlantic World, 1880-1914, in: *Journal of Social History* 33.4, 2000, 859-885.

³³ Siehe dazu die Arbeiten von Eva Tropper, *Das Postkartenalbum als Ordnungsraum. Die 99 Reisen der Else E.*, in: András F. Balogh und Christoph Leitgeb (Hg.), *Reisen über Grenzen in Zentraleuropa*, Wien 2014, 205-219, und in diesem Band.

³⁴ Porter, *Absent-minded Imperialists*, Kap. 1.

³⁵ Dazu insbes. Esther Milne, *Letters, Postcards, Email. Technologies of Presence*, London, 2010, 93-135.

wie Manchester oder Birmingham zu entfliehen. Die Bildpostkarten waren ein Massenprodukt, das selbst bei vorsichtigen Schätzungen, wie sie eingangs angestellt worden sind, noch in tausendfacher oder zehntausendfacher Kopie verschickt wurde. Das garantierte ihnen weite Verbreitung in allen Bevölkerungsschichten, gerade auch den unteren. Wenn es also ein Objekt gab, durch das im Grunde jeder einzelne Brite am Empire partizipieren konnte, kommt in erster Linie die Bildpostkarte in Frage. Sie zu sammeln, war also nicht nur Manie und Triebabbauelement, sondern auch Ausdruck eines Fernwehs, das durchaus keine aktive Auseinandersetzung mit dem Empire implizierte.

Das Heimweh der Fernreisenden und in der Ferne Lebenden komplementiert das Fernweh der Daheimgebliebenen, jedoch ohne eine vergleichbare Dimension oder Stärke zu erreichen. Dennoch muss es als fester Bestandteil des hier als Equilibrium bezeichneten Zustandes gesehen werden, denn zum einen war es notwendig, dass ein Kontakt zum Austausch von Postkarten oder Fotos zustande kam – nur wer an ein „Zuhause“ dachte, würde sich überhaupt darauf einlassen – und zum anderen war zumindest für jeden, der länger in der Ferne lebte, wie der Soldat des Chester-Regimentes, eine spürbare Empfindung, mit der man umzugehen hatte. Eine Ansichtskarte aus Manchester konnte dabei schon helfen.

Zusammenfassend sollen zwei Punkte nochmals hervorgehoben werden. Der erste betrifft die das Sammeln von Bildpostkarten, das ja nach Ansicht der Zeitgenossen zwischen etwa 1890 und 1920 zu einem Sammelwahn oder *postcard craze* auswuchs. Dieses Bild prägte für lange Zeit das Verständnis von und den Umgang mit Postkarten: Sie waren und blieben Objekte, die in erster Linie für Sammler interessant waren, sonst aber nur zum Studium einer Massen- oder Popkultur herangezogen werden konnten. Mit der Betonung auf die dem Sammeln zugrunde liegenden Logiken oder auch Rationalitäten, die Sammeln als weltverstehendes Ordnen und, zumindest ansatzweise, als therapeutisches Mittel sehen, gewinnen Bildpostkarten sozusagen an Format und Gewicht.

Dies führt dann zum zweiten Punkt, der Frage nach dem Wert von Bildpostkarten als historische Quellen. Sie sind, wie deutlich geworden ist, durchaus spröde: oft weit verstreut und schwer zugänglich (auch wenn die fortschreitende Digitalisierung von Sammlungen und Archiven inzwischen gute Dienste leistet), aufgrund ihrer riesigen Anzahl nur mit hohem Zeitaufwand zu studieren und dabei selten wirklich ergiebig. Die Bilder wiederholen bzw. gleichen sich, und die Mitteilungen tendieren zu Monotonie und Standardisierung. „Perlen“ mit aussagekräftigeren Abbildungen und/oder Mitteilungen sind darunter seltener zu finden. Doch bevor man das Studium von Bildpostkarten zum deltiologischen Selbstzweck erklärt und sich auf Fragen ihrer Herstellung, die Herkunft ihrer Motive und dergleichen konzentriert, will dieser Beitrag auch dafür plädieren, anhand erweiterter Fragestellungen, die gesellschaftliche, kulturelle und politische Kontexte mit einbezieht, das Potential von Bildpostkarten nicht außer Acht zu lassen.