

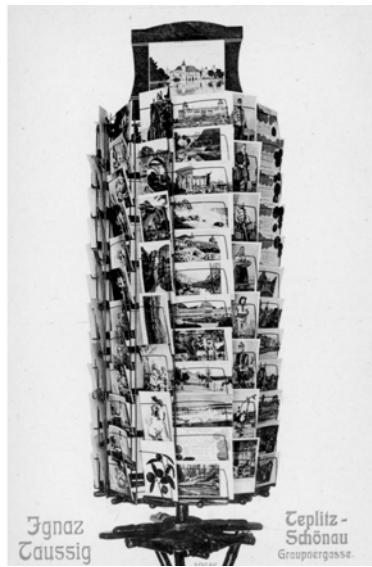
# Ansonsten radeln wir viel

## Bemerkungen zur Lesbarkeit der Ansichtskarte

Heiko Hausendorf

### 1 Einführung: Ansichtskarten zwischen Betrachtung und Lektüre

*Abb. 1: Kartenständer v. 1909 (abgebildet auf einer Ansichtskarte (!))*



Quelle: Brück & Sohn Kunstverlag Meissen, [CC0 1.0], via Wikimedia Commons.

Mit der Ansichtskarte hat schon im ersten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts die durch Ansichts- und Mitteilungsseite konstituierte Beidseitigkeit ein Muster gefunden, das eine bis heute andauernde mediale (und kommerzielle) Erfolgsgeschichte begründet hat.

Wie sehr es sich dabei um eine *Ansichtskarte* handelt, belegt der offenbar schon früh eigens für den Verkauf dieser Karten entwickelte »Kartenständer«, der die Ansicht auf der Bildseite wie selbstverständlich zum Auswahlkriterium für den Kaufentscheid macht (vgl. Abbildung 1).

Haben wir es also im Fall der Ansichtskarte überhaupt mit einer Textsorte zu tun? Sofern man mit dem Begriff »Text« Schrift(lichkeit) verbindet (wie es in diesem Beitrag der Fall ist), lässt uns der Kartenständer stutzig werden, weil er uns Bilder (nicht nur, aber insbesondere) Photographien von Sehenswürdigkeiten, eben »Ansichten« zeigt. Nun kann man mit Recht darauf hinweisen, dass die auf dem Ständer zur Schau gestellten Karten noch nicht vollständig sind, solange sie nicht auch beschriftet, versandt und gelesen wurden. Die Karte wird also erst durch und mit dem Beschreiben zur Karte, wobei es die unbeschriebene »Ansichtskarte« als Produkt zu erwerben gibt. Ansichtskarten ähneln in dieser Hinsicht einem Formular (aber auch einem Kreuzworträtsel), dessen Lesbarkeit die Beschreibbarkeit konstitutiv miteinschließt. Die Karten auf dem Kartenständer sind also in einem elementaren Sinn »unfertig«.<sup>1</sup> Was tatsächlich dazukommt, ist Schrift.

Das betrifft nicht nur die Adressseite mit dem Adressfeld und der seit 1905 offiziell eingeführten Abtrennung eines eigenen Mitteilungsfeldes neben dem Adressfeld, sondern auch die Bildseite selbst. Besonders anschaulich tritt das Dazukommen von Schrift hervor, wenn es auch dort passiert, wo es nicht vorgesehen ist:

Abb. 2a: Ansichtsseite einer Karte von 1900



Quelle: [anko] 80114

Dieses Beispiel der Bildseite einer 1900 versandten Karte zeigt nicht nur eine Ansicht, sondern enthält auch sprachliche Hinweise auf den Ort (unter dem Bild: »Wattwil (Toggenburg)«) und den »Postkartenverlag« (links neben dem Bild: »Postkartenverlag Th.

1 Eine Textlinguistik dieser im engeren Sinne »unfertigen Texte« gibt es noch nicht (wohl aber eine Auseinandersetzung mit »unfertigen Texten« im Sinne von Werkfragmenten aller Art: vgl. dazu Gfrereis 2018).

Zingg, Baden (Schweiz). No. 517.«), die schon aufgedruckt erscheinen. (Druck-)Schrift gehört also offenbar bereits um 1900 dazu. Mindestens die Angabe des Ortes ist auch so platziert und so groß gedruckt, dass sie unbedingt mitzulesen ist. Betrachtung alleine genügt also offenbar schon auf der Bildseite nicht, Betrachten und Lesen gehen vielmehr eine gewollte und unmittelbare Beziehung ein. Dieses Signal für eine Betrachtung und Lektüre verbindende Rezeption (»Multimodalität«) verstärkt sich dann auf besonders auffällige Weise dadurch, dass der Absender (»U.T.«) zusätzlich zwischen Bild und dem unteren Kartenrand noch eine handschriftliche Mitteilung hinterlassen hat: »Liebe Sophie./Auch Dir senden Alle herzl. Grüsse, besonders Dein Vater/U. T.«.<sup>2</sup> Wie man weiß und gut belegen kann, sind Beschriftungen wie diese keine Seltenheit. Sie dürften dadurch provoziert worden sein, dass es – wie schon notiert – auf der Adressenseite nicht nur keinen Platz für Mitteilungen gab, sondern dass diese dort ausdrücklich untersagt wurden:

Abb. 2b: Anschriftseite der gleichen Karte (wie in Abb. 2a)



Quelle: [anko] 80113

In drei Sprachen ist auf dieser Anschriftseite ausdrücklich vermerkt, dass sie nur für die Eintragung der Adresse bestimmt ist (»Nur für die Adresse.«). Die oberen Linien als Schreibhilfen für Anrede und Namen erstrecken sich entsprechend über die gesamte Breite der Karte. Wofür es dann noch Platz hat, ist eine selbst- und rückbezügliche Bezeichnung der Karte (als »Carte postale«) und die Angabe des »Weltpostvereins« mit Nennung der »Schweiz«. Auch auf dieser Seite gibt es also auch um 1900 schon mehr zu lesen als nur das, was auf den Namens- und Adresslinien geschrieben steht (abgesehen von dem Aufgeklebten und Gestempelten). Auch wenn sich diese Verhältnisse von Schrift und Bild schon bald mit der Einführung des Trennstrichs auf der Anschriftseite zugunsten der Verlagerung der handschriftlichen Mitteilung auf ein eigenes Mittei-

<sup>2</sup> Die Transliteration der Kurrentschrift hat freundlicherweise mein Zürcher Kollege Wolfram Grodeck überprüft.

lungsfeld verändern, zeigt sich so gut wie von Anfang an die Charakteristik der Ansichtskarte als Medium zwischen Lesbarkeit und Betrachtbarkeit. Diese und andere Charakteristika der Ansichtskarte stehen im Mittelpunkt des vorliegenden Beitrags.<sup>3</sup>

Bis heute ist die linguistische Beschäftigung mit Ansichtskarten überschaubar geblieben – was vielleicht auch damit zu tun hat, dass die Mitteilungen auf der Adressseite zu den »minor genres« (Löfgren 1985: 90) und »kleinen Texten« (Hausendorf 2009) gehören (vgl. dazu ausführlich Kato et al. 2021), die (text)linguistisch bis heute eher im Schatten gestanden haben (s. aber jetzt Pappert & Roth 2021). Ansichtskarten (manchmal auch »Bildpostkarten« genannt: Holzheid 2011: 43) sind bis heute Gegenstand vor allem populärwissenschaftlicher und sammlungsorientierter Publikationen einerseits (vgl. z.B. Koschek 2000) und einer Vielzahl kultur-, medien- und sozialgeschichtlicher sowie volkskundlicher Darstellungen andererseits (vgl. dazu Lebeck und Kaufmann 1985; Leclerc 1986; Hoerner 1987; z.B. Fendl 1991; Täubrich 1996; Kümin und Kumschick 2001; Walter 2001; Almasy et al. 2020; Axster 2014; Starl und Tropper 2010; Milne 2010), mit fließenden Grenzen zum interdisziplinären Feld der »postcard studies« (Carline 1959/1971; Geary und Webb 1998; Ripert und Frère 2001; Kürti 2004; Ferguson 2005; Prochaska und Mendelson 2010; Tropper 2010), innerhalb dessen oftmals die Bildseite mehr Aufmerksamkeit gefunden hat als das Mitteilungsfeld. Zu erwähnen sind schließlich auch vereinzelte Arbeiten zur Ansichtskarte aus tourismussoziologischer und -psychologischer Sicht (Szépe 1979; Schneider 1993; Edwards 1996). Zu den wenigen linguistisch orientierten Arbeiten gehören die Monographie von A. Holzheid (2011) zur »frühen Kommunikationsgeschichte der Postkarte« und insbesondere die Studien von H. Diekmannshenke (2002; 2008; 2009; 2011) und vereinzelte Publikationen (wie Alber 1985). Woran es bis heute in der Linguistik mangelt, ist eine empirisch breit fundierte, neuere korpuslinguistische Methoden einbeziehende linguistische Untersuchung der Ansichtskarte und ihrer Mitteilungen. Die vorliegenden Studien belegen, worin der Reiz einer solchen Untersuchung bestehen könnte: Es handelt sich um gut überschaubare sprachliche Erscheinungsformen, die sich als »formelhafte Texte« (Drescher 1994) durch ein hohes Maß an Standardisierung (»Textmusterschablonen«: Holzheid 2011: 20; »Urlaubs-Frame«: Diekmannshenke 2011: 35) und Variation auszeichnen und die sich deshalb für eine auf die Musterhaftigkeit sprachlicher Formulierungen ausgerichtete text- und korpuslinguistische Untersuchung in besonderer Weise anbieten.<sup>4</sup>

Von »Musterhaftigkeit« ist in der Text-, Korpus- und Kulturlinguistik der letzten rund 15 Jahre viel die Rede (vgl. z.B. Linke 2011; Bubenhöfer 2015). Wir folgen hier einem dezidiert textlinguistischen Verständnis, das Musterhaftigkeit auf das Konzept der Textsorte(nhaftigkeit) bezieht (Hausendorf und Kesselheim 2008; Hausendorf et al. 2017:

- 
- 3 Er stellt die (späte) Ausarbeitung meiner Zürcher Antrittsvorlesung von 2007 dar. Zwischen dieser Antrittsvorlesung und der aktuellen Publikation liegen nicht nur 15 Jahre, sondern auch drei vom SNF geförderte textlinguistisch ausgerichtete Forschungsprojekte, darunter auch als letztes Projekt das Zürich-Dresdner Ansichtskartenprojekt (s. <https://www.ds.uzh.ch/de/projekte/ansichtskartenprojekt.html>), aus dem der vorliegende Sammelband entstanden ist. Die textlinguistische Summa dieser Projekte ist Hausendorf et al. 2017.
- 4 Diese grobe Skizze des Forschungsstandes bildete den Ausgangspunkt für das o.g. SNF-Projekt (s.o. Vorwort und Anm. 3), aus dem der vorliegende Sammelband hervorgegangen ist. Für ihre Mitarbeit am Antrag für dieses Projekt danke ich Hiloko Kato und Nicolas Wiedmer.

330–336; zur neueren deutschsprachigen Textsortendiskussion vgl. z.B. Luginbühl und Perrin 2011; Fandrych und Thurmail-Mumelter 2011; Gansel 2011; Habscheid 2011; Häuser et al. 2014; Bücker et al. 2015). Leitend für unser Verständnis von Musterhaftigkeit sind die folgenden Annahmen:

- Sprachliche Musterhaftigkeit gibt es nicht nur auf der Ebene von Textsorten, sondern auch unterhalb und oberhalb von Textsorten, d.h., dass sprachliche Muster (z.B. der Anrede und Begrüßung) nicht automatisch textsortenspezifisch sein müssen. Das gilt etwa für weite Bereiche der innerhalb einer Grammatik abbildbaren Musterhaftigkeiten auf Laut-, Wort- und Satzebene, also *unterhalb* der Ebene von Textsorten. Es gilt aber auch *oberhalb* von Textsorten, wenn man z.B. an die Musterhaftigkeit der Abgrenzungshinweise von Buch-, Brief- oder Kartenschriftlichkeit denkt.
- Wenn Musterhaftigkeit auf der Ebene von Textsorten auftritt, erkennt man das i.d.R. daran, dass die fraglichen Muster auf Anhieb die dazugehörige Textsorte evozieren (›man nehme‹ → Kochrezept). Sprachliche Muster können dann als Ausdruck der Ausdifferenzierung von Texthandlungsroutinen verstanden werden und Textsorten entsprechend als musterhaft eingespielte und verfestigte Lösungen für wiederkehrende Aufgaben der Textkommunikation.
- Die Musterhaftigkeit von Texthandlungen in Form von Textsorten bezieht sich auf eine als Ganzheit markierte Texteinheit. Sie artikuliert sich deshalb häufig schon als Musterhaftigkeit der entsprechenden Abgrenzungs- bzw. Ganzheitshinweise. Die im Alltag gebräuchlichen Bezeichnungen für Textsorten tragen dem nicht selten Rechnung, wenn sie diese Ganzheit z.B. in der Grundform entsprechender Komposita auf den Begriff bringen (wie in ›Liebesbrief‹, ›Poesiealbum‹, ›Gästebuch‹ – oder eben auch ›Ansichtskarte‹).

Wir gehen also davon aus, dass es Musterhaftigkeit auf allen sprachlichen Ebenen gibt, aber nicht alle Phänomene von Musterhaftigkeit auch für eine Textsorte konstitutiv sind. Text(sorten)linguistisch besteht die Aufgabe also darin, die für die Ansichtskarte als Textsorte charakteristischen Muster zu rekonstruieren.

Was mich dabei als Linguist von Anfang an interessiert hat, ist die Art von Musterhaftigkeit, die in einer Formulierung zum Ausdruck kommt, wie sie den Titel dieses Beitrages bildet: »Ansonsten radeln wir viel.« Davon abgesehen, dass mir das ›Radeln‹ grundsätzlich sympathisch ist, ist es speziell das Wörtchen »ansonsten« in diesem Satz, das mich interessiert hat. Was für eine Musterhaftigkeit der Ansichtskartenmitteilung kommt darin zum Ausdruck? Es wird sich zeigen, dass wir dazu auf die Thema- und Verknüpfungshinweise im Mitteilungsfeld näher eingehen müssen (auch wenn sich zeigt, dass der Ausdruck »ansonsten« im [anko]-Korpus *ansonsten* nicht besonders prominent ist).<sup>5</sup>

---

5 Das Adverb »ansonsten« kommt im gesamten [anko]-Korpus nicht mehr als 29-mal vor, also auf nur etwa jeder 350sten Karte (großzügig gerechnet). Wir kommen auf diese wenigen Vorkommen aber noch zurück (s.u. 4) – auch um zu zeigen, dass Musterhaftigkeit nicht nur eine Frage der Frequenz ist (s.u. 6).

Der Beitrag ist so aufgebaut, dass wir die Musterhaftigkeit der Ansichtskarte zwischen Les- und Betrachtbarkeit der Reihe der Lesbarkeitsmerkmale nach durchgehen wollen (Kap. 3–7). Zuvor soll allerdings – am Beispiel eines Fragments einer Ansichtskartenmitteilung – das zugrundeliegende Modell von Lesbarkeitsmerkmalen, -hinweisen und -quellen kurz vorgestellt werden.

## 2 Lesbarkeitsmerkmale, -hinweise und -quellen auf der Ansichtskarte

An einem kleinen Ausschnitt aus einer Ansichtskartenmitteilung lässt sich anschaulich zeigen, wie viele Aspekte der Lesbarkeit eines Textes wir dabei bereits mitverstehen und auf welche allgemeinen Lesbarkeitsmerkmale sie dabei verweisen:

(1) [...] gemacht, ansonsten radeln wir viel (u.a. Tandem, da Ariane sich den kleinen Finger gebrochen hatte) u. baden im Chiemsee (23°). Sportlich halte ich mich mit Olympia im Fernsehen fit! Viele Grüsse an alle!

Tatsächlich ist das das Fragment einer Ansichtskartenmitteilung, das in meinen Unterlagen zu einem (an der Universität Bayreuth) vor rund 20 Jahren veranstalteten Seminar zur Textsortenlinguistik empirisch erhalten geblieben ist. Die Karte selbst ist nicht mehr auffindbar (und deshalb nicht in [anko] enthalten). Wenn wir diesem Stück(chen) Text trotz seiner Bruchstückhaftigkeit Lesbarkeit zuschreiben, verstehen wir damit offenbar eine Reihe von Lesbarkeitsmerkmalen mit. Ich greife die wichtigsten dieser Merkmale heraus:

- Lesbarkeit impliziert eine Art von Einheit mit Grenzen nach außen und Gliederung nach innen. Wenn wir den Ausschnitt lesen, lesen wir mit, dass es sich offenbar um ein Fragment handelt, von dem wohl so etwas wie der ›Anfang‹ fehlt (abgerissen ist), das aber nach hinten sehr wohl abgeschlossen wirkt (also mit der Grußformel eine Art ›Ende‹ aufweist) und zudem davor aus einer Ansammlung nächstkleinerer Einheiten auf Satzebene besteht (mit vier Prädikationen: ›radeln‹, ›Finger brechen‹, ›baden‹, ›sich fit halten‹). Wir verstehen also eine spezifische Abgrenzbarkeit des Textes nach außen und eine spezifische Gliederbarkeit nach innen mit.
- Lesbarkeit impliziert eine Art linearer Verkettung und Verbindung der Elemente des Textes, hier z.B. der Sätze. Das ›Radeln‹ steht in einem Verhältnis offenbar zu etwas vorher Mitgeteiltem (›ansonsten‹: Einräumung oder Ergänzung?). Das ›Brechen des Fingers‹ ist für etwas anderes die Ursache, die auch zeitlich als vorausliegend markiert wird (›da‹ und Plusquamperfekt). Das ›Baden‹ kommt additiv dazu (›u.‹), ebenso wie das ›Sich-fit-halten‹. Wir verstehen also eine spezifische Verknüpfung wichtiger Elemente des Textes mit.
- Lesbarkeit impliziert eine Art von Zusammenhang der Bezugnahmen auf Welt, die im Text auftauchen. Die Prädikationen (das ›Radeln‹, ›Baden‹ und ›Sich-fit-Halten‹) sind nicht nur formal miteinander verbunden, sondern auch sinnvoll auf eine Art von Urlaubsgeschehen beziehbar, das dieser Aneinanderreihung von Aktivitäten einen Sinn verleiht. Wir verstehen also ein spezifisches Thema und eine spezifische Zusammengehörigkeit der im Text auftretenden Prädikationen und Referenzen mit.

- Lesbarkeit impliziert eine Art pragmatischer Zweckmäßigkeit des Gelesenen. Der Bericht über das Urlaubsgeschehen gehört offenbar zu dem Typ von Mitteilung, die man anderen schickt und einem Gruß (»Viele Grüsse an alle!«) voranstellt (und z.B. mit einer ironischen Umschreibung des Verfolgens aktueller Sportveranstaltungen im Fernsehen anreichert). Wir verstehen also eine spezifische kommunikative Text-Nützlichkeit mit.
- Lesbarkeit impliziert eine Art von Verweis auf das, was man auch schon anderswo gehört oder gelesen hat, in diesem Fall Verweise z.B. auf das, was man über den »Chiemsee« schon irgendwo gehört und woanders gelesen haben mag und über die Fernsehübertragung sportlicher Großereignisse vom Typ »Olympia« weiß. Wir verstehen also spezifische Text-Bezüge (auf andere Texte und Textwelten) mit.
- Lesbarkeit impliziert schließlich eine Art von Wiedererkennungseffekt, der mit diesem speziellen Typ von Geschriebenem zu tun hat. In diesem Fall ist es offenbar der dringende Verdacht, dass das vorliegende Fragment von einer Ansichtskarte stammt. Wir verstehen also eine spezifische Musterhaftigkeit des Textes mit.

Wir gehen davon aus, dass sich in diesen Facetten von Lesbarkeit allgemeine Probleme und Anforderungen an die Textkommunikation spiegeln und dass Texte in all ihren Formen der Ausdruck des Umgangs mit diesen Problemen und Anforderungen sind, die sich stellen, wenn man durch und mit Texte(n) kommunizieren will. Texte sind für uns deshalb Ansammlungen von Lesbarkeitshinweisen, die sich auf die jeweiligen Lesbarkeitsmerkmale beziehen lassen. In Anlehnung an die Besprechung des Beispiels lassen sich die Merkmale wie folgt darstellen (wobei wir eine bereinigte terminologische Version verwenden):

Abb. 3: Lesbarkeitsmerkmale



Es geht dabei nicht um eine Vorab-Definition von Text(ualität) oder Lesbarkeit, um aus einer Art Vogelperspektive über das Vorliegen oder Nicht-Vorliegen eines Textes zu

entscheiden. Es geht darum nachzuzeichnen, wie Textualität zustande kommt und zu-  
stande gebracht wird, d.h. wie Lesbarkeit beim und mit dem Lesen selbst durch das  
Auswerten von Lesbarkeitshinweisen entsteht (»emergiert«) und dass und wie wir solche  
Hinweise i.d.R. wie selbstverständlich auswerten und mitverstehen, indem wir »lesen«.  
Im Zentrum des analytischen Interesses stehen deshalb die Lesbarkeitshinweise, die in  
der früheren Textlinguistik z.T. als Textualitätshinweise diskutiert worden sind und die  
sich systematisch auf die Lesbarkeitsmerkmale beziehen lassen:

- Abgrenzungshinweise signalisieren die Begrenzbarkeit des Textes nach außen, Gliederungshinweise seine Gliederung nach innen, so dass beim Lesen wie selbstverständlich Lektüreganzheiten und Lektüreober- und -untereinheiten (»Lektüreportionen«) gebildet werden können.
- Verknüpfungshinweise signalisieren die Verkettung und Verbindung der Elemente des Textes, nicht nur, aber insbesondere seiner satzförmigen Aussagen, so dass beim Lesen wie selbstverständlich ein Leseprozess und eine Lesedynamik entstehen können.
- Themahinweise signalisieren die Zusammengehörigkeit der Bezugnahmen auf Welt (Referenzen) in einem Text, so dass beim Lesen wie selbstverständlich eine Themen-  
erwartung aufgebaut werden kann, die vom Text aufrechterhalten, eingelöst, aber  
auch verweigert werden kann.
- Funktionshinweise signalisieren die kommunikative Nützlichkeit eines Textes, so  
dass wir beim Lesen wie selbstverständlich die Dinge erkennen, die mit einem Text  
getan werden.
- Intertextualitätshinweise signalisieren die Beziehbarkeit des Textes auf andere Texte  
und Textwelten, so dass wir beim Lesen eines Textes wie selbstverständlich auf die  
Texte und Textwelten aufmerksam werden, die für seine Lektüre von Bedeutung sind

Textsortenhinweise signalisieren die Musterhaftigkeit eines Textes, so dass wir beim Lesen wie selbstverständlich mitverstehen, dass der vorliegende Text die Antwort auf ein bestimmtes Kommunikationsproblem, also das Exemplar einer bestimmten Gattung ist. Wir werden diesbezüglich zu zeigen versuchen, dass die Urlaubsansichtskarte eine besonders prominente Antwort auf das Problem ist, Daheimgebliebene »aus dem Urlaub« zu grüßen.<sup>6</sup> Indem wir beim Lesen solche Hinweise auswerten, erzeugen wir beim Lesen rück- und selbstbezüglich, so die Idee, den Text, den wir gerade lesen. Wenn man es so sieht, ist also auch eine Ansichtskarte nicht einfach gegeben, sondern muss und wird als lesbares Etwas beim und mit dem Lesen in ihrer Lesbarkeit in all den genannten Merkmalsausprägungen hervorgebracht. Dieser Gedanke ist nicht so abwegig, wie er scheinen mag, wenn man daran denkt, dass eine Ansichtskarte, die auf dem Tisch liegt, schon für drei Leute etwas sehr Verschiedenes sein kann und für ein Kleinkind noch nicht einmal ein *lesbares* Etwas ist. Wenn man sich fragt, wie das Lesen einer Ansichtskarte

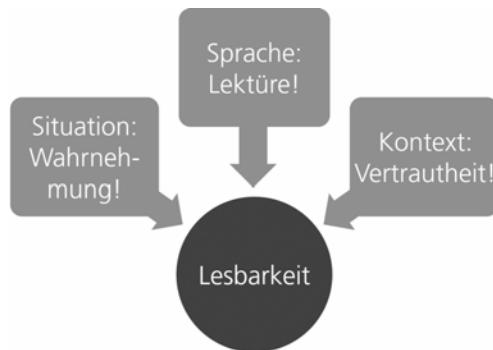
---

6 Das ist nicht so trivial, wie es klingen mag. Z.B. muss man erklären können, wieso es auf vielen Karten gleichwohl nicht bei einem »Gruß aus ...« bleibt und wie sich die Texthandlung des Feriengrußes mit anderen Sprachhandlungen verbindet, die auf Ansichtskarten vorkommen (s. dazu u. 4).

zustande kommt, wird zudem schnell klar, dass Lesbarkeit in einer konkreten Lektüresituation mehr als nur Sprache und Sprachliches impliziert, nämlich die Wahrnehmung der Karte in ihrer ganzen Materialität als Träger von Hand- und Druckschrift und eine Vertrautheit mindestens mit der Schrift, in der auf der Karte geschrieben wurde. Neben die Lektüre im engeren Sinne und sie immer schon ermöglichten treten also die sinnlichen (in vielen Fällen vor allem visuelle, im Fall der Karte auch haptische) Wahrnehmung und ein Vor- und Alltagswissen des Lesers und der Leserin. Wir verstehen das so, dass neben die Sprache zwei weitere Ressourcen für Lesbarkeit treten, die beim und mit dem Lesen systematisch ausgenutzt werden: die Lektüresituation als Kürzel für all das, was in einer konkreten Lektüre gemäß der Bandbreite menschlicher Sinneswahrnehmung zugänglich ist, und der Lektürekontext als Kürzel für all das, was aus der Lesesozialisation heraus als Vertrautheit mit Texten und Lektüren zur Verfügung steht. In den *Kontext* einer Ansichtskartenlektüre mag alles einfließen, was einem Leser und einer Leseerin aus Fleisch und Blut mit Blick zunächst allgemein auf das Schreiben und Lesen von Karten, dann schon konkreter mit Blick auf den konkreten Absender und den konkreten Urlaubsort und darüber hinaus schließlich bis in feinste Verästelungen des Geschriebenen vertraut sein mag. In die *Situation* einer Ansichtskartenlektüre mag alles einfließen, was angefasst und (mit)gesehen werden kann, sobald Lesende schon im Briefkasten oder bei anderer Gelegenheit einen ersten Blick auf die fragliche Karte werfen mögen und damit beginnen, sie anzufassen, zu drehen und zu wenden und genauer zu betrachten und schließlich auch in unterschiedlicher Tiefenschärfe zu lesen. Wenn man diesen Gedanken ernst nimmt, muss man beim Analysieren mit Lesbarkeitshinweisen rechnen, die nicht nur sprachlicher, sondern auch wahrnehmbarer und vertrautheitsabhängiger Natur sind.

Die folgende Darstellung trägt dieser Vielfalt der an der Emergenz von Lesbarkeit beteiligten Quellen Rechnung, die Lesende wie selbstverständlich ausnutzen:

Abb. 4: Lesbarkeitsquellen



Lesbarkeitshinweise lassen sich dann danach unterscheiden, aus welcher dieser Quellen sie schöpfen. Als wahrnehmungsabhängige Hinweise können z.B. die Hinweise gelten, die sich noch vor der Lektüre schon aus dem Sehen der Karte aus der Ferne

ergeben, aber generell alle Hinweise, die aus der Materialität der Substanz des Textträgers, der Skriptualität der Hervorbringung und Gestaltung der Zeichen und/oder der Lokalität des Text-Substrats (Ort, an dem der Text erscheint), also aus der konkreten Situation der Lektüre erwachsen. Als vertrautheitsabhängige Hinweise können z.B. die Hinweise gelten, für die Lesende gar nicht genau hinschauen und -lesen müssen, weil sie schon längst wiedererkannt haben, worum es geht (z.B. die Handschrift des Autors, die Ansicht einer bestimmten Sehenswürdigkeit oder den Hinweis auf das schöne Wetter). Die sprachlichen Hinweise schließlich erkennt man gut daran, dass sie zu dem gehören, was man von einer Karte mühelos für eine Illustration »abschreiben« zu können glaubt, also z.B. die Mitteilung im Mitteilungsfeld (s.o. Beispiel (1)) – schon wenn man es allerdings mit Wechseln der Schreibrichtung oder Verzierungen im Schriftfeld zu tun bekommt, gerät diese Art des Abschreibens an ihre Grenzen und gehen wir zu dem über, was nicht mehr ohne weiteres abschreibbar, aber sehr wohl wahrnehmbar ist.

Ein Text wie eine Ansichtskarte ist also nie nur ein »lesbares Etwas« (Hausendorf und Kesselheim 2008), sondern er ist genauso ein Ensemble wahrnehmbarer und vertrauter Lesbarkeitshinweise. Gerade die Ansichtskarte könnte ein Paradefall sein, um dieses Ineinander der verschiedenen Lesbarkeitsquellen anschaulich vor Augen zu führen, besteht ihre Charakteristik doch gerade im Miteinander von Les- und Betrachtbarkeit. Das wollen wir im Folgenden zunächst am Beispiel der Abgrenzbarkeits- und Gliederungshinweise der Ansichtskarte zeigen.

### 3 Lesbarkeit aus der Hand

Die Ansichtskarte verdankt ihren vielleicht stärksten (und scheinbar banalsten) Abgrenzungshinweis ihrer Materialität als »Karte«, also einem Stück Karton (das sich von Papier durch seine Stärke, Festigkeit und Steife, technisch gesagt durch seine höhere Grammatik auszeichnet) zumeist im DIN-A6-Format. Als ein Stück(chen) Kartenschriftlichkeit (Hausendorf et al. 2017: 144) partizipiert die Ansichtskarte an der diesbezüglichen Kultur der Abgrenzung. Die Karte ist deshalb ein materialer Ganzheitshinweis: Was nicht auf diesem Stück Karton draufsteht, gehört auch nicht dazu. Die Ränder der Karte sind die Ränder der Textwelt. Das wird in Fällen, in denen die Beschriftung bis an die Grenze geht, besonders augenfällig:

Die Lesbarkeit der Ansichtskarte ist insofern klar abgegrenzt, endlich und überschaubar. Dabei hat die Begrenztheit des beschriftbaren Raums offenbar auch dazu geführt, wie in Abb. 5, dass die Schreibrichtung wechselt und damit die Karte auch beim Lesen gedreht werden muss. Wir haben es insofern mit einer Lesbarkeit aus der Hand zu tun: Eine Karte muss man drehen (und wenden, s.u.), man schreibt sie nicht nur mit der Hand, man liest sie auch aus der Hand – aufschlagen wie eine Zeitung und in ihr blättern (wie in einem Buch) kann man (sie) nicht. Dieser haptisch-greifbare materiale Ganzheitshinweis der Ansichtskarte ist ein wichtiger Abgrenzungshinweis in der Welt der Texte, der sie für manches sehr geeignet macht: Die beispiellose Erfolgsgeschichte der Ansichtskarte ist auch eine Geschichte der Ausdifferenzierung einer solchen Textualität der Handlichkeit. Sie zeigt sich nicht nur im schriftrichtungswechselbedingten Drehen der Karte, sondern auch im *Wenden* der Karte, das dadurch bedingt

ist, dass die Ansichtskarte zwei Seiten hat, die beide Aufmerksamkeit beanspruchen: eine Seite (vorrangig) zum Betrachten (Ansichtsseite) und eine (vorrangig) zum Lesen (Schriftseite).

Abb. 5: Bis an die Grenze



Quelle: [anko] 80199

Abb. 6: Ansichtsseite zur Schriftseite der Karte von Abb. 5



Quelle: [anko] 80200

Transkript mit Übersetzung: Hey [Stephanie]! Da bin ich jetzt also – in London. S'isch bis jetzt mega cool. Geschter hätt d Sunne gschunne und es isch ziemlich warm gsi. Hüt häts leider sehr fescht gwindet und dur das isch es denn sehr chalt gsi... Aber mir händs überlebt....:-) Hüt han ich mir übrigens P&P (w/Colin!) kauft! Jupiduh! Und morn gönd mir is Madame Tussauds! Wird sicher mega cool. Und jetzt sött ich den langsam uuf-/höre, weil de Platz knapp wird... Han übrigens mim Fründ (wie komisch isch das?) 2 charte gschickt... \*kiss\* ← viel Spass bim Läse!

Hey [Stefanie]! Da bin ich jetzt also in London. Es ist bis jetzt mega cool. Gestern hat die Sonne geschienen und es war ziemlich warm. Heute hat es leider fest gewindet und dadurch war es dann sehr kalt. Aber wir haben es überlebt... :-) Heute habe ich mir übrigens P&P (w/Colin!) gekauft. Jupiduh! Und morgen gehen wir in's Madame Tussauds! Wird sicher mega cool. Und jetzt sollte ich denn langsam auf-/hören, weil der Platz knapp wird... Habe übrigens meinem Freund (wie komisch ist das?) 2 Karten geschickt... \*kiss\* ← viel Spass beim Lesen!

Wir folgen also einem materialen Gliederungshinweis, wenn wir die Ansichtskarte in die Hand nehmen und wie selbstverständlich umdrehen und wenden und damit die zwei Seiten der Karte als die gleichermaßen relevanten Lektüreportionen bestätigen. Eine Reihe von Verknüpfungshinweisen zwischen dem Betracht- und dem Lesbaren unterstützen diesen Verdacht. Im vorliegenden Fall sei nur auf die Rekurrenz des Toponyms »London« hingewiesen, das sich nicht nur auf der Ansichtsseite (unten rechts) findet, sondern auch zweimal auf der Schriftseite: einmal gedruckt (unten links), einmal handgeschrieben (« – in London», Schriftrichtung quer zum Adressfeld nach unten, äuße-

re Zeile auf der rechten Seite in Höhe etwa der Ortsangabe auf dem Adressfeld). Die Welt der Ansichtskarten ist voll von Verknüpfungshinweisen dieser Art, die keinen Zweifel daran aufkommen lassen, dass die Ansichts- und die Schriftseite aufeinander bezogen werden sollen. Dazu zählen anaphorische, deiktische und metakommunikative Verknüpfungshinweise aller Art, die eine eigenständige Analyse lohnen würden:

- (1) genau so wie *uf de Charte usgseht*, isches hüt da obe [genau so wie es auf der Karte aussieht, ist es heute hier oben] ([anko] 100831) (die Wendung »*uf de Charte*« bzw. »*auf der Karte*«, mit der auf die Ansichtsseite verwiesen wird, findet sich etwas mehr als 60x im Korpus)
- (2) Ueber Pleyben m. Kalvarienberg (*siehe Foto*) nach Locronan einem d. ältesten gut erhaltenen Städtchen ([anko] 210097)
- (3) heute sind wir bei 37° durch die Gegend gegondelt um *dieses Kloster* zu besuchen ([anko] 101333)
- (4) Was man *auf dem Bild vorne* nicht sieht, sind die Stechmücken ([anko] 61197)
- (5) *Rechts auf der Karte* ist der Skilift *abgebildet*, auf dem wir heute gefahren sind ([anko] 300503)

Verknüpfungshinweise dieser Art lassen keinen Zweifel daran, dass wir es mit einer Lesbarkeit der Beidseitigkeit zu tun haben (Diekmannshenke 2002, vgl. auch die Beiträge von Wolff, Diekmannshenke und Kellenberger in diesem Band), die in diesen Fällen auch sprachlich an die Oberfläche kommt. Die Ansichtskarte hat so gesehen kein recto und kein verso, keine Vorder- und Rückseite. Auch deshalb muss sie zwingend aus der Hand gelesen werden. Die Beidseitigkeit von Betrachten und Lesen und von Photographie und Schrift ist ein wesentliches Erfolgsrezept, das die Textualität der Ansichtskarte von der Textualität der Postkarte markant unterscheidet und sie für manches sehr geeignet (ge)macht (hat), über das noch zu sprechen sein wird (s.u. 5). Zuvor wollen wir aber noch einen genaueren Blick auf die Schriftseite werfen.

## 4 Lesbarkeit des Feriengrußes

Auf der Schriftseite sorgen eine Reihe typographischer Gliederungshinweise dafür, dass wir auf den ersten Blick eine uns geläufige Zweiteilung wahrnehmen:

Abb. 7: Zweiteilung auf der Schriftseite (1905)



Quelle: [anko] 30031

Abb. 8: Zweiteilung auf der Schriftseite (2016)



Quelle: [anko] 0051

Mehr als 110 Jahre liegen zwischen dem Versand dieser beiden Karten. An der charakteristischen Zweiteilung hat sich bis heute nichts geändert. Sie wird u.a. durch einen Trennstrich druckgraphisch signalisiert, der auch beim Beschriften der Karte mehr oder weniger respektiert wird. Häufig wird die Zweiteilung darüber hinaus auch noch durch Schreibrichtungswechsel auf den ersten Blick angezeigt. 1905 ist der Trennstrich gerade ganz neu als Doppel-T-Strich auf die Schriftseite der Karte gekommen. 2016 wird er noch durch einen am Trennstrich quer zur sonstigen Druckschrift entlanglaufenden Aufdruck verstärkt (der die Nummer der Karte und den Kartenverlag angibt). Außerdem wird das Mitteilungsfeld durch einen vorgedruckten Text weiter eingeschränkt. Einmal freigegeben, ist der nicht (mehr) durch die Adresse benötigte Platz offenbar zu einem beliebten Ort auch für aufgedruckte Informationen aller Art geworden. Auf der Karte von 1905 findet sich an dieser Stelle neben der Selbstbezeichnung »Postkarte« noch jeweils ein Titel für die neu definierten Felder (»Correspondance – Mitteilungen« und »Adresse Indirizzo«), der ihre Funktionen benennt – ein Mehraufwand an selbst- und rückbezüglicher Erläuterung angesichts der Neuheit der Aufteilung auf der Karte auf der Schriftseite.

Mit dieser Zwei-Felder-Aufteilung gehen Funktionshinweise auf zwei unterschiedliche Typen kommunikativer Nützlichkeit einher: Die »Adresse« verweist mit ihrem System aus Namen und Zahlen (»Postleitzahl«) auf Zustellbarkeit; für den, der damit vertraut ist, ist sie ein Funktionshinweis auf so etwas wie *postalische* Nützlichkeit. Auf eine andere Art von Nützlichkeit verweisen die Begrüßungs- und Abschiedsformeln, die sich auf dem anderen Feld finden (s.o. Abb. 8: »Liebe [Emma], ... Liebe Grüsse ...«): Hier, so das Signal dieser Eröffnungs- und Beendigungshinweise, beginnt (und endet) die eigentliche Lektüre, hier, so die Suggestion, findet die Kommunikation im Sinne der Mitteilung statt. Anrede- und Begrüßungsformen sind deshalb Hinweise auf so etwas wie *emphatische* Nützlichkeit (im Sinne von Hausendorf 2000), die sich auf der Ansichtskarte (anders als im Briefumschlag) unverdeckt und ungeschützt abspielt.

Die auf jeder Ansichtskarte festzustellende Segregation von postalischer und emphatischer Nützlichkeit in Form einer Zweifelderwirtschaftbettet die Lesbarkeit der Ansichtskarte in die moderne Fernkommunikation ein. Neben die emphatische Adressierung des »Du« bzw. »Ihr« tritt eine postalische Adressierung, die sich an ein Medium wendet, in diesem Fall an so etwas wie eine ganz auf die Beförderung einer Sendung ausgerichtete Zustellinstitution (»Post«), zu der auch Abholer und Überbringer gehören. Als Medium hat die Post selbst keine Adresse und kann nicht adressiert werden (s.u. Anm. 7), obwohl sie auf der Karte unübersehbar präsent ist: Nicht nur in der »Adresse«, sondern auch im Geklebten und Gestempelten hat das Medium seine Spuren postalischer Nützlichkeit immer schon auf der Karte hinterlassen, wenn (und damit) wir (überhaupt) zu lesen beginnen (können).<sup>7</sup>

Die postalische Nützlichkeit trägt dafür Sorge, dass die Mitteilung ihren Adressaten erreicht. Aber was genau wird hier mitgeteilt, worin besteht die pragmatische Nützlich-

7 »Es mag spezifische Postämter geben, aber das Medium, das als Post bekannt ist, hat keine Adresse. Es enthält alle Adressen in sich selbst; es ist das, was Adressen möglich macht.« (Mitchell 2001: 160) Eine Übertretung der Grenze zwischen postalischer und emphatischer Nützlichkeit (in Form z.B. der expliziten Anrede »Lieber Pöstler«) kann deshalb schnell zu einer paradoxen Situation führen.

keit, die emphatisch mit Anrede und Verabschiedung auf der Karte markiert wird? Werfen wir einen neuerlichen Blick auf eine der zahllosen Mitteilungen aus unserem Korpus:

Abb. 9: »Liebe Frau [Müller]«



Quelle: [anko] 50085

Transkript: Liebe Frau [Müller]! Sie sehen, in den österreichischen Bergen ist es fast so schön wie in der Schweiz! Ich hatte hier unbeschreiblich schöne, nur sonnige Tage in einem abgelegenen Winkel grandioser Hochgebirgswelt und konnte täglich – auf vorwiegend ebenen – Wegen meine Spaziergänge machen. Eine Pensionsmitbewohnerin hat mich mit Auto auch in ferne re Gegend entführt zu bekannten Klöstern, Kirchen, Bibliotheken. Ihnen nun viele herzliche Grüsse von Ihrer [Hannah Mühlebach].

Zunächst fällt auf, dass schon die Beidseitigkeit der Karte mit Ansichts- und Schriftseite und dann noch einmal die Zweifelderaufteilung den Platz erheblich einschränken, der auf der Ansichtskarte für die emphatische Nützlichkeit bereitsteht. Was immer auch je nach Handschrift und Kunstschriftlichkeit der Schreiber\*in an dieser Stelle Platz hat, steht unter dem Vorzeichen eines begrenzten Schreibraumes: Im [anko]-Korpus werden in dieses Feld durchschnittlich 50 Wörter und 6.7 Sätze untergebracht.<sup>8</sup> Das vorliegende Beispiel fällt mit 67 Wörtern etwas länger und mit fünf satzförmigen Einheiten zwischen Anrede und Gruß etwas kürzer aus. Man sieht aber schon dem Schriftbild den Versuch an, möglichst viel auf die Karte zu bekommen, so dass etwa die Grußformel scharf

8 Dabei ist zu beachten, dass schon bei neun Wörtern (Wörter pro Karte) fast die gleiche Anzahl Karten (148) erreicht wird wie bei 50 Wörtern (168) und dass schon bei zwei Sätzen (Sätze pro Karte) eine Anzahl von 854 Karten erreicht wird (Maximum: 6 Sätze mit 1748 Karten). Ich danke Kyoko Sugisaki für die Berechnungen.

an den unteren Rand der Karte platziert (»gequetscht«) werden muss. Mit zunehmendem Text (und abnehmendem Platz) wirken die Informationen syntaktisch gedrängter und verkürzter (durch Reihungen, ausgebauter Nachfeldbesetzungen mit Präpositional-Adjunkten, Einschübe, Nebenbei-Prädikationen und Aufzählungen). Nachdem der Einstieg noch eine einleitende Perspektivierung enthält, die auf die Bildseite referiert (»Sie sehen, ...«), bricht die Folge der Mitteilungen vor dem Gruß nach einer weiteren Aufzählung recht abrupt ab (»... Klöstern, Kirchen, Bibliotheken./Ihnen nun viele herzliche Grüsse ...«). Wofür also noch und unbedingt Platz bleiben muss, ist das Grüßen. Die Leser\*in ahnt, dass es noch viel zu berichten geben würde: von den »ferneren Gegenden«, von den »unbeschreiblich schönen, nur sonnigen Tagen« und von den »täglichen Spaziergängen«. Aber sie ahnt auch, dass all diese Mitteilungen ihren Fluchtpunkt darin haben, den Gruß gewissermaßen auszustalten: Indem mitgeteilt wird, wie es am Urlaubsort ist und was dort passiert, wird vor allem der durch die Karte materialisierte *Kontakt* zwischen Absenderin und Adressatin hergestellt. In Anrede und Gruß kommt diese Art von Kontaktpflege an die Oberfläche, sie lösen die postalische Adressierung kommunikations(em)phatisch ein. Der Hinweis auf den Urlaubsort verleiht dieser vorrangig phatischen Fernkommunikation einen spezifisch raumreferentiell-lokalen Akzent: Der gesandte Gruß hat eine relevante Herkunft als Ferien- und Urlaubsort. Die Ansichtskarte manifestiert insofern eine Lesbarkeit der phatischen Fernkommunikation unter den Bedingungen des Urlaubs. Der musterhafte Ausdruck dieser pragmatischen Nützlichkeit ist die Referenz auf Welt als Urlaubsort: Sie findet sich schon in der ›Ansicht‹ auf der Ansichtsseite und dann in den sprachlichen Formen der Ortsreferenz: »4573 Hinterstoder OÖ« heißt es im Vorgedruckten oben links (s.o. Abb. 9), bevor dann die Bergwelt (das »Tote Gebirge«) im Einzelnen identifiziert wird. Die Schreiberin kann darauf dann koreferentiell Bezug nehmen: »in den oberösterreichischen Bergen«, »hier«. Formelhaft kommt dieser »auratische Ortsbezug« (Tropper 2006) in der Wendung »Grüsse aus ...« zum Ausdruck, die – wenn auch nicht auf dieser Karte – im Korpus mit verschiedenen Varianten allgegenwärtig ist (vgl. dazu Hausendorf 2019: 300–302). Eine simple Abfrage allein von »Grüsse aus« erzielt in [anko] einen Frequenzwert von 1.631,73 (pro Million Wörter). Eine Abfrage der häufigsten n-Gramme mit n=3 ergibt an erster Stelle »viele liebe Grüsse« (499 Vorkommen),<sup>9</sup> schon an vierter Stelle »herzliche Grüsse aus« (354), an fünfter Stelle »Grüsse aus dem« (350), an neunter Stelle »viele Grüsse aus« (300), an 13. Stelle »liebe Grüsse aus« (209) und noch an 21. und 22. Stelle »aus dem schönen« (129) und »aus dem sonnigen« (126). Noch klarer ist der Befund bei n=4: Unter den ersten 10 n-Grammen finden sich fünf Variationen des Musters »Grüsse aus dem« (an zweiter Stelle nach »unclear unclear unclear unclear«: »Viele Grüsse aus dem« (110) bis »Grüsse aus dem sonnigen« an zehnter Stelle (65)). Die Konstruktion »Grüsse aus [Art] [Adj] [Toponym]« ergibt 146 Vorkommen (mit »Grüsse aus dem schönen Engadin« an erster Stelle (6 Vorkommen)).

Schließlich überrascht nicht, dass ›Gruß‹ (als Lemma) das häufigste Substantiv (9.096) ist und ›herzlich‹ (als Lemma) das häufigste Adjektiv (5.942). Auch ist bekannt, dass die Wendung »Grüsse aus ...« alleine den Text der Mitteilung ausmachen kann

<sup>9</sup> An zweiter Stelle folgt »Das Wetter ist« (425), was eindrucksvoll die Prominenz des Ferienwetters auf der Ansichtskarte belegt (s. noch u. 5).

(was in [anko] auf fast 1.400 von 12.000 Karten der Fall ist). Wir finden also eine sehr starke empirische Evidenz, dass sich die pragmatische Nützlichkeit des Feriengrußes auf der Ansichtskarte musterhaft ausgeprägt hat. In dieser Nützlichkeit haften dem Schreiben und Lesen von Ansichtskarten Momente eines Rituals an, bei dem es auf die Performativität des Aktes mehr ankommt als auf den Inhalt der Mitteilungen (so auch Alber 1985). »Kein Text« oder auch »bla bla bla« heißt es gelegentlich im Mitteilungsfeld, womit Absender dieses Ritual rück- und selbstbezüglich mit einem Text kommentieren, der vorgibt, keiner zu sein. Die Ritualisierung des Feriengrußes hat sich aber über die Prominenz des Grüßens hinaus auch und gerade in der Musterhaftigkeit der Bezugnahmen auf Welt als Urlaubsort ausgeprägt, wie im Folgenden gezeigt werden soll. Wir sind damit bei den Themahinweisen auf der Ansichtskarte.

## 5 Lesbarkeit der Welt als Sehenswürdigkeit

Die Ritualisierung des Feriengrußes beginnt nicht erst mit der Beschriftung des Mitteilungsfeldes. Als rituelles Objekt eignet sich die Ansichtskarte insbesondere auch durch die Gestaltung der Ansicht als *›sight‹*: Die Ansicht zeigt nicht nur einen bestimmten Ort, sondern sie präsentiert ihn als *Sehenswürdigkeit*, sie thematisiert Welt (Orte, Regionen, Landschaften, ...) unter dem Aspekt ihres touristischen Markt- und Mehrwertes. Die Ansicht ist so gesehen ein starker Hinweis auf eine Welt als Sehenswürdigkeit. »Sichtbare Welt« haben die Schweizer Künstler Peter Fischli und David Weiss eine Arbeit genannt, in der sie Tausende solcher Ansichten als Dias auf Leuchttischen sichtbar gemacht haben, um ein nicht enden wollendes *›sight seeing‹* zu ermöglichen (Fischli und Weiss 2001). Nicht um das Sehen von Welt geht es hier, sondern um das Sehen von Ansichten, also um eine eigene Ansichts-Welt. Diese auf der Ansicht betrachtbar gemachte Welt als Sehenswürdigkeit wird im Mitteilungsfeld gewissermaßen *lesbar* (gemacht). Das jedenfalls ist gemeint, wenn hier von einer Lesbarkeit der Welt als Sehenswürdigkeit die Rede ist. Hierhin gehört der auf den Ansichtskarten allgegenwärtige »Urlaubsframe« (Diekmannshenke 2008: 90), der als thematischer Rahmen die Thematisierung von so etwas wie Ferienort, -wetter und -verpflegung, Ferienunterkunft, -aktivitäten und -bekanntschaften, Ferienstimmung und -befinden motiviert und sinnvoll macht. Die Musterhaftigkeit dieses semantischen Themaentwicklungshinweises (im Sinne von Hausendorf und Kesselheim 2008: 130–134) ist im [anko]-Korpus sehr gut belegt (vgl. dazu Hausendorf 2019: 303–306; Sugisaki et al. 2019), sie ist oftmals in einer additiv-listenförmigen Abarbeitung anzutreffen und wird gelegentlich sogar als Formular mit vorgegebenen *slots* selbst- und rückbezüglich im Mitteilungsfeld zum Thema gemacht. Es ist vielleicht die Abarbeitung dieser thematischen Aufzählungserwartung, auf die das in seiner Bedeutung schillernde Nexus-Adverb *›ansonsten‹* in der titelgebenden Formulierung dieses Beitrags sowohl zurück- als auch vorverweist. Die argumentative Aufladung des mit *›ansonsten‹* markierten Verweises ist in den 29 Vorkommen im [anko]-Korpus insgesamt nur schwach ausgeprägt. Sie kann konzessiv (und zudem adversativ) sein wie in folgenden Belegen (*›ansonsten‹* im Sinne von *›davon abgesehen‹*, das selbst im Korpus kein einziges Mal vorkommt; Hervorhebungen durch Kursivdruck von mir):

- (1) Hallo Ihr Lieben! Viele liebe Grüße aus Italien sendet Euch Mirja Hier ist es so lala. Wetter besch ....! Aber *ansonsten* ist es witzig! ([anko] 80057)
- (2) Ihr Lieben, die Zeit ist fast um hier. Es war sehr angenehm. 2 Tage voller Regen, *ansonsten* sonnig und frisch. Tyyan steht auch noch. Viele Grüße Eure Fritz u. Hildegard ([anko] 300841)

Häufiger finden sich aber weniger stark konzessive und vielmehr unspezifisch additive Verknüpfungen im Sinne von >im Übrigen< (das auch selbst im Korpus 11 mal vorkommt):

- (3) Viele liebe Grüße von einem Ausflug von Bärenstein nach Karlovy – Vary senden Dir Thomas und Sunhild! Die Stadt ist sehr hübsch und gepflegt. Es gibt och sehr viele alte Häuser. Wie sie hier auf der Karte zu sehen sind. *Ansonsten* geht es uns sehr gut, wie es im Urlaub ist. Tschüß Sunhild! ([anko] 40659)
- (4) Diese Karte hat einen kleinen Schönheitsfehler: tausche weiss gegen grün und lasse Kühe darauf weiden! *Ansonsten* haben wir viel Sonne, oberhalb 1600 m genügend Schnee zum Skifahren und Zeit und Musse genug, uns zu erholen! Herzliche Grüsse Ursula Sarah Bruno ([anko] 81575)
- (5) Meine Lieben! Bei eisiger Kälte haben wir den Magdeburger Dom und die Ausstellung für Otto dem Grossen und seine Zeit ausführlich! (3 und 4! Std) angesehen, immerhin bei sehr kompetenten Führungen. Unsere Gruppe ist wie immer sehr frauennastig und auch dieses Geschnatter und Ellenboglen |?|, *Ansonsten* ist alles in Butter, Hotel und Essen gut. Herzl. Grüsse von Eurem Lutz ([anko] 250607)
- (6) Hallo Ihr Lieben, dass weniger Russen hier Urlaub machen, hatten wir erwartet. Aber es gibt auch kaum Schweizer. *Ansonsten* ist alles wie immer. Halt: Es gibt viel mehr Schnee als in den Vorjahren. Liebe Grüße Ines + Gerhard ([anko] 160457)
- (7) Meine Lieben, bin gut angekommen und soweit wohllauf. Essen wie immer ausgezeichnet. Das Hotel im Vergleich zum letzten eher mittel! Netttere Leute. *Ansonsten* geniesse ich die Sonne und vor allem das Schwimmen im Meer. Herzliche Grüsse Richard ([anko] 10503)
- (8) Liebe Doris, wir grüßen Dich sehr herzlich von unserer Rom-Reise. Wir haben schon sehr viel gesehen bei traumhaftem Wetter. Einen ganzen Tag gönnten wir uns in den Vatikanischen Museen. *Ansonsten* ist der Touristenalltag auch recht abenteuerlich – das beginnt beim Überqueren der Fahrbahn u. endet bei kleinen Betrügereien an touristischen Plätzen. Deine Roswitha u. Dein Hilmar ([anko] 60461)

Die letzten Belege zeigen anschaulich, wie >ansonsten< eine typische Themaentwicklung im Sinne des Urlaubsframes einleiten ((4)-(6)), aber auch abschließen kann ((7)-(8)). Insofern verweist es auf die Erwartbarkeit der immer ähnlichen touristischen Erfahrungen, in und mit denen die Sehens- und Erlebenswürdigkeit des gewählten Ortes unter verschiedenen Aspekten aufgegriffen, zur Schau gestellt, bewertet, abgewogen, verhandelt, bestätigt, in Frage gestellt, relativiert, kurz: *lesbar* gemacht wird.

In Thema(entwicklungs)hinweise dieser Art nisten sich dabei immer auch Intertextualitätshinweise ein, insbesondere Hinweise auf Texte und Textwelten des Fremdenverkehrs und Tourismus, in denen die Welt als Sehenswürdigkeit schon (längst), also vor der Lektüre der konkreten Karte, *lesbar* geworden ist. So ist die Ansicht auf der Ansichtsseite i.d.R. die bereits zigfach fotografierte und bekannte Ansicht, und die Sehenswür-

digkeit ist eben das, was ›berühmt‹, d.h. längst fotografiert, beschrieben und besprochen ist (wie die »Vatikanischen Museen« im letzten Beispiel (8)). »Sehenswürdig ist, was man gesehen haben muss«, notiert H. M. Enzensberger in seiner Analyse des Begriffs der »Sehenswürdigkeit« (1968 [1958]: 161). R. Barthes hat das am Beispiel des Eiffelturms gezeigt, der, wie er sagt, zu »einer universellen Sprache des Reisens« gehört (2017 [1964]: 18). Das ist die Art von Intertextualität, die unweigerlich ins Spiel kommt, wenn es um Welt als Sehenswürdigkeit geht. Sie macht die Tourist\*in zur Autor\*in und die Autor\*in zur Tourist\*in. Wer von der Ansichtskarte spricht, darf deshalb vom Tourismus nicht schweigen.

Es ist vielleicht kein Zufall, dass dieser Zusammenhang zu einer Zeit besonders auffällig geworden ist, in der das Verbringen einer Urlaubsreise für immer mehr Menschen zu einem immer stärker werdenden Zugzwang geworden sein muss. Jedenfalls wird in älteren tourismussoziologischen Arbeiten (wie Knebel 1960), aber auch in Enzensbergers Essay zu einer Theorie des Tourismus (von 1958, s.o.) die Ansichtskarte zu einem der Kennzeichen von Urlaub im Zeitalter des Massentourismus und, mit unüberhörbar kritischem Ton, zum *Fetisch*, in dem sich der »Fetischcharakter der Tour« offenbart (Enzensberger 1968: 166). Wir wollen das hier nicht weiter kommentieren, aber wenn es eines aktuellen, ganz unspektakulären Beleges für den Zusammenhang zwischen Ansichtskarte und Tourismus bedürfte, wäre die folgende Abbildung ein anschaulich-schlagender Beleg:

Abb. 10: *Tourist als Autor – Autor als Tourist*



Quelle: Peter Guggerell, CC BY-SA 3.0, via Wikimedia Commons.

Die Abb. stammt aus dem Wikipedia-Artikel »Tourismus« (aus dem Jahre 2007, inzwischen ersetzt), und sie erläutert den Ausdruck ›Tourist‹ auf eine höchst passende Weise: Tourist, das ist der, so dürfen wir diesem Bild wie selbstverständlich entnehmen, der da ist, wo es Ansichtskarten gibt.

Mit der auf der Ansichtskarte kaum zu vermeidenden Selbstdarstellung als Tourist\*in tritt zum Grüßen vor allem das *Bewerten* hinzu. Auch hier geht die Ansicht als ›sicht‹ paradigmatisch voran, insofern sie mit dem wirbt, was sehenswert und -würdig ist. Als Lesbar-Machen dieses Wertes ist das Mitteilungsfeld voll von Bewertungen aller

Art. Es darf mit Fug und Recht als ein Zugzwang gelten, über Urlaubserfahrungen im Gestus des Bewertens zu reden (»Ansonsten ist alles in Butter, Hotel und Essen gut«, Beispiel (5) o.). »Hier ist es schön« hat Robert Musil passenderweise einen kleinen Text genannt, der der Ansichtskarte gewidmet ist und dabei diesem eigentümlichen Zugzwang des Bewertens nachspürt (Musil 1936), mit dem man sich gewissermaßen zum Versprechen des touristischen (Mehr-)Wertes des Urlaubsortes verhält. »Hier ist es schön« kommt im [anko]-Korpus ganze sechs Mal vor, aber »schön« ist (in unflektierter Form) – nach ›herzliche‹ – das häufigste Adjektiv. Der Text »Zweihundertdreivierzig Postkarten in Echtfarbendruck« von Georges Perec (1991) besteht u.a. aus einer Variation bewertender Adjektive, von denen eine Auswahl hier in ihrem jeweiligen satzförmigen Zusammenhang wiedergegeben ist (die Zahlen in Klammern belegen die Vorkommen im [anko]-Korpus, wobei es nur grobe Angaben sind, weil z.B. nicht nach der syntaktischen Funktion differenziert wurde):

Das Essen ist *ausgezeichnet* (122x)/*prima* (122x)/*gut* (2533x, Frequenz 4120,81)/*korrekt* (keine Vorkommen)/*einwandfrei* (keine Vorkommen)  
*Herrliche* (268x)/*Gepflegte* (23x)/Allzu *reichliche* (18x)/*Fürstliche* Mahlzeiten (2x, s. noch u.)  
*Tadellose* Bedienung. (3x)  
*Erholsame* Ruhe. (92x)  
*Sehr schöne* Strände. (972x, Frequenz 1581,30)  
 Wir werden hier *wie Könige* behandelt (keine Vorkommen, aber 4x »wie Gott in Frankreich«)  
*Piekfeiner* Strand. (keine Vorkommen)  
*Unvergessliche* Landschaften. (28x)  
*Super-Komfort.* (33x)  
*Einfach klasse.* (5x)  
*Ein richtiges* Schlossleben. (58x)  
 Alles ist *bestens* (110x)/*vollkommen* (keine Vorkommen)/*grossartig* (43x)/*ideal* (26x)/*toll* (325x)/*perfekt* (25x)  
 Das Schweizer Hotelwesen bleibt das beste der Welt [sic!].

Perecs 243 Grußbotschaften machen aus der Muster- und Formelhaftigkeit der Abarbeitung des Urlaubsframes ein furioses Sprachspiel aus Permutationen und Kommutationen, die das Lesen zu einem Vergnügen an der Strenge von Wiederholung und Variation machen (»Essen grossartig«, »Essen hervorragend«, »Essen prima«, »Das Essen ist landestypisch«, »Wir essen grossartig«; vgl. dazu auch Magné 1993; Hausendorf 2008: 333–335). Zugleich zeigt sich in der hier wiedergegebenen Auswahl der Formulierungen sehr anschaulich, wie der (Mehr-)Wert des Urlaubsortes unter den verschiedenen Aspekten der Urlaubserfahrung adjektivisch ausgedrückt wird. Die Belegzahlen aus dem authentischen Korpus deuten schon an, dass dabei vor allem die Adjektive ›gut‹, ›schön‹ und ›herrlich‹ in ihrer Verbreitung hervorstechen (was sich in einer lemmabasierten Abfrage bestätigt, wobei ›gut‹ und ›schön‹ allerdings auch in Referenzkorpora zu den häufigsten Adjektiven zählen). Wenn es eine Sprache des Tourismus, eine *lingua turistica*, gibt (vgl. dazu z.B. die Beiträge in Höhmann 2014), gehört das Bewerten jedenfalls auch mit seinen Adjektiven und der Demonstration von Schwärmerei dazu (»Fürstliche Mahlzei-

ten« (s.o.), »wurde fürstlich bewirkt« ([anko] 220119), »Wir sind fürstlich untergebracht« ([anko] 110421).

Wie die letzten Beispiele zeigen, hat das Bewerten schließlich auch damit zu tun, dass die Autor\*en zeigen, was sie sich *leisten* können. In der Tourismussoziologie spricht man in diesem Zusammenhang von ›conspicuous experience‹ (in Anlehnung an ›conspicuous consumption‹: vgl. Knebel 1960: 114; 146). Fast hat man das Gefühl, dass die Ansichtskarte mit ihrer Lesbarkeit der Sehenswürdigkeit nicht nur eine Urlaubserfahrung thematisiert und wiedergibt, sondern vielleicht auch maßgeblich daran beteiligt ist, sie überhaupt erst hervorzubringen. Lesbar würde sie dann nicht nur für die Leser\*in, sondern auch für die Autor\*in selbst.

## 6 Fazit: Die Musterhaftigkeit der Ansichtskarte

Wer nach der Musterhaftigkeit der Ansichtskarte fragt, muss über das Mitteilungsfeld hinausgehen, weil sonst nicht erfasst werden kann, dass wir es auf der Ansichtskarte mit einer Charakteristik des Miteinanders von Lektüre und Betrachtung zu tun haben. Wir haben das in diesem Beitrag als Lesbarkeit aus der Hand eingeführt, weil es darum geht, dass Ansichtskarten so geschrieben und gestaltet sind, dass sie bei der Rezeption gewendet und hin- und hergedreht werden müssen. Explizite Hinweise auf das, was ›auf der Karte zu sehen‹ ist, sind für dieses Phänomen sozusagen die Spitze des Eisbergs. Über das Mitteilungsfeld hinausgehen muss auch, wer nach der Texthandlung und der Textfunktion der Ansichtskarte fragt, um nicht die allgegenwärtige Trennung zwischen positiver und emphatischer Textnutzlichkeit zu übersehen. Die Mitteilung ist, so die These, von der Texthandlung des fernkommunikativen Grüßens zu verstehen, wobei es sich um einen spezifischen Gruß handelt: den *Feriengruß*. Es ist im Kern diese Texthandlung, die sich im Medium der Ansichtskarte sowohl im Bild als auch im Text musterhaft ausgeprägt hat – obwohl das Medium selbst älter ist als der moderne Massentourismus, für den und mit dem die Ansichtskarte ihre populärste und medial erfolgreichste Ausprägung als Beidseitigkeit von Text und Bild (erst noch) finden sollte. Zu dieser Ausprägung gehört all das, was über das Grüßen (›Grüße aus ...‹) hinausgeht und in diesem Beitrag als Lesbarkeit der Welt als Sehenswürdigkeit beschrieben worden ist: In der Mitteilung wird gewissermaßen der auf der Ansichtsseite versprochene touristische (Mehr-)Wert des Urlaubsortes lesbar gemacht. Und konnotiert nicht das unscheinbare Wörtchen ›ansonsten‹ in einem Satz wie »Ansonsten radeln wir viel« diesen für die Textsorte der Ansichtskarte in der Hochzeit des Massentourismus so typischen Zugzwang der fast listenartigen Bewertung der immer gleichen Urlaubserfahrungen? Darin liegt für mich die Textsortenessenz dieser Formulierung.

Ihre Evidenz als Indikator für Musterhaftigkeit gewinnt sie dabei nicht aus der Frequenz. Im [anko]-Korpus müsste man nach dem Adverb ›ansonsten‹ tatsächlich länger suchen (wenn die Mitteilungen nicht digitalisiert wären). Auch hier haben wir es, wenn unsere Analyse stimmt, mit einem Spitzedes-Eisberg-Phänomen zu tun: Was ein Wörtchen wie ›ansonsten‹ textlinguistisch sicht- und greifbar macht, ist nur ein sehr kleiner Teil des Ganzen an Musterhaftigkeit, das über Frequenzabfragen korpuslinguistisch tatsächlich zugänglich und belegbar ist. Dazu gehört die aufgrund der starken Variation

nicht auf den ersten Blick ersichtliche Ausprägung von Standardisierung und Musterhaftigkeit bei der Darstellung der Welt unter ihrem touristischen Mehrwert – wie es einem z.B. bei der Untersuchung des (Ferien-)Wetters auf der Ansichtskarte und sehr eindrucksvoll bei der Lektüre der korpuslinguistisch ausgerichteten Beiträge dieses Sammelbandes bewusst werden kann.

## Literatur

- Alber, Jean-Luc (1985) : Bonjour de Neuchâtel où il fait beau et chaud. Essai d'interprétation d'un corpus de cartes postales de vacances. In : *Travaux Neuchâtelois de Linguistique* (8), 69–94.
- Axster, Felix (2014): Koloniales Spektakel in 9x14. Bildpostkarten im Deutschen Kaiserreich. Bielefeld: transcript.
- Barthes, Roland (2017): Der Eiffelturm. In: Olga Mannheimer (Hg.): Blau, weiss, rot. Frankreich erzählt. München: DTV, 15–19.
- Bubenhofer, Noah (2015): Muster aus korpuslinguistischer Sicht. In: Chris-ta Dürscheid/Jan Georg Schneider (Hg.): Handbuch Satz, Äußerung, Schema. Berlin, Boston: de Gruyter, 143–204.
- Bücker, Jörg/Günthner, Susanne/Imo, Wolfgang (Hg.) (2015): Konstruktionsgrammatik V. Konstruktionen im Spannungsfeld von sequenziellen Mustern, kommunikativen Gattungen und Textsorten. Tübingen: Stauffenburg.
- Carline, Richard (1959/1971): Pictures in the Post. The Story of the Picture Postcard and its Place in the History of Popular Art. New and revised. London: Gordon Fraser.
- Diekmannshenke, Hajo (2002): »und meld' dich mal wieder!« Kommunizieren mittels Postkarte. In: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie* (64), 93–124.
- Diekmannshenke, Hajo (2008): Text-Bild-Kommunikation am Beispiel der Postkarte. In: Inge Pohl (Hg.): Semantik und Pragmatik – Schnittstellen. Frankfurt a.M.: Lang, 85–107.
- Diekmannshenke, Hajo (2009): From Postcard to E-Card. Tradition and Change in the Smallest Spaces. In: Charley Rowe/Eva Lia Wyss (Hg.): Language and new media. Linguistic, cultural, and technological evolutions, Cresskill, NJ: Hampton Press, 129–163.
- Diekmannshenke, Hajo (2011): Zwischen Ansicht und Adresse. Tradition und Variation in der Postkartenkommunikation. In: Martin Lugin-bühl/Daniel Perrin (Hg.): Muster und Variation. Medienlinguistische Perspektiven auf Textproduktion und Text. Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt a.M., New York, Oxford, Wien: Lang, 19–50.
- Drescher, Martina (1994): Für zukünftige Bewerbungen wünschen wir Ihnen mehr Erfolg – Zur Formelhaftigkeit von Absagebriefen. In: *Deutsch-sche Sprache* (22), 117 – 138.
- Enzensberger, Hans Magnus (1968): Eine Theorie des Tourismus. In: Hans Magnus Enzensberger (Hg.): Einzelheiten I. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 147–168 (zuerst in: Merkur 12/1958).
- Fandrych, Christian/Thurmair-Mumelter, Maria Luise (2011): Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht. Tü-bingen: Stauffenburg.

- Fendl, Elisabeth (1991): »Ausflüge werden nur dorthin gemacht, wo il-lustrierte Postkarten vorhanden sind.« Von der Correspondenz- zur An-sichtskarte. In: Werner Trapp (Hg.): Sommerfrische. Die touristische Entdeckung der Bodenseeregion. Verlag der Rorschacher Neujahrsblät-ter, 69–72.
- Ferguson, Sandra (2005): »A Murmur of Small Voices«. On the Picture Postcard in Academic Research. In: *Archivaria* (60), 167–184.
- Fischli, Peter/Weiss, David (2001): Peter Fischli, David Weiss – sichtbare Welt. Ausstellung: Museo d'Art Contemporani de Barcelona, 15.6.–11.9.00. Köln: König.
- Gansel, Christina (2011): Textsortenlinguistik. Stuttgart: UTB.
- Geary, Christraud/Webb, Virginia-Lee (Hg.) (1998): Delivering Views. Distant Cultures in early Postcards. Washington D.C.: Smithsonian Institution Press.
- Gfrereis, Heike (2018): Unfertige Texte. Ein philosophisch-philologisches Problem zwischen Arabeske und Werk. In: Hanna Delf von Wolzo-gen/Christine Hehle (Hg.): Formen ins Offene. Zur Produktivität des Unvollendeten: de Gruyter, 35–55.
- Habscheid, Stephan (Hg.) (2011): Textsorten, Handlungsmuster, Oberflä-chen. Linguistische Typologien der Kommunikation. Berlin, New York: de Gruyter.
- Hausendorf, Heiko (2000): Die Zuschrift. Exemplarische Überlegungen zur Methodologie der linguistischen Textsortenbeschreibung. In: *Zeitschrift für Sprachwissenschaft* 19 (2), 210–244.
- Hausendorf, Heiko (2008): Zwischen Linguistik und Literaturwissenschaft: Textualität revisited. Mit Illustrationen aus der Welt der Urlaubsan-sichtskarte. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 36 (3), 319–342.
- Hausendorf, Heiko (2009): Kleine Texte – über Randerscheinungen von Textualität. In: *Germanistik in der Schweiz – Onlinezeitschrift der Schweizerischen Akademischen Gesellschaft für Germanistik* 6, 5–19, zuletzt geprüft am 23.11.2009.
- Hausendorf, Heiko (2019): Das Ferienwetter auf der Ansichtskarte. Ein Wetterbericht im Schnittpunkt von Textlinguistik, Medienlinguistik und Korpuspragmatik. In: Julianne Schröter, Susanne Tienken, Yvonne Ilg, Joachim Scharloth und Noah Bubenhofen (Hg.): Linguistische Kultur-analyse. Berlin: de Gruyter, 293–321.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang (2008): Textlinguistik fürs Exa-men. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang/Kato, Hiloko/Breitholz, Martina (2017): Textkommunikation. Ein textlinguistischer Neuansatz zur Theo-rie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift. Berlin/New York: de Gruyter.
- Hauser, Stefan/Kleinberger, Ulla/Roth, Kersten Sven (Hg.) (2014): Muster-wandel – Sor-tenwandel. Aktuelle Tendenzen der diachronen Text(sorten)linguistik. Bern: Lang.
- Hoerner, Ludwig (1987): Zur Geschichte der fotografischen Ansichtspost-karte. In: *Foto-geschichte – Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Photographie* 7 (26), 29–44.
- Höhmann, Doris (Hg.) (2014): Tourismuskommunikation. Im Spannungs-feld von Sprach- und Kulturkontakt. Frankfurt a.M.: Lang.
- Holzheid, Anett (2011): Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftli-che und me-diengeschichtliche Studie. Berlin: Erich Schmidt.
- Kato, Hiloko/Naef, Marcel/Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas (2021): »Wie ihr seht, hat es hier nicht mehr Platz zum Schreiben« – Eine text- und korpuslinguistische Un-

- tersuchung der Lesbarkeitsquellen kleiner Texte am Beispiel der Ansichtskarte. In: Steffen Pappert/Kersten Sven Roth (Hg.): Kleine Texte. Frankfurt a.M.: Lang, 71–116.
- Knebel, Hans-Joachim (1960): Soziologische Strukturwandelungen im modernen Tourismus. Stuttgart: Enke.
- Koschek, Hans-Peter (2000): Die Welt der Ansichtskarten, die Ansichtskarten der Welt. (1869–1939). Kunstbuch, Enzyklopädie und Nachschlagewerk mit aktuellen Preiskategorien. Wien: Eigenverlag der Sammler-Boutique.
- Kümin, Beatrice/Kumschick, Susanna (Hg.) (2001): Gruss aus der Ferne. Fremde Welten auf frühen Ansichtskarten aus der Sammlung des Völkerkundemuseums Zürich. Zürich: Völkerkundemuseum der Universität Zürich.
- Kürti, László (2004): Picture perfect. Community and commemoration in postcards. In: Sarah Pink, László Kürti/Ana Isabel Afonso (Hg.): Working images. Visual research and representation in ethnography. London, New York: Routledge, 47–71.
- Lebeck, Robert/Kaufmann, Gerhard (1985): Viele Grüsse... Eine Kulturschicht der Postkarte. Dortmund: Harenberg.
- Leclerc, Herbert (1986): Ansichten über Ansichtskarten. In: *Archiv für deutsche Postgeschichte* (2), 5–65.
- Linke, Angelika (2011): Signifikante Muster – Perspektiven einer kultur-analytischen Linguistik. In: Elisabeth Wåghäll Nivre/Brigitte Kaute/Bo Andersson/Barbo Landén/Dessislava Stoeva-Holm (Hg.): Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11. bis zum 13.6.2009. Stockholm, Visby: Acta Universitatis Stockholmiensis, 23–44.
- Löfgren, Orvar (1985): Wish You Were Here! Holiday Images and Picture Postcards. In: *Ethnologia Scandinavica* (15), 90–107.
- Luginbühl, Martin/Perrin, Daniel (Hg.) (2011): Muster und Variation. Medi- enlinguistische Perspektiven auf Textproduktion und Text. Frankfurt a.M.: Lang.
- Magné, Bernard (1993): Construire l'anodin. Les »deux cent quarante-trois cartes postales en couleurs véritables«. In: *Le cabinet d'amateur* (1), 29–53.
- Milne, Esther (2010): Letters, Postcards, Email. Technologies of Presence. New York: Routledge.
- Mitchell, W. J. T. (2001): Der Mehrwert von Bildern. In: Stefan Andriopou-los/Gabriele Schabacher/Eckhard Schumacher (Hg.): Die Adresse des Mediums. Köln: DuMont, 158–184.
- Musil, Robert (1936): Hier ist es schön. In: Robert Musil (Hg.): Nachlass zu Lebzeiten. Zürich: Humanitas.
- Pappert, Steffen/Roth, Kersten Sven (Hg.) (2021): Kleine Texte. Frankfurt a.M.: Lang.
- Perec, Georges (1991): Zweihundertundvierzig Postkarten in Echtfarben-druck. In: Georges Perec: Warum gibt es keine Zigaretten beim Gemüsehändler. Bremen: Manholt, 27–59.
- Prochaska, David/Mendelson, Jordana (Hg.) (2010): Postcards. Ephemeral histories of modernity. University Park Pennsylvania: Pennsylvania State University Press.
- Ripert, Aline; Frère, Claude (2001): La carte postale. son histoire, sa fonction sociale. Paris: CNRS Edition.

- Schneider, Birgit (1993): Ansichtskarte. In: Heinz Hahn/H. Jürgen Kagel-mann (Hg.): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. München: Quintessenz, 427–432.
- Starl, Timm/Tropper, Eva (2010): Zeigen, grüßen, senden. Editorial. In: *Fotogeschichte* 30 (118), 3–4.
- Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas/Naeff, Marcel/Hausendorf, Heiko (2019): Tracing Changes in Thematic Structure of holiday picture post-cards from 1950s to 2010s. In: Michael Piotrowski (Hg.): *Proceedings of the Workshop on Computational Methods in the Humanities 2018. (COMHUM)*. Lausanne, 04.06.–05.06.2018, 67–75.
- Szépe, Helena (1979): Überlegungen zum Text der Ansichtskarte im Zeitalter des Massentourismus. In: *Sprache im technischen Zeitalter* (72), 314–316.
- Täubrich, Hans-Christian (1996): Alles auf eine Karte. In: Klaus Bey-rer/Hans-Christian Täubrich (Hg.): *Der Brief. Eine Kulturgeschichte der schriftlichen Kommunikation*. Heidelberg: Edition Braus, 112–119.
- Tropper, Eva (2006): Kommunikationsraum »Welt«. Die Ansichtskarte und die Phantasmen von Globalität um 1900. In: Helga Mitterbauer/András F. Balogh (Hg.): *Zentral-europa – Ein hybrider Kommunikationsraum*. Wien: Praesens, 215–226.
- Tropper, Eva (2010): Was sind »post card studies«? In: *Fotogeschichte* 30 (118), 67–68.
- Walter, Karin (2001): Die Ansichtskarte als visuelles Massenmedium. In: Kaspar Maase/Wolfgang Kaschuba (Hg.): *Schund und Schönheit. Populäre Kultur um 1900*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau, 46–61.