



Bild 5 / B. HOFMANN / Zierstück aus einem Führer durch Ulm a. D.

Aber vom Empfinden zur Tat ist immer noch ein hübsches Ende Weges. Und so ist es gewiß kein kleines Verdienst des Karlsruher Verlegers Velten gewesen, daß er im Jahre 1897 als erster den Versuch wagte, Postkarten herauszubringen, zu denen Künstler die Entwürfe gemacht hatten. Man weiß, wie glänzend dieser Versuch gelungen ist, welch ungeheure Verbreitung diese neue Sache in kurzer Zeit gefunden und welchen ungeahnten Aufschwung die Herstellung und der Verbrauch von Ansichtskarten seit jener Zeit genommen hat. Man findet das heute alles selbstverständlich. Aber damals war das, was Velten tat, ein Sprung ins Dunkle. Und darum versicherte er sich auch der finanziellen Beihilfe des badischen Ministeriums.



Bild 6 / B. HOFMANN / Zierstück aus einem Führer durch Ulm a. D.

Die Sache wurde in der Weise gemacht, daß ein Wettbewerb ausgeschrieben wurde. Das Ergebnis dieses Ausschreibens aber sind die ersten Veltenschen Reihen mit Ansichten vom Schwarzwald und vom Oberrhein. Es trat also hier zum ersten Male an die Stelle der nüchternen, ganz unpersönlichen Nachbildung einer Photographie die möglichst originalgetreue lithographische Wiedergabe eines Aquarells oder einer getönten Zeichnung, also einer individuellen Ansicht, oder, um mit Zola zu reden, eines Stückes Natur, gesehen durch ein Temperament. Und zu dem Gegenständlichen, das freilich hier nicht ganz die Rolle spielte wie bei der Ansichtskarte nach einer photographischen Aufnahme, kam noch, was ebenfalls neu und vielleicht sogar ausschlaggebend war, die Farbe, für deren Reize sich der Kreis der Käufer sofort empfänglich zeigte. Jedenfalls entsinne ich mich noch genau des Aufsehens, das diese ersten Künstlerpostkarten machten, als sie in den Schaufenstern

der Papiergeschäfte erschienen. Man bestaunte sie wie richtige Wunder, war überrascht über die Ähnlichkeit, die diese Karten mit Originalaquarellen hatten (man war damals noch nicht wie heute durch die unwahrscheinlichsten Vervielfältigungskunststücke verwöhnt) und freute sich, wie gesagt, ganz besonders über die frischen Farben, die in vielen gar bald die Sehnsucht nach den Orten weckten, von denen die Karten Kunde gaben. Ins Praktische übersetzt: die neuen Karten bewiesen sofort, daß sie kaum weniger Reklamewert und Werbekraft besaßen als die bis dahin üblichen Ansichtspostkarten. Man hat denn auch in der Folge aus dieser Erkenntnis soviel Nutzen gezogen, wie möglich war. Und es braucht ja nur darauf hingewiesen zu werden, daß zahlreiche Orte und Gegenden ihre heutige Beliebtheit hauptsächlich der Reklame danken, die die Künstlerkarte für sie gemacht hat.

Wer jedoch damals etwa geglaubt haben mochte,

haben mochte,



Bild 7 / B. HOFMANN / Zierstück aus einem Führer durch Ulm a. D.