

POSTKARTE AUF DIGITALEN WEGEN EIN EMOTIONALES LUXUSGUT

Mit ihrem begrenzten Platz für nette Worte ist die Postkarte so reizvoll – und das seit 150 Jahren. Mit dem DIN-A6 grossen Stück Papier zeigen Menschen ihren Liebsten, dass sie an sie denken, sie schicken Grüsse aus aller Welt oder gratulieren. Studien zufolge versenden 57% der Deutschen Postkarten, Urlaubsgrüsse werden von über 80% aber auch auf digitalem Weg versendet.

Von Klaus-Peter Nicolay | Bilder: MyPostcard

Sie hatte ihre Höhen und Tiefen und seit Jahrzehnten wird der Postkarte angesichts des digitalen Wandels das Aussterben prophezeit. Doch getreu dem Motto «Totgesagte leben länger» trotz sie allen neuen Entwicklungen, Social Media Posts und Messenger-Botschaften.

Zweifellos waren die Jahre 1895 bis 1918 die Blütezeit der Postkarte. 1903 wurden in Deutschland 1,2 Milliarden solcher Karten befördert. Nach den Zahlen der *Post* waren es 2017 nur noch rund 195 Millionen.

Der Kartenverleger BORIS HESSE aus Lübeck glaubt trotzdem an ihren Fortbestand. Er leitet den *Schöning-Verlag*, der sich selbst in Deutschland als Marktführer im Verkauf von Ansichtskarten sieht. Dennoch hegt auch Hesse leise Zweifel an der Massenware Postkarte. Vor etwa zehn Jahren verkaufte sein Verlag noch 35 Millionen Karten, 2017 waren es gerade noch 14 Millionen.

Individuelle Urlaubsgrüsse

Die Ansichtskarte, wie wir sie heute kennen, hat – durch sich weiterentwickelnde Drucktechniken – im 20. Jahrhundert das Bild der Urlaubsgrüsse geprägt. So verging kaum ein Urlaub, ohne dass Reisende den Daheimgebliebenen Ansichtskarten mit Sehenswürdigkeiten ihres Ferienortes geschickt haben – natürlich

versehen mit einer persönlichen Botschaft. Viele sammelten auch die Grüsse aus aller Welt – und verzierten damit ganze Wände. Das änderte sich mit der Digitalisierung. Eine Zeit lang fristete die Postkarte ein eher stiefmütterliches Dasein. Viele Menschen schickten ihre Urlaubsgrüsse per E-Mail, *WhatsApp* oder posteten Bilder auf *Facebook* & Co. Trotz dieser Entwicklung gab es immer Menschen, die fleissig ihre Botschaften per guter alter Postkarte verschickten.

Und seit ein paar Jahren erlebt die Postkarte sogar ein wahres Revival. Die Zahlen einer repräsentativen Umfrage von *MyPostcard* und *YouGov* belegen, dass rund 57% aller Deutschen weiterhin Postkarten versenden. Denn sie birgt als haptisches Medium einerseits einen hohen Nostalgiewert und vermittelt andererseits Emotionen, wie es eine

Messenger Nachricht niemals im Stande sein wird. Und über eine Postkarte im Briefkasten freuen sich 86% der Deutschen – egal ob sie selbst auch Karten senden oder nicht.

Urlaub – die Hauptsaison für Postkartenschreiber

Aber das Schreiben von Postkarten funktioniert heute anders als früher. Fotos vom Smartphone werden per App ausgewählt, Adresse und Grusstexte geschrieben, hochgeladen und ein Dienstleister wie *MyPostcard* druckt, frankiert und versendet die Postkarte. Der Spass kostet gerade einmal 2,19 Euro, wie OLIVER KRAY, CEO von *MyPostcard* erläutert (ein ausführliches Interview mit ihm lesen Sie in der Ausgabe 5 von *beyondprint unplugged*). So können individuelle Grussbotschaften verschickt werden, ohne lange nach geeigneten Karten zu

suchen oder sich Gedanken um das Porto zu machen.

Neben Geburtstagsgrüssen und Weihnachtskarten, die bei den Postkartenschreibern derzeit auf Platz 2 und 3 liegen, ist es immer noch der Urlaub, der die meisten zu Stift oder App greifen lässt.

38% der Deutschen schicken ihre Grüsse an die Daheimgebliebenen in Form handgeschriebener Karten oder mithilfe von Postkarten-Apps. Ob also ein Touristenmotiv aus dem Souvenirshop oder personalisierte Grüsse mit den eigenen Urlaubsfotos – die Postkarte ist scheinbar nicht kleinzukriegen.

Gleichzeitig entstehen neue Formen im Umgang mit dem alten Medium Postkarte. Dies zeigen Initiativen wie *Postcrossing*, bei der sich weltweit Hunderttausende über die gleichnamige Internetplattform finden und gegenseitig Postkarten zusenden.

Emotionale Bilderbotschaft

Postkarten sind etwas Einzigartiges und Besonderes. Nie werden sie x-beliebig versendet – jeder Empfänger nimmt für den Schreiber einen exklusiven Stellenwert ein. Die Postkarte geht also nur an einen ausgewählten Familien- oder Freundeskreis und ist damit so etwas wie ein «emotionales Luxusgut».

