



Zeitgeschichte to go

Von den Gründervätern der Fotokunst bis zu den modernen Klassikern: „modern times“ hat sie alle! Und zwar auf Postkarte! Nun erstmals und exklusiv auch „VIEW“, die renommierte Fotomarkete des „Stern“.

Als Ecki Kühn bei einem Streifzug durch das Paris der Achtziger Jahre auf ein kleines, vermeintlich unscheinbares Geschäft stieß, das ausschließlich Postkarten verkaufte, hatte er eine Erleuchtung. „Ich hatte bis dahin erfolgreich Kunstdrucke vertrieben, doch als ich diesen Laden betrat, erkannte ich, dass ich bislang auf das falsche Pferd gesetzt hatte“, lacht der Gründer der kurz nach diesem Ereignis gegründeten „modern times GmbH“. „In der gleichen Zeit, in der ein einziger Kunstdruck über die Ladentheke ging, kauften zig Menschen zig Postkarten!“ Der Plan stand also: Postkarten sollten es nunmehr sein, nicht mehr Kunstdrucke.

„Neben dem wirtschaftlichen Aspekt hat mich vor allem die Fas-

zination der Menschen für dieses kleine Medium begeistert – und natürlich die Möglichkeiten der Menge!“ Damit meint Kühn die enorme Vielfalt an Motiven, die sich mittels Postkarte unter das Kunst- und Fotografie-interessierte Publikum bringen lässt. Und so war es kein Wunder, dass der 1990 gegründete Postkarten-Vertrieb „modern times“ peu à peu ein Portfolio schuf, das so manchen Galeristen vor Neid erblassen ließe: Bei den Namen Robert Doisneau, Elliot Erwitt, Robert Capa, Herbert List oder Werner Bischoff beginnen die Augen der Fotokunst-Freunde zu glänzen.

modern times und Kühn erfüllen mit diesen Klassikern auch eine Art Kultur- und Bildungsauftrag,

dem sie sich verpflichtet fühlen. „Vor dem Internet war die Postkarte neben Zeitungen und Zeitschriften das Medium, das durch seine Masse und seine Kommunikationsfunktion wohl die meisten Menschen erreichte.“ Und trotz oder gerade wegen der neuen Medien behauptet sich die Postkarte besser denn je im Einzelhandel, „vielleicht weil es ein haptisches, reelles Gegenstück zum digitalen Bild darstellt?“

Fest steht jedenfalls: Ob Kunst- und Buchhandlungen, Design-Geschäfte, Galerien oder Rahmen-Fachgeschäfte, kaum ein Händler verzichtet freiwillig auf das optimale Zusatzprodukt Postkarte. Noch dazu, wenn darauf der berühmte Kuss vorm Hotel de Ville zu sehen ist, Picassos Bröt-



chenhände, der Panzer trotzende Student auf dem Platz des himmlischen Friedens oder der Flöte spielende Junge in Peru. „Man könnte sagen, es handelt sich um ‚Zeitgeschichte to go‘, schmuzzelt Kühn, der viele Motive auch deshalb ins Sortiment aufnimmt, „weil sie einfach auf Postkarte ge-

hören!“ – und nicht etwa, um sie „nur“ auf den zahlreichen öffentlichen Ausstellungen zu zeigen.

Diesem Ansatz ist modern times bis heute treu geblieben. Kühn, der für die Produkt- und Sortimentspolitik verantwortlich zeichnet, schränkt sich in seiner

inhaltlichen Auswahl nicht ein: Neben den Evergreens umfasst das über 1.500 Motive starke Fotokunst-Portfolio auch moderne Klassiker von Herb Ritts bis Wolfgang Tillmans.

Weniger Fotokunst als modernen Fotojournalismus betreibt „VIEW“,

Die exklusive Zusammenarbeit mit GEO wird nun erweitert mit zunächst 60 A6-Postkarten und 20 XXL-Karten im Panorama-Format, auf denen die besten Motive aus „VIEW“ zu sehen sind.



„Wir freuen uns, dass die nächste Top-Lizenz von Gruner + Jahr den Weg zu modern times gefunden hat“, erklärt Ecki Kühn, Gründervater von modern times.



das renommierte Bild-Reportagemagazin des „Stern“. Dennoch reiben sich Freunde atemberaubender Fotos beim Namen „VIEW“ die Hände. Kein Wunder, wie Chefredakteur Hans-Peter Junker findet: „Ein gutes VIEW-Bild ist mehr als ein Foto – es ist ein Erlebnis“. Der „Stern“-Ableger hat sich in nur acht Jahren zu einer Referenz im Foto-Journalismus entwickelt und feiert in diesem Januar die 100. Ausgabe. Täglich sichtet die VIEW-Redaktion bis zu 20.000 Fotos aus der ganzen Welt – und wählt nur die wenigsten davon für das monatlich erscheinende Magazin aus.

„Wir freuen uns, dass die nächste Top-Lizenz von Gruner + Jahr den Weg zu modern times gefunden hat“, erklärt Ecki Kühn. Bereits mit der Marke „GEO“ sammeln die Bielefelder seit Jahren ausschließlich gute Erfahrungen. „Entsprechend war von beiden Seiten das Interesse groß, die exklusive Zusammenarbeit auszudehnen.“ Dies geschieht nun mit zunächst

60 A6-Postkarten und 20 XXL-Karten im Panorama-Format, auf denen die besten Motive aus „VIEW“ zu sehen sind.

„Kaufen Sie von jeder dieser Karten gleich zwei – eine für sich und eine für einen lieben Menschen“, empfiehlt VIEW-Chef Junker, der dabei Albert Schweitzers weise Worte im Sinn hat: „Glück ist das einzige, was sich verdoppelt, wenn man es teilt.“

Wie gut, dass modern times permanent Nachschub für das geteilte Glück liefert – und ein Ende nicht abzusehen ist. Foto-Fan Ecki

Kühn verspricht jedenfalls: „Zum Glück gibt es mehr beeindruckende Fotos, als man jemals auf Postkarte veröffentlichen könnte. So bleibt der Durst nach Neuem ungestillt.“

www.moderntimes.de



Ob Kunst- und Buchhandlungen, Design-Geschäfte, Galerien oder Rahmen-Fachgeschäfte, – kein Händler sollte auf solch beliebte Postkartenmotive verzichten.