

Inhalt

7	1 Einleitung
24	2 Ein globales Bildmedium, regional geprägt Postkartenproduktion in der Habsburger Peripherie
25	2.1 Rechtliche Grundlagen und Produktionsprozess
35	2.2 Produzenten der Selbstbilder: Postkartenverlage in der Bukowina
54	3 Modernisierung kartieren (Selbst-)Bilder in der Zeit des Landesausbaus
55	3.1 Modernisierungserzählungen durch Ansichtskarten: Orte der Moderne in der Peripherie
68	3.2 Karten des Imperiums: Huldigungen und Leerstellen
82	3.3 Sehenswert! Die Inszenierung der Bukowina als Tourismusziel
90	3.4 Die Grenzen der Postkartenästhetik oder die Bukowina als rückständiges Kronland
102	4 Bukowinismus im Kleinformat? Darstellung und Aneignung von Multiethnizität
103	4.1 Kein Medium des Nationalismus oder die Bukowina als Sonderfall
112	4.2 Ethnische Gruppen auf Postkarten: Zwischen Bukowinismus und Othering
131	4.3 Judaika und Antisemitika: Vom Geschäft oder den Grenzen der bukowinischen Toleranz
150	4.4 Multiethnizität und Multireligiösität auf topografischen Karten
164	5 Schluss
165	5.1 (Selbst-)Bilder nach der Zäsur von 1918: Ein Epilog in vier Teilen
178	5.2 Fazit
188	Anhang
189	Quellen und Literatur
199	Bildnachweis